

Tanıtım Materyallerinin Yerel Mutfak Unsurları Bakımından İncelenmesi: Unesco Gastronomi Kentleri Hatay ve Gaziantep Özelinde Bir Değerlendirme

Arş. Gör. Dr. Özkan Süzer¹, Öğr. Gör. Cansen Can², Tolga Çetinkaya³,
Doç. Dr. Göksel Kemal Girgin⁴

¹Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

²Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

³Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak San. Anabilim Dalı

⁴Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Özet

Son dönemlerde yaşanan sosyo-politik gelişmeler, gelişen iletişim araçları vb. nedenlerle gastronomiye olan ilgi artarak odak noktası haline gelmiştir. Bir destinasyonun pazarlanması sürecinde önemli bir bileşen olan gastronomide, yerel mutfaklar ve yerel kültürler gastronomi deneyimini oluşturan en önemli bileşenlerden biri olarak değerlendirilmektedir. Gün geçtikçe artan yerelliği deneme olgusu, turistlerin ziyaret ettikleri veya etmek istedikleri destinasyonlar hakkında bilgi edinme ihtiyaçlarını da beraberinde getirmektedir. Her ne kadar günümüzde online tanıtım platformları önemli ölçüde turistlerin bilgi edinme ihtiyacına cevap vermeye yönelik olarak geliştirilse de basılı tanıtım materyalleri hala en önemli bilgi kaynakları olarak karşımıza çıkmakta, özellikle gittikleri destinasyonlar hakkında koleksiyon yapmak isteyen turistlerin ilk olarak başvurdukları bir araç olmaktadır. Bu bağlamda bir turist, bir destinasyonla ilgili ilk izlenimini, deneyimini ilgili materyaller aracılığı ile gerçekleştirmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde yazılı ve görsel tanıtım materyallerinin önemli olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmada UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı tarafından Gastronomi alanında tescil edilmiş kentler arasında olan Gaziantep ve Hatay illerinin tanıtım materyallerine odaklanılmıştır. Gaziantep ve Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ile iletişime geçerek tanıtım materyalleri toplanmış ve daha önce yapılan çalışmalar incelenerek bu materyaller içerik analizine tabi tutulmuştur. İlgili analiz aracılığıyla, gastronomi alanında tescil edilen bu destinasyonların gastronomik niteliklerinin, tanıtım materyallerinde ne şekilde temsil edildiğini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmanın veri toplama süreci 2021 yılında 2 şehir (Gaziantep, Hatay) üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çeşitli kısıtlardan ötürü 3. gastronomi şehri olan Afyon çalışmaya dahil edilememiştir. Gerçekleştirilen inceleme sonucunda, tespit edilen güçlü ve zayıf yönler belirlenmiş ve çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Gastronomi Turizmi, Destinasyon Pazarlaması, Gaziantep, Hatay.

Investigation of Promotional Materials with Respect to Local Cuisine Features: The Evaluations of Gastronomic Cities of Hatay and Gaziantep

Abstract

Recent socio-political developments, developing communication tools, etc. For these reasons, the interest in gastronomy has become an increasing focus. In gastronomy, which is an important component in the marketing process of a destination, local cuisines and local cultures are considered as one of the most important components that make up the gastronomic experience. The phenomenon of trying locality, which is increasing day by day, brings with it the need of tourists to obtain information about the destinations they visit or

want to visit. Although online promotion platforms have been developed to meet the information needs of tourists today, printed promotional materials still appear as the most important information sources, they are the first tool used by tourists who want to collect collections about the destinations they visit. In this context, a tourist makes his first impression and experience of a destination through relevant materials. From this point of view, it is possible to say that written and visual promotional materials are important. The study focuses on the promotional materials of Gaziantep and Hatay, which are among the cities registered in the field of Gastronomy by UNESCO Creative Cities Network. By contacting Gaziantep and Hatay Provincial Directorates of Culture and Tourism, promotional materials were collected, previous studies were examined and these materials were subjected to content analysis. Through the related analysis, it is aimed to reveal how the gastronomic qualities of these destinations registered in the field of gastronomy are represented in the promotional materials. The data collection process of the study was carried out in 2 cities (Gaziantep, Hatay) in 2021. Due to various constraints, Afyon, the 3rd gastronomy city, could not be included in the study. As a result of the examination, the identified strengths and weaknesses were determined, and various suggestions were developed.

Keywords: Gastronomy Tourism, Destination Marketing, Gaziantep, Hatay.

Giriş

Gastronominin son yıllarda özellikle turistlerin destinasyon seçiminde fazlasıyla etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Gastronominin bu denli öne çıkmasının nedenlerinden biri de turistlerin destinasyon seçimlerinde yeme-içme faaliyetlerine önem vermesi ve seyahatlerini planlarken bu faaliyetlerinin önemli bir ayırıcı etken olarak görmesidir.

Türkiye sahip olduğu kültürel zenginliğiyle turistlerin her zaman ilgi odağı olmuştur. Gastronomi penceresinden baktığımızda da bu zenginliği fazlasıyla ön plana çıkmaktadır. Selçuklular döneminden Osmanlı İmparatorluğu dönemine, Osmanlı İmparatorluğu döneminden Türkiye Cumhuriyeti dönemine gelene kadar geçen bu süreçte birçok uygarlıktan etkilenecek derin, sağlıklı ve lezzetli bir mutfığa dönüşmüştür (Eren, 2011). Bu bağlamda Türkiye turistler için önemli bir çekim noktası olmaktadır. Bölgelerin kendilerine ait yemek kültürleri insanların dikkatini çekmekte ve o destinasyonu çekici hale getirmektedir.

Hatay ve Gaziantep şehirleri sahip olduğu gastronomi zenginliği ile sadece Türkiye'nin değil tüm dünyanın ilgi odağı olmaktadır. Kendine has ve zengin mutfakları sayesinde bu iki il Unesco tarafından gastronomi alanında "Yaratıcı Şehirler Ağı" na dâhil edilmiştir. Türk mutfağının tanıtımı açısından çok önemli olarak sayılabilecek bu gelişme sayesinde, gastronomi turizmi de özellikle bölgede çekim kuvvetini arttıracaktır. Gastronomi turizminin geliştirilmesi bağlamında bu illerin üzerlerine düşen görevler de fazlalaşmaktadır. Şehir tanıtımlarında özellikle yerel mutfak zenginliklerini ön plana çıkarmak durumundadırlar. Gerek görsel gerek de yazılı tanıtımlarda bölgesel mutfak kültürlerine değinmeleri fazlasıyla önemlidir. Gastronominin tüm dünyadaki gelişimi ve bunun turizme olan olumlu etkileri göz önüne alındığında, Hatay ve Gaziantep illeri Türkiye'nin gastronomi turizminin gelişiminde lokomotif şehirler olacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Destinasyon Pazarlaması ve Yerel Mutfaklar

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yer olarak da karşılık bulan turizm destinasyonu kavramı, turistik ürünlerin arzının yapıldığı coğrafi bir bölgeye karşılık gelmektedir (Türkyay, 2014). Literatür incelendiğinde çeşitli destinasyon tanımlarının yapıldığını görmek

mümkündür. Turistik destinasyonlar, kendilerine has çekicilikler vasıtası ile turistlerin zihninde yer alabilmekte ve bu destinasyonların kendilerine has çekicilikleri turistlerin algısında farklı bir yerde konumlandırılmasında etkili olmaktadır (Şengül ve Türkay, 2018:223). Aynı zamanda, turistin tekrar aynı bölgeyi tercih etmesinde kaliteli hizmet sunulmasının da önemli bir husus olduğu bilinmektedir (Kozak, 2008: 140).

Destinasyonlara yönelik etkili çekim unsurlarından birisi de gastronomi olmakla birlikte gastronomi özelinde yöresel mutfaklar önemli bir yere sahiptir. Rand vd. (2003) belirttiği gibi, destinasyonların sahip oldukları çekim unsurlarından birisi yöresel mutfak kültürleri olup bu vesile ile mutfakların turizm hareketi içerisindeki önemi artmaktadır. Turistik destinasyonların kendilerine has çekiciliklerinin önemi bilinmektedir ve yöresel otantik mutfaklar da destinasyonda gerçekleşen turizm hareketliliğine özgün bir değer katmaktadır (Güneş vd., 2008). Boyne vd. (2003:134)'de, yöresel yiyecek içecek ürünlerinin, turizmi güçlendirdiğini vurgulamıştır. Bir başka çalışmada da yöresel mutfak kültürlerinin, destinasyonların profillerinin yükseltilmesinde ve olanakların oluşmasında, kalkınmaya katkı sağlama açısından önemli olanaklar sunduğu ifade edilmiştir (Alonso ve Liu, 2011).

Gastronomi ile yöresel mutfaklar, kendi başlarına bir turistik cazibe olabilirken, diğer turizm tiplerini de destekleyici bir fonksiyonları vardır. İlgili literatür incelendiğinde de yöresel mutfakların destinasyon için önemini vurgulayan fazlaca çalışmaya rastlamak mümkündür. Telfer (2000: 85)'de; yöresel mutfakların geliştirilmesinin, yöresel ürünlerin talep görebilmesi için hem turizm hem de tarım literatürüne ciddi katkılar sağlayacağına dikkat çekmiştir. Bu kapsamda bakıldığında, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Kentleri, yöresel mutfaka ve bunun yaşatılmasına önem veren, global ölçekte yöresel mutfakları güçlü olan şehirleri belirli kriterler bağlamında değerlendiren bir oluşumdur. Türkiye'den de bu ağa dâhil olan şehirler olmakla birlikte, yöresel mutfakların geliştirilmesi için önemli bir girişim olduğunu söylemek mümkündür.

UNESCO, Yaratıcı Şehirler Ağı, Gastronomi Kentleri

UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesi ile merkezi Londra olarak faaliyete geçen bir kuruluştur. Bu kuruluş Birleşmiş Milletlerin bir parçası olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Türkiye'de ise Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Vakfı adıyla faaliyetlerini yürütmektedir. Karadeniz (2015:1) de; 1945 senesinde Londra'da 44 ülkeyi temsil eden katılımcılar ile birlikte UNESCO'nun kuruluş yasasının kabul edildiği belirtilir. Türkiye kabul edilen bu yasayı imzalayan ilk ülkelerden olmuştur. UNESCO Türkiye Milli Komisyonu ise Bakanlar Kurulu kararı ile 25 Ağustos 1949 Tarihinde teşekkül etmiştir. Eğitim, bilim, kültür ve iletişim alanlarında faaliyet gösteren kamu kurum ve kuruluşları, özel kuruluşlar ve bunlarla birlikte STK'ları UNESCO'nun yürüttüğü çalışmalar hakkında bilgi sahibi yapmak bu kurumun başlıca görevlerindedir (Gökdeniz, 2017: 26-27).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılan şehirler 7 farklı alanda dağılım göstermektedir. Bunlar; edebiyat, gastronomi, medya sanatları, müzik, sinema/film, tasarım, zanaat ve halk sanatlarıdır. Türkiye'den 7 il UNESCO yaratıcı şehirler ağına dâhildir. İstanbul tasarım, Kütahya ve Bursa zanaat ve halk sanatları, Kırşehir ise müzik alanında bu ağa dâhil olmuşlardır. Gastronomi alanına bakmak gerekirse 2018 senesinden sonra bu alana katılmış 35 adet şehir bulunmaktadır. Türkiye'den Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar bu ağa dâhil olmuş şehirlerimizdir. (Unesco, 2022). Şehirler rehber kıstaslar neticesinde bu ağa dâhil olabilmektedir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi alanında dâhil olabilmek için belirlenen ölçütler aşağıdaki gibi listelenmiştir (UNESCO,2014);

- Bölgenin karakteristiğini yansıtan gelişkin gastronomi

- Yüksek sayıda yerel ve geleneksel restoran ve de şefin dahil olduğu gastronomi topluluğunun varlığı
- Mutfaklarda yerel ve geleneksel malzemelerin kullanılması
- Teknolojik gelişmelere rağmen kullanılan yerel bilgiler, yöresel mutfak pratikleri ve pişirme teknikleri
- Bölge ürünlerini barındıran gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi
- Yöresel Gastronomi festivalleri ve diğer etkinliklere ev sahipliği yapmaları
- Doğaya saygılı olma aynı zamanda sürdürülebilir yöresel ürünlerin teşviki
- Toplum için çalışmak, okullarda beslenmenin teşviki, biyoçeşitliliği koruma derslerinin aşçılık okulları müfredatında bulunmasıdır.

Gaziantep ve Hatay Mutfak Kültürü

Türk kültürünün en önemli unsurlarından biri olan Türk mutfağı uluslararası mutfaklar arasında önemli bir yere sahiptir. Tarihinin çok eskilere dayanması, coğrafi yapısı, kültür zenginliği, ekonomik ve çevresel yapısı, gelenekleri ve göreneklere ile aynı zamanda da uluslararası kültürlerle içinde bulunduğu etkileşimleri zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasına neden olmuştur (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). Bir ürünün nasıl veya ne şekilde yendiği ya da yenmediği toplumların mutfak kültürleri hakkında ipuçları vermektedir. Mutfak kültürünün zenginliği incelendiğinde Anadolu coğrafyasının zenginliği ile paralellik gösterdiğini söylemek mümkündür.

Türk mutfağı dünya mutfakları arasında en köklü ve içeriği bakımından zengin mutfaklarından biridir. Yedi coğrafi bölgenin lezzetlerini içinde barındıran Türk Mutfağı bununla birlikte çok çeşitli ürün yelpazesine sahiptir. (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 65). Seyitoğlu ve Çalışkan (2014: 29), Türkiye'nin yerel mutfaklarının kendilerine has özelliklere sahip olduğunu, geleneksel, eski ve de zengin bir mutfak kültüründen oluştuğunu söylemektedir.

Bölgelerine baktığımız zaman Türkiye'nin tüm bölgelerinin mutfak kültürleri kendine has özellikler taşımakta ve birbirinden farklılıklar göstermektedir. Güler (2010: 28); Her bölgenin kendilerine has pişirme teknikleri ve beslenme şekillerinin olduğunu söylemektedir. Türkiye'de köklü ve zengin bir mutfak kültürü bulunmaktadır. Yöresel mutfakların kendilerine özgü kültürleri içinde saklaması bunun en önemli nedenlerindedir. Anadolu'nun coğrafi yapısı, bölgeden bölgeye değişen iklim, üç tarafının denizlerle çevrili oluşu, topraklarının birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve de farklı kültürler ile kültür alışverişinin gastronomik açıdan zenginliğinin dinamiklerinden bazılarıdır (Güler, 2010: 29).

Gaziantep tarihsel zenginliği ve coğrafi yeri nedeniyle ülkemizin en önemli şehirlerinden biridir. 6000 yıllık geçmişi ve aynı zamanda İpek yolunun güzergâhında olması sebebiyle birçok farklı kültürlerle ev sahipliği yapmıştır. Yemeklerinin çeşitliliği yolu ile kültürel zenginlik oluşturan Gaziantep gastronomisi, ulusal ve uluslararası ölçekte popüler ürünleri olan bir gastronomidir (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gaziantep Yemekleri, 2016:4). 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi özelinde dahil olan Gaziantep'in 400'ün üzerinde yemek çeşidinin olduğu bilinmektedir (Şahin, 2012). Şavkay (1998: 24); mutfak kültürü açısından bakıldığı zaman Gaziantep'in en önemli yerlerin başında geldiğini, Güneydoğu Anadolu'nun farklı dönemlerinde yalnızca ticaret şehri olmadığını gerçek anlamda bir kültür merkezi olduğunu, Anadolu'da yaşamış medeniyetlerin bir sentezini oluşturduğunu bununla beraber içinde barındırdığı birbirinden farklı etnik grupların mutfak kültürlerini zenginleştirdiğini belirtmiştir.

Bazı tarihi bulgular Gaziantep'teki mutfak kültürünün nasıl geliştiğini bizlere gösterebilmektedir. Bölgede bulunan taş kaplar, değirmenler, kazanlar ve buna benzer birçok mutfak araç-gereci Gaziantep'in mutfak kültür tarihi hakkında önemli bilgiler vermektedir.

Şehrin komşusu olan kentler Gaziantep mutfağının dönüşümünde ciddi roller üstlenmişlerdir (Sormaz ve Şule, 2019:81). Gaziantep, ürün zenginliği açısından nitelikli bir mutfağa sahiptir. Türkiye'nin lezzet haritasını oluşturmak amacıyla yapılan bir çalışmada 291 adet gastronomik ürün ile 81 il arasında Gaziantep ilk sırada yer almıştır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 65). Antep Baklavası için AB patent kurumuna başvuru gerçekleştirilmiş ve Antep Baklavası 2013 yılında AB patent kurumu tarafından tescil almıştır. AB dışından tescil edilen 16. Ürün olan Antep baklavası Türkiye'den tescil edilen ilk üründür.

Hatay, verimli toprakları ve iklim açısından ürün zenginliğine elverişli yapısının olduğu kadar bütünleşmiş farklı kültürleri ile içinde zenginlikler barındıran bir şehirdir. Bu verimli coğrafya tarımsal ürünlerin yetiştirilmesine katkı sağladığı gibi hayvancılık faaliyetlerinin yapılması çeşitli gıda üretimine katkı sağladığı gibi yeme-içme çeşitliliğini de zenginleştirmektedir. Yemek kültürünün çeşitliliğinin sebepleri arasında bölgenin içinde bulunduğu çevresel yapı, tarihinin çok eskilere dayanması, birbirinden farklı inanışların aynı yerde yaşaması, kozmopolit bir yapısının oluşu bulunmaktadır. Farklı tatlar, damak zevkleri ile birlikte senelerin birikimi ve etkileşimler ile elde edilen yemek kültürüne daha sonraları eklenen yeni kültürel öğeler de bulunmaktadır. Hatay gastronomisi kısaca içinde bulunduğu coğrafyanın, dinlerin, gelenek-göreneklerin ve asırlar boyunca burada yaşamış uygarlıkların yaşamlarının bir sentezi bir birikimidir. Dünya mutfakları içinde Türk mutfağı ne kadar öneme sahip ise, Hatay mutfağı da Türk mutfak kültürü için bir o kadar önemlidir (Kaypak ve Uçar, 2021). Hatay hem geçmiş tarihlerde hem de bugün Asya, Afrika ve Avrupa arasında bir köprü görevi üstlenmesinden dolayı insanın hem biyolojik hem de kültürel evrimine ciddi katkıları olan merkezlerden biridir (Türk, 2002).

Hatay'ın kültürel çeşitlilik bakımından zengin oluşu gastronomiye de yansımış, Hatay kentinde önemli bir gastronomi birikimi oluşmuştur (Akdağ vd., 2015: 450). Değişik kültürleri farklılık yerine zenginlik olarak kabul etmiş kişilerin yaşadığı bir yer olan Hatay'ın mutfak kültürü de bu zenginlikten etkilenmiş ve kendine has olan yüzlerce lezzet ortaya çıkartmıştır. 2017 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında dâhil olan Hatay'ın 600'ün üzerinde yemek çeşidinin olduğu bilinmektedir (Şahin, 2012). Oğuz (2016:159)'un da belirttiği gibi, Hatay mutfağının özel olmasını sağlayan birçok neden olmakla birlikte en önemlisi kültürel zenginliğini mutfağına ve yemeklerine çok güçlü olarak aktarabilmesidir. Anadolu coğrafyasının en önemli mutfaklarından olan Hatay mutfağı, coğrafi işaretli ürünlere sahip olduğu gibi et yemekleri, sebze yemekleri, reçelleri, turşuları, pilavları, mezeleri vb. ile geniş bir çeşitlilik sunmaktadır. Hatay mutfağını diğer mutfaklar arasında ayırt edilebilir kılan özelliklerinden bir tanesi baharatlarıdır. Baharatlar lezzet verici olarak kullanıldığı gibi süsleme unsuru olarak da kullanılmaktadır. (Şahin, 2012).

Hatay bölgesi mutfağının bu denli zengin oluşu araştırmacıların da dikkatini çekmiştir. Bu zenginlik çeşitli çalışmalarda da kendisine yer bulmuştur. Babat (2012), gerçekleştirdiği araştırmada Hatay'a gelen ziyaretçilere "Hatay'ı tercih etmeniz sebebi nedir?" sorusunu sormuş %24 frekans dağılımı ile gastronomi (yerel mutfak) ikinci sırada çıkmış, "Hatay size hangi kavramı hatırlatıyor?" sorusunda ise %35,8'lik frekans dağılımı ile gastronomi (yerel mutfak) birinci sırada yer almıştır. Çalışmada elde edilen oranlardan da anlaşılabilceği üzere, gastronomi Hatay için oldukça önemli bir alandır. Bir diğer araştırmada Çimen ve diğerleri (2016: 11) üniversite öğrencilerinin gastronomi turizmüne yönelik ilgiyi ve Hatay mutfağının özelliklerini ölçtükleri çalışmalarında 4 ürünün yaygın düzeyde bilindiğini belirlemişler ve bunları Künefe, Ayva Tatlısı, İçli Köfte ve Keşkek olarak sıralamışlardır. Canbolat ve Yaman (2017:102) ise Hatay'da yaşayan değişik dini inançlara mensup bireylerin gastronomik etkileşimlerini incelemiş, Hatay yemeklerinin yapılma sıklıkları dini inançlar açısından ele alındığında üç semavi dine inanan katılımcıların hepsinin sıklıkları farklı olsa da ortak yemekleri yaptıkları sonucuna varmıştır.

Hatay kenti, çeşitli dinamiklerin birleşmesiyle oluşan köklü gastronomisinin karşılığını uluslararası bir ağa dâhil olarak almış, 2017 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gastronomi Kenti sıfatıyla tescillenmiştir. Xiaomin (2017: 60) gastronominin; bölgesel özellikleri bünyesinde bulunduran, kentin coğrafi, tarihi ve iklimik niteliklerine göre şekil alan, zengin ve farklı mutfak geleneğini göstermesi nedeniyle kentler açısından yaratıcılık unsuru olduğunu ifade etmiştir.

Önceki Araştırmalar

Gerçekleştirilen literatür taraması neticesinde; destinasyon pazarlamasında yerel mutfaklar, Gaziantep ve Hatay gastronomi kültürleri üzerine yapılmış çalışmalar (ulaşılabilenler) derlenmiş ve aşağıda yer alan tabloda tasnif edilmiştir.

Tablo 1. İlgili Alanda Yapılan Önceki Çalışmalar

| Gaziantep | | | |
|------------------------------|---|--------|------|
| Yazar Adı | Başlık | Türü | Yılı |
| Leventoğlu S. | Gaziantep Hasan Süzer Etnografya Müzesi'nde Bulunan Orta çağ ve Sonrası Döneme Ait Madeni Mutfak Kapları | Tez | 2006 |
| Bayrakçı S. | Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma | Tez | 2014 |
| Kargiglioğlu Ş. | Gaziantep'te Gastronomi Turizmi: Gaziantep'i Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma | Tez | 2015 |
| Kaya Ş. | Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları | Tez | 2016 |
| Baran D. | Gaziantep Mutfağı Üzerine Halk bilimsel Bir İnceleme | Tez | 2016 |
| Taşkın E. | Yöresel yemeklerin standartlaştırılması üzerine bir çalışma: Gaziantep | Tez | 2016 |
| Karakış Ş. | Tüketici davranışı olarak Gaziantep'te piknik (Sahre) kültürü üzerine bir saha araştırması / | Tez | 2016 |
| Ustakara F. ve Burhan B. | Toplumsal İletişim Kurumu Olarak Kahvehanelere Dair Bir Araştırma: Gaziantep Örneği | Makale | 2017 |
| Tuç. Z. | Yeme İçme Kültürünün Sosyal Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi Üzerine Bir Araştırma: Gaziantep İli Örneği | Tez | 2017 |
| Giritlioğlu İ. ve Karaman M. | Gaziantep Mutfağına Yerli Turistlerin Bakış Açılarına Yönelik Bir Uygulama | Makale | 2017 |
| Tuç Z. ve Özkanlı O. | Yeme İçme Kültürünün Sosyal Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi Üzerine Bir Araştırma | Makale | 2017 |
| Karaman M. | Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Bakış Açılarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma | Tez | 2017 |
| Ertopçu İ. | Yerli turistlerin yöresel restoranları tercih etme nedenleri: Gaziantep ili örneği | Tez | 2017 |
| Şimşek A. ve Selçuk G. | Gastro-turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma | Makale | 2018 |
| Solunoğlu A. | Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri | Tez | 2018 |
| Süzer Ö. | Gaziantep Yemekleri Üzerine Bir İçerik İncelemesi | Tez | 2018 |
| Işık İ. | Gastromilliyetçilik ve Markalaşma: Gaziantep Mutfağı Üzerine Bir Araştırma | Tez | 2019 |
| Demircioğlu E. | Gaziantep Mutfağında Dürüm Kültürünün Yeri | Tez | 2020 |

| | | | |
|---------------------|--|--------|------|
| Kaynak E. | Gaziantep Mutfağında Kırmızı Et Kültürü | Tez | 2021 |
| Kaya Ü ve Uyanık B. | Gastronomi Şehri Gaziantep: Yerel Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Unesco Kriterleri Kapsamında Değerlendirilmesi | Makale | 2022 |
| Baycar A. | Antep Fıstığı Ve Türevlerinin Gaziantep Yerel Gastronomik Kimliğindeki Yeri | Makale | 2022 |
| Hatay | | | |
| Şahin K. | Antakya geleneksel yemek kültürünün beslenme antropolojisi açısından incelenmesi | Tez | 2003 |
| Aytekin B. | İskenderun – Antakya Bölgesinde Yemek – İnsan ilişkisi Üzerine Bir Görsel Kültür Çalışması | Tez | 2009 |
| Şahin S. | Turizmde Gastronominin Ürün Çeşitlendirme Stratejisi Olarak Kullanımı: Hatay Örneği | Tez | 2016 |
| Canbolat C. | Hatay İlinde Yaşayan Farklı Dini İnançlara Mensup Bireylerin Gastronomik Etkileşimi | Tez | 2017 |
| Ejder M. | Türkiye Gastronomi Kültürü İçerisinde Hatay Mutfağı Ve Tuzlu Yoğurdun Yemeklerde Kullanımı | Tez | 2021 |
| Kurtar M. | Geleneksel Hatay Mutfağından Seçilen Yemeklerin Günümüzdeki Değişimlerinin Karşılaştırılmalı İncelenmesi | Tez | 2021 |
| Demirtaş N. | Hatay Mutfağı Yöresel Yemeklerinin Turizm İşletme Belgeli Lokanta Menülerinde Kullanımı: Antakya Örneği | Makale | 2022 |

Yukarıda adı geçen çalışma başlıklarından Gaziantep ile ilintili olanları daha çok turist görüşleri ve tutumları bağlamında çalışılmış olup arkeoloji, antropoloji ve sosyal medya konuları üzerine çalışmalar görülmektedir. Bu araştırmanın veri toplama tarihine kadar turistik materyallerin içerik analizine tabi tutulduğu bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, Gaziantep açısından ilk olma niteliği taşımaktadır. Hatay'ın ise Gaziantep'e nazaran daha kısıtlı bir alan yazınına sahip olduğu görülmekle beraber Turistik materyalleri baz alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda Hatay ili açısından da bu araştırma ilk olma niteliği taşımaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Keşifsel nitelikte bir araştırma olması ve mevcut kayıtlarda yer alan bilgileri belirli bir sistematik dahilinde ortaya koyuyor olması nitel araştırma tercihinde etkili olmuştur. Veri toplama yöntemi olarak belge (doküman) incelemesi yöntemi tercih edilmiştir. Nitel veri toplama süreçlerinde; çeşitli materyaller, belgeler, kayıtların derlenmesi ve incelenmesi belge inceleme yöntemi olarak adlandırılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2021). Örnek olarak belirli bir organizasyonda belge inceleme yöntemi ile veri toplanarak bir araştırma gerçekleştiriliyorsa yönetim kararlarına, yıllık raporlara vb. kayıtlara başvurulabilir (Silverman, 2000). Bu çalışma için Gaziantep ve Hatay İllerinde bulunan İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerine başvurularak turistler için kullanılan basılı materyaller temin edilmiştir. Bunun yanında İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin internet siteleri de araştırmaya dâhil edilerek araştırmanın kapsamı genişletilmiştir. Bu çalışmada analiz için nitel araştırmalarda kullanılan tekniklerinden bir tanesi olan içerik analizi kullanılmış ve tüm materyaller hem görsel hem yazılı belge bağlamında incelemeye tabi tutulmuştur.

Gerçekleştirilen analizde kullanılan tasnif kategorileri benzer yöntem kullanılarak yapılmış önceki çalışmalar (Okumuş B. ve Cetin G., 2018; Okumuş B. vd., 2018; Chen Q ve Huang R., 2013) baz alınarak oluşturulmuştur. İlgili çalışmalarda bulunan tasnif kategorileri incelenmiş

ve sonuç olarak araştırmada kullanılmak üzere bir tablo oluşturulmuştur. İlgili tablo aşağıda görülmektedir.

Tablo 2. İçerik Analizi Tasnif Kategorileri Tablosu

| | |
|--|---|
| Yiyecekler <ul style="list-style-type: none">• Yerel mutfak• Diğer Bölgesel Mutfaklar• Tarihi mutfak• Uluslararası mutfak• Organik yiyecekler• Araç-Gereçler• Baharatlar• Tarifler | İçecekler Genel <ul style="list-style-type: none">• Alkollü içecekler (Türk rakısı – Türk birası vd.)• Türk kahvesi• Alkolsüz içecekler (Çay-Ayran vd.) |
| Yeme Ortamları <ul style="list-style-type: none">• Yerel restoranlar• Yemek deneyimi• Gastronomi Turları• Özel yemek aktiviteleri (Yemek dersleri ve şovlar) | Festivaller <ul style="list-style-type: none">• Yerel yiyeceklerle ilgili• Yerel içeceklerle ilgili• Uluslararası yiyecek ve içeceklerle ilgili |
| Atmosfer <ul style="list-style-type: none">• Yiyecek pazarları• Yiyecek ve içecekleri yansıtan manzaralar• İnsanlar (şefler, yemek yiyen insanlar)• Yiyecek ve içeceklerle ilişkili eğlenceler• Yerel meyve ve sebzeler | Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı <ul style="list-style-type: none">• Çiğ yiyecekler• İçerik• Başlangıç• Ana yemek• Tatlılar |

Önceki tablolar referans alınarak oluşturulan tasnif tablosunun ana başlıkları ve alt başlıkları yukarıda görüldüğü gibidir. Toplanan materyaller (basılı ve görsel) incelenmiş ve ilerledikçe tematik olarak ilgili oldukları başlık altına kodlamalar yapılmıştır. Materyal incelemesi bitirildiğinde kodlamalar toplanmış ve nihai tasnif tablolarına ulaşılmıştır. Her bir materyal hem görseller hem de metinsel ifadeler bağlamında incelenmiş ve ayrı ayrı tablolarda gösterilmiştir.

Gaziantep ve Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinden temin edilmiş olan materyaller aşağıda kategorik olarak sıralanmıştır. Bu materyalleri elde etmek için kurumlarla görüşülmüş ve bu bağlamda ellerinde bulunan materyallerin hepsi temin edilmiştir.

Tablo 3. Analizde Kullanılan Materyallerin Tasnif Tablosu

| | |
|--|---|
| Gaziantep Materyalleri <ul style="list-style-type: none">Gaziantep İli Tanıtım BroşürüGaziantep İli Mutfağı BroşürüGaziantep İli Afişleri | Hatay Materyalleri <ul style="list-style-type: none">Hatay İli Tanıtım BroşürüHatay İli Turistik Yerler BroşürleriHatay İli Afişleri |
|--|---|

Gaziantep Şehir Haritası
Gaziantep Tanıtım CD'si
Gaziantep İl Kültür ve Turizm
Müdürlüğü İnternet Sayfası

Hatay Tanıtım CD'si
Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İnternet
Sayfası

Bu araştırmanın belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak veri toplama aşamasında ilgili kurumlar ile görüşülmüş ve baskısı bitmeyen bazı materyallerin olduğu bilgisi alınmıştır. İlgili materyaller araştırmaya dahil edilememiştir. İkinci olarak da bu araştırmanın verileri 2021 yılında toplanmış ve analiz edilmiştir. 2021 itibarıyla UNESCO Gastronomi Kenti olan 3 şehir (Gaziantep, Hatay ve Afyon) bulunmaktadır. Çeşitli maddi kısıtlardan dolayı Afyon çalışmaya dahil edilmemiş ve 2 şehir üzerinden araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu durum araştırmanın sınırlılıklarından birisidir.

Bulgular ve Tartışma

Yapılan analiz sonucunda görsel unsurlar özelinde ortaya çıkan dağılım aşağıdaki gibidir.

Tablo 4. Gaziantep ve Hatay Materyallerinde Bulunan Görsel Unsurlar Tablosu

| Kategoriler | Gaziantep | | Hatay | | Toplam |
|---|-----------|-----------|---------------------|-----------|--------|
| | Türkçe | İngilizce | Türkçe | İngilizce | |
| Yiyecekler | | | | | 15 |
| • Yerel Mutfak | 5 | 5 | 3 | 2 | |
| • Tarihi Mutfaklar | 4 | 4 | | | 8 |
| • Araç Gereç | 13 | 13 | 1 | 1 | 28 |
| • Baharatlar | 6 | 6 | 1 | 1 | 14 |
| | | | <i>Tema Toplamı</i> | | 65 |
| İçecekler | | | | | |
| • Türk Kahvesi | 4 | 4 | | | 8 |
| Atmosfer | | | | | |
| • Yiyecek ve İçecekleri Yansıtan Manzaralar | 32 | 32 | | | 64 |
| • İnsanlar (şefler, yemek yiyen insanlar) | 9 | 9 | 2 | 2 | 22 |
| | | | <i>Tema Toplamı</i> | | 94 |
| Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı | 20 | 20 | | | 40 |
| • Çiğ Yiyecekler | | | | | |
| • Ana Yemek | 48 | 48 | | | 96 |
| • Tatlılar | 40 | 40 | | 1 | 81 |
| • Yerel Meyve ve Sebzeler | 2 | 2 | 3 | 4 | 10 |
| | | | <i>Tema Toplamı</i> | | 227 |
| | | | <i>Genel Toplam</i> | | 394 |

Yukarıda yer alan tabloda Gaziantep ve Hatay İl Kültür Turizm Müdürlüklerinden elde edilen yazılı ve elektronik kaynaklarda ve İl Kültür Turizm Müdürlüklerinin web sitelerinde yer alan görsel içeriklerinin tablosuna yer verilmiştir. Bu içerikler 6 ana başlık altında incelenmiştir. İlgili ana başlıklardan 4 tanesine dair içerik tespit edilmiş olup, “Yeme Ortamları” ve “Festivaller” başlıkları ile ilgili görsel bir içeriğe rastlanmamıştır. İçerik tespit edilen başlıklar incelendiğinde; en fazla görsel içerik “Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı” başlığında tespit edilmiştir. Bunu sırası ile “Atmosfer”, “Yiyecekler” ve “İçecekler” başlıkları izlemiştir.

“Yiyecekler” boyutunda en sık kullanılan başlık yerel mutfaktır. Yerel mutfak başlığında Gaziantep materyallerinde 5 Türkçe, 5 İngilizce ve Hatay materyallerinde de 3 Türkçe 2 İngilizce içeriğe ulaşılmıştır. Tarihi mutfak başlığında İngilizce ve Türkçe 4’er tane görsele rastlanmıştır. Araç-Gereç kategorisinde Türkçe ve İngilizce Gaziantep materyallerinde 13’er tane içeriğe ulaşılırken, Hatay’da Türkçe ve İngilizce materyallerde birer adet görsel tespit edilmiştir. Diğer bölge mutfakları, organik yiyecekler ve tarifler başlığına uygun görsel tespit edilememiştir. “İçecekler” boyutu altında sadece Türk Kahvesi başlığında içerik tespit edilmiş olup, Gaziantep’te Türkçe ve İngilizce olarak 4’er tane görsel tespit edilmiştir. Genel, alkollü içecekler, Alkolsüz içecekler(çay-ayran) kategorilerinde iki şehide de içerik tespit edilememiştir.

“Özel Yemek Aktiviteleri” ve “Festivaller” boyutu altında her iki şehirde de içerik tespit edilememiştir.” Atmosfer” boyutu altında yiyecek ve içecekleri yansıtan manzaralar başlığında Gaziantep’te İngilizce ve Türkçe olarak 32’şer adet görsel tespit edilmiştir. İnsanlar başlığı altında Gaziantep’te 9’ar tane Gaziantep, 2’şer tane Hatay da içerik tespit edilmiştir. Atmosfer boyutunda, yiyecek pazarları ve yiyecek ve içeceklerle ilişkili eğlenceler başlıklarında içerik tespit edilmemiştir. “Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı” boyutu en fazla içeriğin yer aldığı boyuttur. Çiğ yiyecekler başlığında Gaziantep’te Türkçe ve İngilizce olarak 20’şer görsel tespit edilmiştir. Ana yemek başlığında Gaziantep’te 48’er adet görsel bulunurken, tatlılar başlığında 40’ar adet görsel bulunmuştur. Yerel meyve ve sebzeler başlığında Gaziantep’te 2’şer adet görsel bulunurken, Hatay’da Türkçe materyallerde 3, İngilizce materyallerde 4 görsel tespit edilmiştir.

Tablo 5. Gaziantep ve Hatay Materyallerinde Bulunan Yazılı Unsurlar Tablosu

| İfadeler | Gaziantep | | Hatay | | Toplam |
|--|-----------|-----------|--------|-----------|--------|
| | Türkçe | İngilizce | Türkçe | İngilizce | |
| Yiyecekler | | | | | |
| • Yerel mutfak | 23 | 23 | 3 | | 49 |
| • Tarihi mutfak (Persler) | 7 | 7 | | | 14 |
| • Araç Gereç | 4 | 4 | | | 8 |
| • Baharatlar | 2 | 2 | 1 | | 5 |
| • Tarifler | 16 | 16 | | | 32 |
| <i>Tema Toplamı</i> | | | | | 108 |
| İçecekler | | | | | |
| • Türk kahvesi | 2 | 2 | | | 4 |
| Yeme Ortamları | | | | | |
| • Yerel restoranlar | | | 1 | | 1 |
| Atmosfer | | | | | |
| • Yiyecek ve içecekleri yansıtan manzaralar | 2 | 2 | 1 | | 5 |
| • İnsanlar (şefler, yemek yiyen insanlar) | | | 1 | | 1 |
| • Yiyecek ve içeceklerle ilişkili eğlenceler | 1 | 1 | | | 2 |
| <i>Tema Toplamı</i> | | | | | 8 |
| Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı | | | | | |
| • Çiğ yiyecekler | 9 | 9 | | | 18 |

| | | | | |
|---------------------------|---|---|---|-----|
| • Ana yemek | 5 | 5 | | 10 |
| • Tatlılar | 6 | 6 | 1 | 13 |
| • Yerel meyve ve sebzeler | 2 | 2 | | 4 |
| <i>Tema Toplamı</i> | | | | 45 |
| <i>Genel Toplam</i> | | | | 166 |

Yukarıda yer alan tabloda Gaziantep ve Hatay İl Kültür Turizm Müdürlüklerinden elde edilen yazılı ve elektronik kaynaklarda ve İl Kültür Turizm Müdürlüklerinin web sitelerinde yer alan metin içeriklerinin tablosuna yer verilmiştir. Bu içerikler 6 ana başlık altında incelenmiştir. İncelenen ana başlıklardan 5 tanesine ait yazılı içeriğe rastlanırken, “Festivaller” ana başlığı ile ilgili yazılı bir içerik tespit edilememiştir. İlgili yazılı materyaller incelendiğinde en fazla içeriğin “Yiyecekler” boyutunda olduğu görülmüştür. Bunu sırası ile “Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı”, “Atmosfer”, “İçecekler” ve “Yeme Ortamları” takip etmiştir.

“Yiyecekler” boyutu incelendiğinde, Yerel Mutfak başlığında Gaziantep’te Türkçe ve İngilizce 23’er adet içerik tespit edilirken, Hatay’da yalnızca Türkçe materyallerde 3 içerik tespit edilmiştir. Tarihi Mutfaklar başlığında Gaziantep materyallerinde 3’er adet İngilizce ve Türkçe içerik yer alırken, Hatay materyallerinde bu başlıkta içerik tespit edilememiştir. “Araç Gereçler” başlığında Gaziantep’te 4’er adet içerik tespit edilirken, Hatay materyallerinde bu başlık özelinde içerik bulunmamıştır. Baharatlar başlığında Gaziantep materyallerinde 2’şer adet içerik tespit edilirken, Hatay materyallerinde yalnızca 1 adet Türkçe içeriğe rastlanmıştır. “Tarifler” başlığında Gaziantep materyallerinde 16’şar adet Türkçe ve İngilizce içerik tespit edilirken, Hatay’da bu başlıkta içeriğe rastlanmamıştır. “Yiyecekler” boyutunda, Diğer Bölgesel Mutfaklar ve Organik Yiyecekler başlıklarında iki şehirde de herhangi bir içeriğe rastlanmamıştır.

“İçecekler” boyutunda, Türk Kahvesi başlığında Gaziantep materyallerinde Türkçe ve İngilizce olarak 2’şer adet içeriğe rastlanmıştır. Genel, Alkollü İçecekler (Türk Rakısı- Türk Bırası vd.) ve Alkolsüz İçecekler (Çay-Ayran vd.) başlığında iki şehir materyallerinde de içeriğe rastlanmamıştır. “Yeme Ortamları” boyutunda ise, Yerel Restoranlar başlığında Hatay materyallerinde Türkçe olarak 1 içeriğe ulaşılmış, Gaziantep materyallerinde herhangi bir içeriğe rastlanmamıştır. Yemek Deneyimi, Gastronomi Turları ve Özel Yemek Aktiviteleri başlıklarında her iki şehirde de herhangi bir içerik bulunmamaktadır.

“Festivaller” boyutu ve alt başlıklarında her iki şehirde de herhangi bir içerik tespit edilememiştir. “Atmosfer” boyutunda, Yiyecek ve İçecekleri Yansıtan Manzaralar başlığında Türkçe ve İngilizce olarak Gaziantep materyallerinde 2’şer tane içeriğe rastlanırken, Hatay materyallerinde ise sadece 1 Türkçe materyale rastlanmıştır. İnsanlar (Şefler, Yemek Yiyen İnsanlar) başlığında Yalnızca Hatay Materyallerinde 1 Adet Türkçe materyale rastlanmış, Gaziantep materyallerinde herhangi bir içerik tespit edilememiştir. Yiyecek ve İçeceklerle İlişkili Eğlenceler başlığında, Türkçe ve İngilizce olarak Gaziantep materyallerinde birer adet içerik tespit edilmiş, Hatay Materyallerinde herhangi bir içerik görülemediği. Yiyecek Pazarları başlığında her iki şehirde de bir içerik tespit edilememiştir.

“Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı” boyutu incelendiğinde, Çiğ Yiyecekler başlığında Türkçe ve İngilizce olarak Gaziantep materyallerinde 9’ar adet içerik tespit edilmiş, Hatay’da ise rastlanmamıştır. Ana Yemekler başlığına bakıldığında Gaziantep materyallerinde 5’er adet içeriğe rastlanmıştır. Aynı şekilde Gaziantep materyallerinde Tatlılar başlığında 6’şar, Yerel Meyve ve Sebzeler başlığında 2’şer adet içerik tespit edilmiştir. Bu başlıklar altında, Hatay materyallerinde herhangi bir içeriğe rastlanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Destinasyon pazarlamasında son dönemlerde gastronomik değerler giderek ön plana çıkmaktadır. Gastronomik değerler bazı destinasyonlar için destekleyici rol görevi görürken, bazı destinasyonlar kendilerini gastronomi destinasyonu olarak konumlandırmaktadırlar. Çalışmada incelenen Gaziantep ve Hatay'da UNESCO tarafından gastronomi özelinde tescillenmiş, önemli gastronomi destinasyonlarından. Tescil edilmiş bu destinasyonların tanıtım materyallerinde nasıl pazarlandığı, hangi noktaların ön plana çıkarıldığı ve hangi hususlara daha az yer verildiğinin bilinmesi önemlidir. İlgili materyallerin tasnifini gerçekleştirmek ve hangi temaların ne kadar işlendiğini belirlemek de bu çalışmanın amaçları arasındadır.

Materyallerin görsel ve yazılı olarak içerik analizine tabi tutulması noktasında önceki çalışmalarda kullanılan tasnif tabloları incelenerek bir tablo oluşturulmuştur. Bu tablo kapsamında 6 ana başlık altında alt başlıklar ile tasnif işlemi gerçekleştirilmiştir. İncelenen materyallerde hem görsel hem de basılı materyallerde içerik tespit edilemeyen tek başlık "Festivaller" olmuştur. Bölge gastronomisinin festival açısından fazlaca ürün ve gelenek barındırdığını söylemek mümkündür. Mevcut ulusal ve uluslararası festivallerin tanıtım materyallerine eklenmesi, destinasyonun gastronomi turistlerini çekebilmesi açısından önemlidir. İlgili materyallere ve web sayfalarına gerçekleştirilen festivaller ile ilgili fazlaca görsel ve bilgilendirici içerik eklenmelidir. Zira festival turizmi açısından ve gastronomi turizminin desteklenmesi açısından bu husus önemlidir.

İlgili kaynaklar incelendiğinde az içeriğe rastlanan bir diğer başlık da "Yeme Ortamları" olmuştur. İlgili başlıkta görsel materyallerde sadece Hatay'da 1 adet içerik tespit edilmiştir. Bu ana başlığı oluşturan alt başlıklar yerel restoranlar, yemek deneyimi, gastronomi turları ve yemek dersleri, şovları başlıkları gastronomi turizmi açısından önemli başlıklardır. Son dönemlerde turistlerin gastronomi beklentileri çeşitlenmiş ve sadece yemek yemekten öte, gittikleri destinasyonların yemeklerini öğrenme boyutuna geçmiştir. Bu kapsamda ilgili şehirlerde yer alan kamu ve özel yemek kurslarının, gerçekleştirilen workshopların, yemek şovlarının tanıtım materyallerinde yer alması gerekmektedir. Bu yolla turistler tatil programlarına ilgili aktiviteleri ekleyebilecek ve bu yolla gastronomi turizmine katkı sağlayabileceklerdir. Benzer şekilde bölgede gerçekleştirilen gastronomi turlarının da görsel ve yazılı olarak materyallerde yer almadığı görülmüştür. Daha önce gerçekleşmiş turların görsel ve yazılı olarak tanıtım araçlarında yer alması, bölgeye gelmeyi düşünen turistlere örnek teşkil etmesi açısından önemlidir. İlgili ana başlığın alt başlıklarından olan yerel restoranlar da gastronomi turizmi açısından hayati derece önemlidir. Turistlerin gittikleri destinasyonlarda alışıl gelmişin dışında yerel lezzetleri denemek istedikleri bilinmektedir. Bu tip lezzetlerin bulunabileceği yerel restoranların ilgili tanıtım materyallerinde daha çok kullanılması gerekmektedir. Bu yolla turistler doğru adreslere yönlendirilebilecek ve yerel gastronomi kültürüne katkı yapılarak canlı kalması sağlanacaktır.

İçecekler ana başlığı incelendiğinde sadece Türk Kahvesi alt başlığında içeriğe rastlanmış ve Alkollü İçecekler (Türk rakısı, Türk birası vd.), Alkolsüz İçecekler (Çay, Ayran vd.) alt başlıklarında yazılı ve görsel içeriğe rastlanmamıştır. Türk Kahvesi incelendiğinde sadece Gaziantep'te içeriğe rastlanmış Hatay materyallerinde içeriğe rastlanmamıştır. Benzer şekilde Alkollü ve Alkolsüz içecekler alt başlıklarında da görsel ve yazılı içerik bulunamamıştır. Gastronomi turizmi için içeceklerde oldukça önemli ürünlerdir. Güzel bir yemek deneyimi, iyi bir yemek ve buna eşlik eden kaliteli bir içecek ile mümkündür. Zengin içecek kültürüne sahip bu şehirlerin özel içeceklerinin tanıtım materyallerinde bulunması önemlidir. Bu yolla gastronomik değerler turist kitlesine doğru şekilde aktarılabilir ve bölgenin içecek kültürü hareketli kalabilir. Türkiye'nin ikonik unsurlarından olan Türk Kahvesi'nin de materyallerde

daha çok kullanılması önemlidir. Bölgeye özel çeşitleri olan Türk Kahvesi yazılı ve görsel olarak tanıtım araçlarında daha çok kullanılmalıdır.

İlgili materyallerde “Atmosfer” başlığı altında yeterli sayıda içerik paylaşılmıştır. Fakat buradaki içerikler genellikle belirli alt başlıklarda toplanmış ve yerel pazarlar alt başlığında içeriğe rastlanmamıştır. Bir destinasyonun gastronomi kültürünün önemli parçaları yerel gıdalar ve bu gıdaların bulunabildiği yerel yiyecek pazarlarıdır. İlgili pazarlara ait özellikle görsel unsurların ve konum bilgilerinin tanıtım materyallerinde yer alması gerekmektedir. Bu yolla bu konuya ilgi duyan turistlerin dikkati çekilebilir ve yönlendirme yapılabilir. İlgili aktivite ile yerel pazarlara, yerel gastronomiye ve yerel üreticiye de katkı sağlanacaktır.

İncelenen içeriklerde “Yiyecekler” boyutunda yeterli içeriğin kullanıldığı ve dağılımın da iyi olduğu gözlemlenmiştir. Yiyecekler başlığı altında tartışılması gereken bir husus tarifler olabilir. Günümüzde iletişim kanalları çok artmış ve bilgiye ulaşmak kolaylaşmıştır. Yemek tarifi paylaşmak yerine, daha tanıtıcı diğer alt başlıklara odaklanmak düşünülebilir. İlgili konularde yapılacak çalışmalarda incelenebilir ve nihai karar verilebilir. Benzer şekilde “Yiyecek ve İçeceklerin Kapsamı” ana başlığında da yeterli düzeyde içeriğin ve dağılımın olduğu gözlemlenmiştir. Bu iki ana başlıkta yer alan temalarla ilgili içerik kullanmaya bundan sonra da devam edilmelidir.

Bir destinasyonun pazarlanmasında, tanıtım materyallerinin önemi büyüktür. İlgili basılı ve elektronik araçlar turistlere destinasyon hakkında bilgi vermekte ve tanıtım faaliyeti gerçekleştirmektedir. Bu sebeple ilgili materyallerde, pazarlanan destinasyonlarının niteliklerinin doğru şekilde aktarılması önemlidir. UNESCO tarafından Gastronomi alanında tescillenmiş kentler olan Gaziantep ve Hatay’ın, tanıtım materyallerinde gastronomik içeriklerin kentlerin niteliğini doğru şekilde yansıtılması önemlidir. Bu sebeple ilgili materyallere içerik analizi uygulanmış, güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda yeni seçilen gastronomi kentleri de (Afyon) eklenerek ilgili incelemeye devam edilebilir. Günümüzün ayrılmaz bir parçası haline gelmiş sosyal medya hesapları üzerinden de tanıtım içerikleri incelenebilir.

Kaynakça

- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O., Benli, S. (2015). Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi: Hatay'ı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları, yiyecek-içecek deneyimleri ve seyahat memnuniyetleri üzerine bir araştırma. 1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye, Vol. 3, 448-464
- Alonso, A. D. & Liu, Y. (2011). The potential for marrying local gastronomy and wine: the case of the ‘Fortunate Islands’, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974–981
- Aytekin, B. (2009). İskenderun – Antakya bölgesinde yemek – İnsan ilişkisi üzerine bir görsel kültür çalışması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kadir Has Üniversitesi
- Babat., D. (2012). Şehirlerin turizm ürünü olarak markalaştırılması: Hatay örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla
- Baran, D. (2016). gaziantep mutfağı üzerine halk bilimsel bir inceleme (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi

- Bayrakçı, S. (2014). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret niyetlerine etkisi: Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi
- Baycar, A. (2022). Antep fıstığı ve türevlerinin gaziantep yerel gastronomik kimliğindeki yeri, *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2): 749 – 764
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2003). Policy, support, and promotion for food related tourism initiatives: A marketing approach to regional development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Canbolat, C. (2019). Hatay ilinde yaşayan farklı dini inançlara mensup bireylerin gastronomik etkileşimi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi
- Canbolat, C. ve Yaman, M. (2017). Hatay ilinde yaşayan farklı dini inançlara mensup bireylerin gastronomik etkileşimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1): 96-104
- Çimen, H., Kılıç, A., Baykal, D. (2016). Gastronomi turizmüne yönelik ilgi ve Hatay mutfağının farkındalık düzeyi: üniversite öğrencileri örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 30 (30), 103-114.
- Demircioğlu, E. (2020). Gaziantep mutfağında dürüm kültürünün yeri (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Demirtaş, N. (2022). Hatay mutfağı yöresel yemeklerinin turizm işletme belgeli lokanta menülerinde kullanımı: Antakya örneği. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 14(53), 115-125
- Düzgün, E., Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya’dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1): 41-47
- Ejder, M. (2021). Türkiye gastronomi kültürü içerisinde hatay mutfağı ve tuzlu yoğurdun yemeklerde kullanımı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi
- Eren, D. (2011). Alternatif bir turizm çeşidi olarak mutfak turizminin değerlendirilmesine ilişkin sektör temsilcilerinin görüşlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Düzce.*
- Ertopçu, İ. (2017). Yerli turistlerin yöresel restoranları tercih etme nedenleri: Gaziantep ili örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gaziantep Yemekleri (2016). T.C. Gaziantep Valiliği
- Giritlioğlu, İ. ve Karaman, M. (2017). Gaziantep mutfağına yerli turistlerin bakış açılarına yönelik bir araştırma. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 387-412.
- Gökdeniz, A. (2017). UNESCO süreçleri ve bir başarı hikâyesi; “Ayvalık endüstriyel peyzaj” başlığı ile geçici liste ’de (tentative list). *International Journal Of Social and Economic Science*, 7(1): 26-33
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26: 24-30

- Güneş, G., Ülker, H.İ., & Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya.
- Gürbüz, S., Şahin, F. (2019). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (Felsefe-Yöntem-Analiz). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Güzel Şahin, G., Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73
- Işık, I. (2019). Gastromilliyetçilik ve Markalaşma: Gaziantep Mutfağı Üzerine Bir Araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi
- Karadeniz, G. (2002). UNESCO Türkiye milli komisyon tarihi ve somut olmayan kültürel miras çalışmaları. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karakış, Ş. (2016). Tüketici davranışı olarak gaziantep'te piknik (sahre) kültürü üzerine bir saha araştırması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Karaman, M. (2017). Yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarının tespit edilmesine yönelik bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Kargiglioğlu, Ş. (2015). Gaziantep’te gastronomi turizmi: gaziantep’i gastronomi turizmi kapsamında ziyaret eden yerli turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
- Kaya, Ş. (2016). Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Kaya, Ü ve Uyanık, B. (2022). Gastronomi şehri Gaziantep: yerel yiyecek-içecek işletmelerinin UNESCO kriterleri kapsamında değerlendirilmesi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 269-287
- Kaynak, E. (2021). Gaziantep mutfağında kırmızı et kültürü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Kaypak, Ş. ve Uçar, A. (2021). Antakya kentinin yemek kültürüne bakışı. *International Journal of Academic Value Studies*, 4, (18): 190-202. ISSN:2149-8598.
- Kozak, N. (2008). Turizm pazarlaması. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kurtar, M. (2021). Geleneksel Hatay mutfağından seçilen yemeklerin günümüzdeki değişimlerinin karşılaştırılmalı incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ayyansaray Üniversitesi
- Leventoğlu, S. (2006). Gaziantep Hasan Süzer Etnografya Müzesi’nde Bulunan Orta çağ ve Sonrası Döneme Ait Madeni Mutfak Kapları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi
- Oğuz, S. (2016). Gastronomi turizminde stratejik gelişme: Doğu Akdeniz bölgesi perspektifi, Yayınlanmamış doktora tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Okumuş B. ve Cetin G. (2018). Marketing İstanbul as a culinary destination. *Journal of Destination Marketing & Management Article in Press*.
- Okumuş B., Xiang Y. , Hutchinson J. (2018). Local cuisines and destination marketing: cases of three cities in Shandong, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 23(6) 584-599.

- Okumuş F. Kock G., M. G. Scantlebury M., Okumuş B. (2013). Using local cuisines when promoting small Caribbean Island destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30:410–429.
- Rand, G.E., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3/4), 97-112.
- Seyitoğlu, F., Çalışkan, O. (2014). Turizm literatüründe Türk Mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4):23-35.
- Silverman, D. (2000). *Doing qualitative research: a practical handbook*, London: SAGE.
- Solunoğlu, A. (2018). Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tutumları: Gaziantep ve İstanbul örnekleri (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi
- Sormaz, Ü. ve Kaya, Ş. (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları: Gaziantep örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 304-323.
- Sürücüoğlu, M. S.; Özçelik, A. Ö. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. 38. İcanas Kongresi., 10-15 Eylül, 1289-1310. Ankara.
- Süzer, Ö. (2018). Gaziantep yemekleri üzerine bir içerik incelemesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Şahin, K. (2003). Antakya geleneksel yemek kültürünün beslenme antropolojisi açısından incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mustafa Kemal Üniversitesi
- Şahin, K. (2012). Hatay mutfak kültürü ve yemekleri, Hatay Valiliği, Hatay.
- Şahin, S. (2016). Turizmde gastronominin ürün çeşitlendirme stratejisi olarak kullanımı: hatay örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi
- Şavkay, T. (1998). Gaziantep Mutfağı, 24, <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/3747/001503274006.pdf?sequence=3> (07.04.2018)
- Şengül, S., Türkay, O. (2018). Yöresel mutfak marka değeri algısının destinasyon farkındalığı ve destinasyon sadakati üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 22(1): 223-235
- Şimşek, A. ve Selçuk, G. N. (2018). Gastro turistlerin tipolojisinin belirlenmesi: Gaziantep ölçeğinde bir uygulama. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.
- Taşkın, E. (2016). Yöresel yemeklerin standartlaştırılması üzerine bir çalışma: Gaziantep (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi
- Taştan, H., İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın UNESCO gastronomi şehri olmasıyla ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(3):384-393.
- Telfer, D. J. (2000). Tastes of Niagara: building strategic alliances between tourism and agriculture. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 1.1, 71-88
- Tuç, Z. (2017). Yeme İçme kültürünün sosyal medya aracılığıyla yeniden üretimi üzerine bir araştırma: Gaziantep ili örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi

- Tuç, Z. ve Özkanlı, O. (2017). Yeme içme kültürünün sosyal medya aracılığıyla yeniden üretimi üzerine bir araştırma: Gaziantep İli Örneği. *Kent Akademisi*, 10(30), 216-239.
- Türk, H. (2002). Nusavrilik (Arap Aleviliği) ve Nusayrilerde hızır inancı. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Türkay, O. (2014). Destinasyon yönetimi: Yönetim bilim bakış açısıyla işlevler, yaklaşımlar ve araçlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ustakara, F. ve Burhan, E. (2017). Toplumsal iletişim kurumu olarak kahvehanelere dair bir araştırma: Gaziantep örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 210-226.
- UNESCO. Kategorilere Göre Rehber Kriterler.http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/654856489614563.pdf (31.03.2018)
- UNESCO. Yaratıcı Şehirler Ağı Hakkında.http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/yshakkinda.pdf (31.03.2018)
- Xiaomin, C. (2017). “City of gastronomy” of UNESCO creative cities network: From international criteria to local practice, (55-65).