

Yerel Gastronomik Kimlik Oluşum Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği

Abdullah BAYCAR

Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
abaycar@siirt.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4995-2275

Geliş tarihi / Received: 30.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 13.04.2022

Öz

Bu çalışmadaki amaç, gastronomi müzelerinin yerel gastronomik kimlik oluşumundaki önemini Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneğiyle ortaya koymaktır. Çalışma kapsamı, Safranbolu Türk Kahve Müzesi ve müzenin barındırdığı obje ve hizmetlerdir. Bu çalışmada; müzenin bulunduğu yöre, müze binası, müze materyalleri ve sunduğu hizmetlerin folklorik ve antropolojik anlamları müze gezi gözlemleri, müze çalışan anlatımları ve baristaların aktarımlarıyla irdelenmiştir. Birincil kaynaklara ek olarak, ikincil kaynaklar olarak müze kurucu ve çalışanların yerel ve ulusal medya platformlarına verdikleri röportajlardan istifade edilmiştir. Sosyal medya platformları analiz edilerek konukların deneyim paylaşımları ve yorumlarıyla gastronomik kimlik etkileri saptanmaya çalışılmıştır. Müzede yerel, ulusal ve ulus ötesi anlam ifade eden birçok varlığın geleneksel yapıda modern olarak arz edildiği saptanmıştır. Bu tür müzeler, kültürel mirasın korunup gelecek nesillere aktarılmasında bir araç olacağı gibi yerli ve yabancı turistlerin yiyecek ve içecek deneyimlerini en üst düzeyde yaşamalarına olanak sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi müzeleri, gastronomik kimlik, Safranbolu, Türk kahvesi

Gastronomy Museums as a Formation Element of Local Gastronomic Identity: The Case of Safranbolu Turkish Coffee Museum

Abstract

This study aims to show the importance of gastronomic museums in forming a local gastronomic identity with the case study of Safranbolu Turkish Coffee Museum. The scope of the study was Safranbolu Turkish Coffee Museum and the objects and services hosted by the museum. The museum's region, the museum building, the museum materials, and the folkloric and anthropological meanings of the services it offers were examined through museum tour observations and museum employee narratives. In addition to the primary sources, interviews given by the museum founders and employees to local and national media platforms were used. The effects of the guests' experience and comments on gastronomic identity were determined by analysing the social media platforms. Many assets that have local, national and transnational meanings in the museum have been presented by a modern presentation in a traditional building. These kinds of museums are a tool for preserving the existing cultural heritage transferring it to future generations and providing the opportunity for local and foreign tourists to experience food and beverage experiences.

Keywords: *Gastronomic identity, gastronomy museums, Safranbolu, Turkish coffee*

Giriş

Yerel gastronomik kimlik, baskın anlayıştan ayrılan yörenin kendine has doğal ve beşerî niteliklerin kombinasyonu ile oluşmaktadır (Yılmaz, 2017). Gastronomik kimliğin oluşumu; yerel gelişim, yatay gelişim, dikey gelişim ve çapraz gelişim aşamalarına ait unsurların teşekkülüyle değerlendirilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002).

Gastronomik kimlik unsurlarının turizmde önemli bir gelir kaynağı olabilmeleri için yatay gelişim aşamalarını aşmış ve daha üst aşamalara ulaşmaları gerekmektedir. En üst gelişim aşaması olan çapraz gelişim aşaması, yiyeceğin farklı bir turizm aktivitesiyle bütünleştirildikten sonra ulusal ve/veya uluslararası boyutta markalaşması sonucu sunulmaya eriştiği seviyedir (Nebioğlu, 2017). Gastronomi müzeleri; yerel ve yatay gelişim aşamalarını aşmış dikey gelişim aşamasındaki gastronomik unsurların bir başka turizm faaliyeti olan müzecilikle bütünleşerek ortaya çıktığı üçüncü seviyeye ulaşmış yapılarıdır (Hjalager ve Richards, 2002).

Altı yüz yıllık geçmişiyle kendine özgü kavurma yönteminin farklılaşmasıyla markalaşan Türk kahvesi, Türk içecek kültürünün önemli bir parçası durumuna ulaşmış bir niteliktedir (Hatipoğlu ve Batman, 2014). Kahve; özgül kavurma yöntemlerine farklı hammadde, ek bileşen ve aroma ilavesi, öğütme biçimi, pişirme tekniği, cezveleri, sunuş şekli, telvesi, tüketim zaman ve amacı gibi elementler ilave edilerek mutfak kültüründe yerini derinleştirmiştir (Bayeramova, 2019). Kız isteme ve taziye merasimi gibi özel günlerde tüketim adetleri edinilmesi kahveye taklit edilemeyecek folklorik bir boyut kazandırmıştır (Cengiz ve Lopar, 2020).

Turistlerin, farklı yemekleri deneyimlerken o yemeklerin kültürel niteliklerini öğrenme talebine cevap vermesi açısından gastronomik müzelerin önemi büyüktür (Hjalager ve Richards, 2002; Ser, 2020). Yiyecek kültürünün müze gibi turistik ve kültürel niteliklerle kombine edilmesi hem ürünlerin hem de destinasyonun katma değerlerini artırmaktadır. Gastronomi müzeleri

hem yerel hem de uluslararası ziyaretçilerin tatminini de artırmaktadır (Ser, 2020). Gastronomi müzeleri; yiyeceklerin tarihi geçmişi, pişirme yöntemleri, çeşitleri, yöre kültüründeki yerleri ve hikâyelerinin sergilendiği yerlerdir (Prentice, 1993). Tüketim olanaklarının müzelerle entegre edilmesi hem turistin kalış süresini uzatmakta hem de harcama miktarını artırmaktadır (Chepurda ve Savchenko, 2020; Hjalager ve Richards, 2002; Prentice, 1993). Kültür turizmi için önemli destinasyonlardan biri olan Safranbolu, UNESCO Dünya Miras Listesi içinde yer alan müze kentlerden birisidir (Özmen ve Eren, 2020; Kiper ve Arslan, 2007). Tarih, kültür, doğa ve inanç gibi birçok turizm çeşidine elverişli olanakları mevcuttur (Gürbüz, 2002). Safranbolu; tarihi yapı restorasyon çalışmaları, yeni konaklama yerleri, restoranlar, ören yerleri, rekreasyon faaliyetleri ve müze gibi turizm yatırımlarıyla son yıllarda turizm sektöründe cazibesini daha da artırmaktadır (Gürbüz, 2011; Karakaya ve Akbulut, 2010).

Safranbolu Türk Kahve Müzesi; tarihi bir binada Türk ve dünya kahve kültürüne ait objeleri nostaljik bir esintinin modern tekniklerle sergilendiği bir müzedir. Ayrıca Safranbolu Türk Kahve Müzesi'nde birçok Türk kahve çeşitlerinin hazırlanıp sunulduğu ve satışının yapıldığı hizmetler de mevcuttur. Bu vasıflarıyla Safranbolu Türk Kahve Müzesi, Türk kahvesine ait unsurları çok yönlü deneyimleme olanakları sağlamaktadır. Gastronomiyi müzecilikle bütünleştiren Safranbolu Türk Kahve Müzesi, Hjalager ve Richards'ın (2002) kimlik sınıflandırmasına göre dikey gelişim aşamasında bir unsurdur. Bunun yanında Safranbolu Türk Kahve Müzesi, UNESCO somut olmayan kültürel miras listesinde ilk Türk içeceği olan kahvenin; korunması, tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynadığı gibi turizm destinasyonları için çekicilik unsuru olarak sür-

dürülebilir turizme katkı sağlamaktadır (Bozgaıcı ve Çevik, 2021).

Bu çalışmada; gastronomi müzelerinin Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneğiyle yerel gastronomik kimlik oluşumu üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında müzeye ait objeler ve temsil ettikleri kültürel miras incelenmiştir. Müzeyi deneyimleyen ziyaretçilerin yorum ve tecrübeleri sosyal medya platformları vasıtasıyla analiz edilmiştir. Ayrıca, geleneksel yazılı ve görsel medya araçları (haber ve belgeselleri) analiz edilerek elde edilen veriler çalışma bulgularına dâhil edilmiştir. Çalışmadaki amaç, kahve müzesi örneğiyle bu tür müzelerin gastronomik kimlik oluşumunda yeri ve etkisini açığa çıkararak ulusal düzeyde potansiyeli olan birçok ürünün müze kurulum ihtiyacına yön oluşturmaktır.

Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Kimlik Oluşumu

Deniz, kum ve güneş anlayışı içerisinde yer alan kitle turizm faaliyetlerine zamanla sağlık, kültür, eko, spor, kongre ve inanç gibi alternatif turizm faaliyetleri de eklenmiştir. Her geçen gün alternatif turizm faaliyetlerine yenileri eklenmeye devam etmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014). Son strateji ise farklı turizm çeşitlerinin uyumlu bir destinasyonla bütünleştirilerek sunulmasıdır (Şengel, 2020). Gastronomi, her çeşit turizm faaliyetiyle bütünleştirilebilecek bir esneklik mahiyetine sahiptir (Alpaslan, vd., 2018; Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017; Sevimli, vd., 2021). *Gastro* (mide) ve *nomos* (kaide) kelimelerinden türetilen gastronomi, “*temelinde belirli kültürlerin yansımaları olan, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimiyle ilgili bir sanat ve bilim dalı*” şeklinde tanımlanmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2015). Sarıışık ve Özbay'ın (2015) gastronomi turizmi için derlemiştir olduğu tanımlarından yaptığı çıkarıma göre

bu çeşit turisti güdüleyen motivasyon aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Lokal mutfak kültür ve gelenekleri deneyimlenerek öğrenme,
- Yeni öğün sistemleri ve yeme biçimleri keşfetme,
- Sıra dışı lezzetleri tatma ve pişirme tekniklerini görme.

Gastronomi turizmi, yemek kültürünün odakta olduğu bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi destinasyonun ikincil veya diğer alt amaçları arasındayken, son zamanlarda tercih edilen destinasyonun lokal yiyecek ve içeceklerinin hazırlanması, pişirilmesi ve sunumuyla ilgili gerçekleştirilen özel ilgi turlarıyla birincil amaç olarak alternatif turizm çeşitleri arasında konum edinmeye başlamıştır (Zengin, Uyar ve Erkol, 2015). Gastronominin, turizmin ana motivasyon kaynağı ve parçası olduğu bilinmektedir (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronomi turizmi; yerel nitelikteki restoranlar, patent ve tescillenmiş yiyecek-içecekler, yerel yemek-içecekler, ürün toplama faaliyetleri (hasat, bağbozumu vb.), tadım turları, yemek festivalleri, yemek yarışmaları, gastronomi müzeleri ve mutfak eğitimi veren kurum ve kuruluşlar gibi birçok faktörü kapsar (Şengül, 2017). Gastronominin dünyada turizm gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturduğu da bilinmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014). Gastronomi turizm unsurları, moleküler gastronomi gibi modern elementler olabileceği gibi çoğu zaman kırsal nitelik unsurlarıyla ön plana çıkmaktadır (Baycar, 2021a).

Gastronomik kimlik (yeme ve yemek lezzet profilleri, görgü kuralları, yemek tarifleri, bileşenlerin ve tekniklerin füzyonu, yemek dizayn ve stilleri) Harrington'a (2005) göre çevre (coğrafya, iklim, mikroklima, yerel ürünler, ürün adaptasyonları ve yeni ürünler gibi) ve kültürün

(tarih, etnik çeşitlilik, deneyimler, inovasyonlar, kabiliyet, gelenek, inanç ve değerler gibi) sentezinden meydana gelmektedir. Yöresel özgünlüğü ifade eden gastronomik kimliğin teşekkülü taklit edilemeyen seviyeye ulaşmasıyla tanıtım ve markalaşma olanaklarına ulaşmaktadır (Danhi, 2003).

Gastronomik kimlik için geliştirilen birçok değerlendirme yöntemi mevcuttur. Hjalager ve Richards (2002) ise gastronomik kimliği yerel, yatay, dikey ve çapraz aşamada sınıflandırmıştır. Herhangi bir unsurun yöreselliğini ifade eden ilk aşama (yerel gelişim aşaması) yöreye ait işleme ve üretimle ikinci aşamaya (yatay gelişim aşaması), farklı bir turizm faaliyeti ile birleşme ve bütünleşmeyle üçüncü aşamaya (dikey gelişim aşaması), markalaşma ve sürdürülebilirlik kazanmakla en üst aşamaya (çapraz gelişim aşaması) erişebilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002; Nebioğlu, 2017). Hjalager ve Richards'ın (2002) gastronomik kimlik sınıflandırması aşağıdaki gibidir:

- Yerel gelişim aşaması: Gastronomik elementlerin doğrudan yöre halkına arz edilen, herhangi bir turizm faaliyetine katılmayan unsurların bulunduğu aşamadır. Köy ve semt pazarlarındaki ürünler buna örnek gösterilebilir.

- Yatay gelişim aşaması: Gastronomik öğelerin yerel yöntemlerle spesifik kalite standartlarına uygun şekilde sunuldukları aşamadır. Yerel yemek, peynir çeşitleri, pekmez vb. örnek olarak gösterilebilir.

- Dikey gelişim aşaması: Gastronomik unsurların başka bir turizm faaliyetiyle birleştirilip bütünleştiği aşamadır. Yemek festivalleri, yemek yarışmaları, gastronomi müzeleri bu aşamanın başlıca örnekleridir.

- Çapraz gelişim aşaması: Gastronomik unsurların medya aracılığıyla markalaştığı eğitim ve kurslarla profesyonelleşme ve sürdürülebilir gelişiminin sağlandığı aşamadır.

Gastronomi Müzeleri ve Türkiye'deki Durum

Müze; kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkararak, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimî kuruluştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1990). Her alanda teknik ve teknoloji, gün geçtikçe gelişmektedir. Gelişen materyal ve metotlarla beraber eskileri önemini yitirmekte ve zamanla yok olmaktadır. Gerek gelişim tünelini gerekse de tarihi gizemi sunmada, öğretmede ve farklı güdülerini tatmin etmede müzeler önemli bir işlev ve sahiptirler (Şahan, 2005). Koleksiyonlarına göre genel, arkeoloji, sanat, tarih, etnografya, doğa müzeleri, jeoloji, bilim, askeri, endüstri vb. şeklinde sınıflandırılabilen müzeler, hitap ettikleri kitleye göre ise eğitici, uzmanlaşmış ve genel toplum müzeleri olarak sınıflandırılmaktadır (Gürçay, 2014; Madran, 1999).

Gastronomi müzeleri, hitap ettikleri kitleye göre uzmanlaşmış müzeler sınıfına girmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının denetiminde 29.12.2021 tarihi itibarıyla 319 özel müze faaliyet göstermektedir. Bu müzeler; bakanlıklar, kamu kurum ve kuruluşları, gerçek ve tüzel kişilerle vakıflar, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 26. Maddesi doğrultusunda Bakanlığımızdan izin almak şartıyla, kendi hizmet konularının veya amaçlarının gerçekleştirilmesi için her çeşit taşınır kültür varlığını içeren müzeler olarak kurulmuşlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Zengin mutfak kültürüne sahip kentlerde gastronomi müzeleri söz konusu kültürün korunması ve tanıtımına önemli katkılar sunmaktadır. Bunun yanında bu tür müzeler, modern mü-

zecilik konseptte yeknesaklık dışı, bazı yiyecek-içeceklerin tarihsel gelişim ve dönüşümünü sergilemektedirler. Lokasyon ve ambiyansa özgü sıra dışı sunumlar, atölyeler ve rekreasyon faaliyetiyle desteklenip gastro-turistlere yönelik interaktif katılımlı ve eğlenceli aktivitelerle zenginleştirilebilmektedir (Erdoğan ve Özdemir, 2018).

Ulusal mutfağımız Orta Asya'dan Balkanlara kadar geniş coğrafyanın etkileşimiyle tarihi imkân, kabiliyet ve tecrübeler sonucu oluşarak dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu niteliğiyle yabancı ve yerli konukların turizm destinasyonlarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Göker, 2011; Güzel, 2009). Türk mutfağının tadım dışında korunması ve tanıtılması için gastronomi müzeleri önemli işlev görmektedirler. Gastronomi müzeleri; yiyecek ve içeceklerin kültürlerini, alışkanlıklarını, muhafaza ederek kültürel değerlerin korunmasını, gelecek nesillere aktarılmasını ve devamlılığını sağlamaktadır (Çetin ve Küçükkömürler, 2018). Türkiye'de gerek yörenin mutfak kültürünü gerek bir ürün ve türevini konseptleyen 14 adet ürün ve gastronomi müzesi kurulmuştur (Tablo 1).

Bu tür kültürel olguların barındırılması şehir imajı ve destinasyon pazarlamasında çekicilik unsuru olmaktadır (Mankan, 2017). Ayrıca 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 26. Maddesi doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığının müze statüsüne sahip olmayan ancak müze işlevi gören gastronomi kuruluşları da mevcuttur (Tablo 2). Türkiye'de UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan sayılı yörelerden biri olan Safranbolu, Batı Karadeniz Bölgesinde Karabük iline bağlı bir ilçedir. Tarihi dokusundan dolayı büyük bir kısmı sit alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır.

Tablo 1. Kültür ve Turizm Bakanlığının müze statüsünde tanıdığı gastronomi müzeleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021)

Müze Adı	Tema	Şehir
Safranbolu Kahve Müzesi	Ürün (Kahve)	Karabük
Baklava Müzesi	Baklava	Gaziantep
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Mutfak	Gaziantep
Yaşayan Köy Anadolu Müzesi	Yöresel ürünler	Ankara
Asmadan Bağcılık Müzesi	Üzüm	Çanakkale
Toprak Mahsulleri Ofisi Müzesi	Kurum	Ankara
Çine Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Aydın
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Muğla
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Zeytinyağı	Çanakkale
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Zeytin	Hatay
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Zeytin	Aydın
Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	Zeytin	İzmir
Çikolata Müzesi	Çikolata	İstanbul
Çay Müzesi (Beyaz Ev)	Çay	Rize

Tablo 2. Türkiye gastronomi müzeleri (Ağcakaya ve Can, 2019; Aydın ve Şahin, 2018; Mankan, 2017; Yeşilyurt, Arıca, 2018)

Müze Adı	Tema	Şehir
Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi	Mutfak	Kahramanmaraş
İstanbul Gastronomi Müzesi	Mutfak	İstanbul
Hacıbanlar Evi	Mutfak	Şanlıurfa
Marmaris Bal Evi	Ürün (Bal)	Muğla
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Şarap, bal, turşu ve sirke	Ankara
Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Şarap üretimi	Tekirdağ
Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Otlar	Hatay
Boğatepe Peynir Müzesi	Ürün (Peynir)	Kars
Zavot Peynir Köyü Müzesi	Peynir	Kars
Tarihi Erzurum Evleri	Mutfak	Erzurum
Güze (Gül Müzesi)	Ürün (Gül)	Isparta

Safranbolu ve Turizm Olanığı

Tarihi sivil mimarisi, kültürel varlıkları, doğal güzellikleri, spor olanakları, tıbbi aromatik bitki çeşitliliği, zengin mutfak kültürü ve geleneksel el sanatlarıyla birçok çeşit turizme elverişli bir yöredir (Ceylan ve Somuncu, 2016; Ersöz, 2021). Safranbolu, var olan turizm potansiyelini kullanmak için son yıllarda yeni tüketim ve konaklama yerleri oluşturmanın yanında tarihi yapı restorasyon ve yeniden işlevlendirme çalışmaları yürütmektedir. Nitekim her geçen gün yabancı turist ağırlama sayısı artmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022b). Kültürel zenginliği, benzersiz doğal ve beşerî niteliklerden kaynaklanmaktadır. Beşerî faktörler arasında; 18.yüzyılda Asya ve Avrupa arasındaki önemli ticaret yolları üzerinde bulunması, önemli idari merkezi olması, koruyucu ve muhafazakâr yöre insanına sahip olması, büyük şehir ve yollara yakınlığı gibi birçok faktör sıralanabilir. Doğal faktörler için ise tıbbi ve aromatik bitki varlığına elverişli iklim, doğal mağara yapısına uygun topografya, su ve doğal güzellikler sayılabilir (Albayrak, 2013; Ceylan ve Somuncu, 2016; Ersöz, 2021; Somuncu, Yiğit ve Bölükbaşı-Ertürk, 2007). UNESCO'ya (2009) göre, Türkiye'nin dünya miras alanları koruma ve yönetimde güncel durumuna göre Safranbolu'nun kültürel miras listesine dâhil edilmesi aşağıdaki şekilde gerekçelendirilmiştir:

- Tarihi geçmişinde müreffeh bir toplum olmasından ihtiyaç ötesi estetikte genel ve yerel bir mimari yapının oluşumu ve korunması
- Doğu ile Avrupa arasındaki bağ olarak asırlar boyunca sürdürülen kervan ticareti diğer yerlerde kaybolmasına karşın kentin bu niteliği muhafaza etmesi
- Güncel sosyoekonomik değişime maruz kalabilmesine rağmen geleneksel yerleşimi korumak için devamlılık arz eden çabaların gösterilmesi.

Tarihi Safranbolu evleri ve sokaklarının yanı sıra T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a) tarafından yerli ve yabancı turistlere önerilen yerler aşağıdaki gibidir:

- Hıdırlık Tepesinden panorama (Namazgah, Türbe, Anıt mezar)
- Kaymakamlar Gezi Evi
- İzzet Mehmet Paşa Camii
- Demirciler ve Bakırcılar çarşısı
- Cinci Hanı
- Köprülü Mehmet Paşa Camisi ve Güneş Saati
- Yemeniciler Arastası
- Kale'den şehri izleme
- Kent Tarihi Müzesi (Eski Hükümet Konağı)
- Saat Kulesi
- Anadolu Saat Kuleleri Minyatürleri
- Yörük köyü Gezisi
- Bulak Mencilis Mağarası
- İncekaya Su Kemerli ve Kristal Teras

Turistlere pazarlanmak üzere geleneksel el sanatları.

küçük atölye ve satış yerlerinde üretilmektedir. Su sporları, doğa gezileri, eko-turizm, kültürel geziler ve gastro-turizm gibi alternatif turizm çeşitlendirilmesinin yanında otel, restoran, kafe, pazar gibi yatırımlarla turizm gelişimi sağlanmaktadır (Bozkurt ve Altınçekiç, 2013; Ceylan ve Somuncu, 2016; Diker, Çetinkaya ve Cinkara, 2016; Ersöz, 2021; Gezer, 2013; Gürbüz, 2011; Özdemir, 2000; Yılmaz, 2018). Bunun yanında son yıllarda müze varlıklarına önem göstererek, müze ve müze ev sayısını önemli derecede artırmıştır. "Müze kent" olarak anılan lokasyonun yanı sıra en çok popüler olan müzeler; Safranbolu Kent Müzesi, Tabakhane Müzesi ve Kaymakamlar Gezi Evi'dir (Tablo 3).

Tablo 3. Safranbolu müzeleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022a)

Müze Adı	Tema	Sahibi
Safranbolu Kahve Müzesi	Kahve	Özel
Safranbolu Kent Tarihi Müzesi	Kent müzesi	Kaymakamlık
Tabakhane Müzesi	Deri ürünleri ve işleme	Bakanlık
Kaymakamlar Gezi Evi	Müze evi	Bakanlık

Lokum vb. birçok yiyecekte kullanılan safran bitkisinden ismini alan kentin hem yöreye hem de turistlere sunacağı zengin bir mutfak kültürü vardır (Akan, 2007; Diker, Türker, Çetinkaya ve Kaya, 2017). Yerel nitelikte bitkiler, mahalli yemekler, tarihi mutfak mimarisi ve Safranbolu kahve müzesi gibi yiyecek-içecek müzeleri yöreye istisnai bir gastronomik kimlik kazandırmaktadır (Ayyıldız, 2019; Bozagcı ve Çevik, 2021; Özmen ve Eren, 2017;).

Gereç ve Yöntem

Bu çalışmada, Türkiye'nin Karabük ili Safranbolu ilçesinde yer alan Safranbolu Türk Kahve Müzesinin; Hjalager ve Richards'ın (2002) yöresel (ve ulusal) gastronomik kimlik oluşumundaki yerinin değerlendirmesi yapılmıştır. Safranbolu Türk Kahve Müzesi objeleri çalışma materyalleri olarak incelenmiş, ifade ettikleri folklorik ve antropolojik anlamların yöresel, ulusal ve küresel çerçeveden incelenmesi yapılmıştır.

Çalışma verileri; müze gezi gözlemleri (method of observation), müze görevlilerinin anlatımları ve geleneksel medya analizleriyle elde edilmiştir (Baycar, 2021b; Bollo ve Dal Pozzolo, 2005; Filiz, 2010). Bina ve objelere ait bilgilerin derlenmesinde birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Yeşilyurt ve Arıca'nın (2018) Türkiye'nin ilk mutfak müzesi ziyaretçi deneyimlerini incelediği araştırmasında kullandığı

araştırmacının yargısına göre belirleme ve yargısal örnekleme başvurulmuştur. Safranbolu Türk Kahve Müzesi'ni gezen ve kafesinde ürünlerini tadımlayanların yaşadıkları deneyimlerden gastronomik kimliğe yönelik yorumları (Trip Advisor) derlenmiştir (Seyitoğlu ve Alphan, 2021). Bu verilerin değerlendirilmesi için müze yönetiminden izin alınmıştır.

Müze gezisi sırasında obje, bina ve ambiyanın araştırmacıda oluşturduğu fenomenolojik analizi (şaşkınlık, heyecan durumu, geçmiş öğrenme konusunda merak duygusu, eğlendirici olma ve keyif hissi vb.) yapılmıştır (Bollo ve Dal Pozzolo, 2005; Filiz, 2010). Yerel ve ulusal geleneksel medya gastronomik unsurların markalaşmasında önemli araçlardır. Nitekim tanıtım ve markalaşma Hjalager ve Richards'ın (2002) gastronomik kimlik sınıflandırılmasında en üst gelişim aşaması olan çapraz gelişim aşamasında yer almaktadır (Nebioğlu, 2017). Ulusal ve yerel geleneksel medya araçlarının içerikleri Baycar'ın (2021b) kullandığı yöntemle göre incelenmiştir.

Sosyal medya tek taraflı boyuttan daha interaktif bir yöne evrilmiştir. Bu mahiyetiyle sosyal medya içeriğiyle tepkilerin nabzını tutmak, son yıllardaki önemli araştırma konularından birisi haline gelmiş durumdadır (Albayrak, Topal ve Altıntaş, 2017). Ekşi Sözlük gibi platformlar, konveksiyonel medyanın regülatör kuruluşların sıkı denetiminden arı 'iç dökme eylemi' ola-

rak kabul edilen bu söylemler sosyal ağların, blogların, mikrobloggerların, forumların, katılımcı sözlüklerin, fotoğraf, video ve müzik paylaşım sitelerinin, dijital oyun sitelerinin, okur yorumlarının doğal bir parçası olarak önem kazanmıştır (Öztekin, 2015). Gezi planı yapan kişiler, bir yeri programlamadan önce başvurdukları tecrübe paylaşım platformlarından birisi TripAdvisor'dır. Bu tür platformlarda kişiler gezi esnasında yaşadıkları deneyimlerini özgürce paylaşmaktadırlar. Seyitoğlu ve Alphan (2021), "kullanıcı katkılı içerik" (user generated content) metodunu kullanarak dünyanın en çok bilinen seyahat platformlarından biri olan TripAdvisor'da 9 çay ve kahve müzelerindeki (5 çay 4 kahve) ziyaretçi tecrübelerini inceleyerek çay ve kahve müzelerinin farklı kriterlerdeki etkilerini incelemişlerdir. TripAdvisor'daki her bir katılımcı için K1, K2, K3... şeklinde kodlar kullanılmıştır. Çalışmada, 2019-2022 yılları arasında ziyaretçiler tarafından söz konusu müze için açılan hesaplara yapılan yorumlara yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin kullanım ve yayımlanma izni müze yetkililerinden alınmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Müzeler, kültür varlıkları olarak başlı başına bir turizm faaliyeti olarak ön plana çıkmaktadırlar. Gastronomik bir unsur olarak kahvenin kültür varlığıyla bütünleşmesi, gastronomi turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır. Tarihi mimarisi başlı başına bir turizm cazibe merkezi olan Safranbolu'da bu tür bir müzenin varlığı destinasyonu çeşitlendirmekte ve turist tatminine katkı sağlamaktadır.

Bozagcı ve Çevik (2021), müzenin destinasyonlara anlaşma olmaksızın eklendiğini, çekicilik unsuru olarak Türk kahvesi kültürünü koruduğunu, tanıttığını ve sürdürülebilirliğini sağladığını belirtmişlerdir. Bu mahiyetiyle Safranbolu Türk Kahve Müzesinin; Hjalager ve Richards'ın (2002) yöresel (ve ulusal) gastronomik kimlik oluşumunun ilk üç aşamasına (yerel, yatay ve dikey gelişim aşamaları) dair unsurları kendisiyle beraber barındırdığı en üst aşama olan çapraz gelişim aşaması önemli zemin (tanıtım, markalaşma ve sürdürülebilirlik ile) oluşturmaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Safranbolu müzesinin gastronomik kimlik aşamalarında unsurlarıyla ilintisi

Gelişim Aşaması	Gastronomik Unsur	Örnek	Kaynak
Yerel Gelişim Aşaması	İşlem görememiş hammadde, bitki vb.	Kahve çekirdekleri, safran bitkisi vb.	Gözlem
Yatay Gelişim Aşaması	İşlenmiş ürün	Kahve çeşitleri (Safran, Nohut, Burçak, Zingarella, Cilveli, Tarz-ı Hususi, Mırza, Şehzade, Hilve, Dibek vb. 40 çeşit)	Gözlem ve Barista
Dikey Gelişim Aşaması	Başka bir turizm faaliyetiyle birleştirilmesi	Müzenin kendisi (kültürel varlık), Kahve duası (inanç +yiyecek)	Gözlem ve müze rehberi
Çapraz Gelişim Aşaması	Tanıtım ve markalaşma	Ulusal ve yerel kanallar, internet haber ve gezi siteleri	Ulusal ve yerel medya kanal ve siteleri

Çetin ve Küçükkömürler'in (2019) 2012'de açılan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin turizmde çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm faaliyetlerine katkısı sağlamanın yanında yiyecek ve içecek kültürünün kaydedilerek korunmasını sağladığı belirlenmiştir. Bu tür yapıların ve kültürel varlıkların turizmde sürdürülebilirlik sağladığı ifade edilmiştir. Türkiye'nin zengin yemek kültürü ve turizm potansiyeline rağmen dünyayla kıyaslandığında çok az sayıda gastronomi müzesi mevcuttur (Mankan, 2017). Bu eksikliği gidermek amacıyla birçok gastronomik değer için müze kurulması önerilerinin geliştirilmesi önemlidir (Çakıcı, Korkmaz ve Sırtlı, 2021).

Müze gezi gözlem ve anlatımları, obje, bina ve ambiyansın araştırmacıda oluşturduğu fenomenolojik analizi sonucuna göre çıkarım elde edilmiştir. Müze, beyaz renk taş duvarlar niteliğiyle ilçenin tarihi dokusuyla uyumlu ve bütünlükli nostaljik bir duygu oluşumunu doğurmuştur. Ulusal önemli şahsiyetlere ait objelerin (Atatürk'ün doktoruyla son içtiği kahve fincanı, Sultan II. Abdülhamid Han'ın kahve fincanı, Sütçü İmam'ın cezvesi) varlığı ulusal niteliğini pekiştirmektedir. On iki imamı simgeleyen Bektaşî kahve takımı, müze girişindeki kahve duası, Boşnak kahve fincanı [Kulplu kahve fincanı tutulduğunda parmaklar Sırların dini sembolü istavroz çekilir gibi şekil aldığından, savaş yıllarında Müslüman Boşnaklar, bu konuda Hristiyanlar tarafından alaya alınınca, Boşnaklar Sırlardan ayrışmak amacıyla kahve fincanlarını kulpsuz yaparak fincanı baş parmağıyla işaret parmakları arasında tutarak içim esnasında hilal şeklini almasını sağlamışlardır (Boşnak Medya, 2015)] gibi objeler de müzeye teolojik bir kimlik kazandırmaktadır. Müzede Pazarola Hasan Bey portre ve anlatımı, yerel figürleri yaşatma adına müzeye lokal nitelik kazandırmaktadır. Farklı orijinlere ait kahve çekirdekleri ve kahve işleme objelerinin varlığı müzeye ulus ötesi bir değer

ve kültürel önem kazandırmaktadır. Atatürk'ün kahve telvesinden çizilen portre gibi modern santsal objeler nostaljik yapının içinde modern esintiler oluşturmaktadır. Ayrıca alternatif kahve arayışlarıyla ortaya çıkan nohut kahvesi gibi çeşitli kahvelerin sergilenmesi kahvenin tarihsel süreçlerini anlatmak konusunda kültürel miras öğretme algısını oluşturmuştur.

Gastronomi müzeleri; yerli ve yabancı turistlere bölge, halk ve tarihsel süreçler hakkında çok güçlü ipuçları sunan yerlerdir (Uzut, 2016). Filiz (2010), müzelerin; şaşkınlık, heyecan durumu, geçmişi öğrenme konusunda merak duygusu, eğlendirici olma ve keyif hisler oluşturarak eğitim faaliyetlerine elverişli yerler olduğunu saptamıştır. Bozagcı ve Çevik'in (2021) Safranbolu Türk Kahve Müzesi'nin birincil kaynaklarla (kurucuları, barista, çalışanları vb.) yaptıkları görüşmeye göre aşağıdaki tespitler yapılmıştır:

Türk kahvesine ait somut olmayan kültürel varlığın korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla kurulmuştur. Anlaşma olmaksızın birçok yerli ve/veya yabancı konuğun olduğu seyahat tur destinasyonunda müze gezisine ve kahve tadımına yer verilmiştir.

- Her gruptan ziyaretçi vardır.
- Söz konusu müzeyle yöreye ulusal ve yerel medyada daha fazla yer verilmiştir.
- Salgın dönemine rağmen müzeyi yıllık 150-200 bin kişi (Müzenin kuruluş yılından henüz beş yıl geçmemesine rağmen) ziyaret etmiştir.
- Yörenin turizm cazibesini artırmıştır.
- Sosyal medya platformları gibi dijital medya araçları yoğun kullanılmış, ayrıca bloggerlar ve sosyal medya influencerları da ciddi ilgi göstermiştir.
- Mankan (2017), gastronomi müzelerin yörenin tanıtımına katkı sağladığı ve yöreye çekicilik sağladığını belirlemiştir.

Safranbolu Türk Kahve Müzesi 2019’da kurulmasına rağmen yerel (Karabük Derin Haber, Karabük Net Haber, BRTV vb.) ve ulusal [Anadolu Ajansı (AA), İhlas Haber Ajansı (İHA), TRT, NTV, Sabah, Hürriyet, Habertürk, Yenikapı vb.] birçok medya organında yer almıştır.

Medya organlarında odaklanan noktalar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Ulusal mahiyette kahveye dair ilk ve tek müze olması
- Anadolu’nun Kayıp Kahveleri kitabının yazarları Naim Koca ve Atilla Narin ile dünyanın en pahalı bitkisi safrandan yapılan kahvenin mucidi Semih Yıldırım tarafından kurulması
- İçeriği
- Yöreye katkısı
- Kahve çeşitleri ve sunumu

Ulusal ve küresel kültürdeki yeri

Seyahat planlarında sosyal medya yorumları, tercih belirlemede etkili olduğundan önem kazanmıştır (Genç, 2015). Safranbolu Türk Kahve Müzesi; yeni kurulmuş olması ve tanıtım eksikliğinden dolayı sosyal medya platformlarında köklü müzelere göre çok fazla yer almamıştır. Kısıtlı mevcudiyetinde tanıtım ve genel bilgiler içeren yorumlar yapılmıştır. Ekşi Sözlükte bir yorumcu tarafından “Karabük’ün UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde bulunan Safranbolu ilçesinde Anadolu’nun kayıp kahveleri kitabının yazarları Atilla Narin, Naim Koca ile safrandan kahve yapan Semih Yıldırım’ın, yıllardır edindikleri tecrübe ve birikimlerle oluşturduğu, 100-150 yıllık cezve, fincan, el değirmeni, kavurma tavaları, terazi, tahta kaşık, su küpü ve şeker kaplarının sergilendiği müze” şeklinde genel (önemi, kurucuları, içeriği vb.) bilgi verilmiştir. (<https://eksisozluk.com/turkiye-kahve-muzesi--6216424>). Bunun yanında müzenin içeriği olan kahvenin, ilçenin ismine dâhil ola-

cak kadar önemli olan yöresel ürün safranla çeşitlendirildiği ifade edilmiştir. Nitekim yöresel ürünlerin bu tür etkinliklerle bütünleştirilmesi lokal gastronomik kimlik oluşumunda önemli bir kazanımdır. TripAdvisor’da (2022) Safranbolu Türk Kahve Müzesi’ne ait Safranbolu Türk Kahvesi Müzesi ve Kahve Müzesi olmak üzere aynı müzeyi ifade eden iki ayrı başlık açılmış olup, çalışmada yorum ve değerlendirme puanları birleştirilerek sunulmuştur (Tablo 5).

Tablo 5. Safranbolu Türk Kahve Müzesi yorumcu skorları (TripAdvisor, 2022)

Yorum	Frekans	%
Mükemmel	11	78.57
Çok iyi	1	7.14
Ortalama	2	14.29
Kötü	0	0
Berbat	0	0
Toplam	14	100

Yeşilyurt ve Arıca’nın (2018) mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesini Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneğiyle yaptıkları araştırmada yorum yapan ziyaretçilerin %75’inin müzeye yönelik olumlu görüşler beyan ettiği, %7’lik kesimin ise olumsuz yorum yaptıkları ifade edilmiştir. Aynı çalışmada TripAdvisor yorumcularının yorum yüzdeleri mükemmel (42), çok iyi (33), orta (18), kötü (6) ve berbat (1) şeklindedir. Safranbolu Kahve Müzesi, Emine Göğüş Mutfak Müzesi’ne göre daha az yorumlanmıştır. Lakin ziyaretçilerin olumlu yorumlarının oran olarak daha fazla olduğu görülmektedir. Safranbolu Türk Kahve Müzesi TripAdvisor’da (2022) gerek müze bölümünde gerekse müze kafesinde gastronomik kimlik ve memnuniyet ölçüsünde edinilen deneyimlerin ifadesi ile ilgili yorumlar aşağıdadır:

- “Safranlı dibek kahvesi çok güzel. Kesinlikle denenmeli. Yanında lokum ve üzüm şerbeti de ikram ediyorlar” (K1).

- “Farklı bir müze deneyimi ve müthiş kahveler. Bugün ailece ziyaret ettik. Her çeşit müzeyi gezmeyi seven biri olarak buradan ayrı keyif aldım. Keyifli bir sohbet yaptık. Müze ilgili olanlar düşünmeden gidebilir, ilgisi olmayanlar da değişik Türk kahvesi tatmak için gitmeli” (K2).
 - “Safranbolu’nun kahve müzesi sahibi olacak kadar kahve tarihinde bir yeri yok, burası bir kahve tutkununun kendince oluşturduğu bir müze. Bu şekilde düşünerek gezebilirsiniz. İçeride rehberlik hizmeti veriyorlar öyle sadece bakıp çıkmıyorsunuz. Kahve ile ilgili iseniz deneyebilirsiniz. Cinci Han içinde bulunuyor, müze dışında hanın avlusuna bakarak kahve içebilirsiniz” (K3).
 - “Cincihan içinde yer alıyor. Giriş 6 TL. Güzel bir müze. Bol çeşit. Müzenin açık kahvehanesi var. Orada da kahve içtik. Şimdilik 14 çeşit kahve içilebiliyor, yanılmıyorsam. Cincihan kendisi çok tarihi ve güzel bir han. Şu anda Otel ve restoran. Han + Müze için kesinlikle GÖR veriyorum” (K4).
 - “Kahve çeşitleri muhteşem, Anadolu’daki birbir çeşit kahveyi yaşıyorlar. Sunumları harika, keyifle kahve içmeye gidilmesi gereken bir yer” (K5).
 - “Yolunuz Safranbolu’ya düşerse mutlaka Türk kahvesi müzesini görmenizi tavsiye ederim. Semih Bey girişimci ruhu ile geleceğe bir miras bırakmak adına pek çok fedakarlıklarla Türk kahvesi müzesi açmış. Kahveden milyonlar kazanan köklü firmaların yapamadığını yapmış anlayacağınız. Müzeyi gezerken tarihte yolculuk yaptım sanki. İnsan Semih Bey’i dinlerken duydukları karşısında hem hayrete düşüyor hem de özümüzü oluşturan bu bilgileri ilk defa duymuş olmanın mahcubiyetini yaşıyor. Safranbolu kültür turizmi ile bütünleşen harika bir mekân. Kendilerine has ve her biri yarı bir hikâyeye sahip olan eşsiz kahvelerinin hepsini tadın ve bir daha ki ziyaretinize yetecek kadar stoklayın derim” (K6).
 - “08.10.2020 tarihinde ziyaret ettik işletme sahibi olan beyefendi ilgili şekilde karşıladı ve akıcı anlatımı ile müzeyi gezdirdi. Kahveye karşı özel bir ilginin olmamasına rağmen önerdiği kahveden çok hoşuma gitti. Safranbolu’ya gelip uğramamak olmaz diyelim” (K7).
 - “Bence kahve severlerden çok kahveyle arası olmayanların uğraması gereken bir mekân. Türk kahvesinin etkileyici hikayelerini dinlemeden geçmeyin. Keyifli bir rehberlik sonunda muhteşem sunumlarla kahvenizi yudumlayabilirsiniz” (K8).
- TripAdvisor yorumcularının en çok vurguladıkları memnuniyet, kahve çeşitleri ve lezzetleri olmuştur. Nitekim K3, K7 ve K8 dışındaki bütün yorumcular kahve çeşitleriyle ilgili gerçek veya abartılı ifadeler kullanmışlardır. Kahve tiryakiliği göz önünde bulundurulduğunda yorumların abartılı olması muhtemeldir (Yıldız, 2002). Yorumcuların en çok vurguladıkları ikinci bir memnuniyet ise müze gezi anlatımcısının samimi, kibar ve bilgi dolu anlatımıdır. K2, K3, K6, K7 ve K8, müze gezisi esnasında anlatımdan hoşnutluklarını ifade etmişlerdir. Araştırmacının müze gözlemlerindeki izlenimi bu çıkarımı destekler mahiyettedir. Üçüncü vurgulanan mesaj ise tarihi ve kültürel doyumdur. K6’nın “Müzeyi gezerken tarihte yolculuk yaptım sanki” ifadesi, doyumunu ifade etmek açısından önemli bulunmuştur. Katılımcıların dikkat çektikleri bir diğer husus, tarihi bir binada olmuş olması ve avlusundan başka tarihi binaların izlenebilirliğidir. K3 ve K4’ün müzenin Cinci Han’da olmasından etkilenerek önerdiklerini dillendirmiş olmaları kanıt olarak gösterilebilir. UNESCO raporunda, Dünya Miras Listesine folklorik nedenlerle 1992 yılında dâhil edilen Safranbolu, Altınöz’e (2019) göre yeme-içme alışkanlıklarından, giyim-kuşama kadar uzanan zengin bir folklorik dağarcığa sahip olmakla birlikte, günümüzde kent folklorunun bu çok yönlü yapısı, mimari ve kentsel değerinin göl-

gesinde kalmaktadır. Ayrıca, K4'ün müze giriş ücretini paylaşması dikkat çekilen bir başka mesaj olarak görülmüştür. Korkmaz'ın (2020) "Troya Müzesi Elektronik Ziyaretçi Yorumlarının Hizmet Özellikleri, Memnuniyet Ve Tavsiye Açısından İncelenmesi" adlı çalışmasında giriş ücretlerinin memnuniyet ölçütü olduğu ifade edilmemiştir.

Sonuç ve Öneriler

Safranbolu; tahrip edilmemiş tarihi dokusu, korunmuş evleri, yöreye özgü safranı, doğal güzellikleri ve zengin mutfakıyla popüler bir turizm lokasyonudur. Tarihi ve kültürel yapıların restore edilerek gastronomi müzeleri olarak işlevlendirilmesi, şehir kimliğini dinamik tutmaktadır. Otel, restoran, park ve kafe gibi konaklama ve tüketim yerlerinin nitelik ve niceliğini artırmaktadır. Dünya turizm yarışında spor, eko-turizm, inanç, sağlık ve gastronomi gibi alternatif turizm arayışlarında geri kalmamak için sürekli yatırım yapmaktadır. Gastronomi hem bir turizm çeşidi hem de turizm destinasyonlarının imkânlarını çeşitlendirip zenginleştiren tamamlayıcı bir turizm faaliyeti olarak her geçen gün önem kazanmaktadır. Nitekim son zamanlarda yiyecek ve içecekler ve farklı kültür varlıkları olan müzeler rekreasyon faaliyeti olan festivallerle bütünleştirilmektedirler. Safranbolu Türk Kahve Müzesi, bu bütünleşmenin bir örneği olarak gastronomik kimlik oluşumunda dikey gelişim aşamasında bir unsur olarak saptanmıştır. Nitekim içecek olan kahvenin kültürel varlık olan müzeyle birleştirildiği yer olmasıyla Safranbolu Türk Kahve Müzesi, yerel kimlik inşasında önemli bir ögedir. Kahve müzesi olarak ülkede ilk ve tek olması tanıtım patlamasına sebep olmuş, çekicilik ve sürdürülebilirlik açısından çapraz gelişim aşamasının yolunu aralamıştır. Nitekim kuruluşundan çok kısa bir süre geçmesine rağmen birçok ulusal kanal ve ajansta haber edinildiği saptanmıştır. Bunun yanında somut mirasa göre unutulması

daha riskli olan soyut mirasın korunmasına da katkı sağlamıştır. Yerel, ulusal ve küresel elementlerle unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kahve kültürünün korunması ve yaşatılmasının yanında bir turizm gelir kaynağı olması açısından da önemlidir. Safranbolu Türk Kahve Müzesi, UNESCO somut (Dünya Mirası Listesinde 1994 yılında tarihi dokusuyla) ve somut olmayan (2013 yılında Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği) mirası kesişimi niteliğindedir. Sosyal medya analizleriyle müze kafesinin müze içeriğiyle uyumlu olduğu ve doyumunu daha üst boyutta sağladığı ifade edilmiştir. Deneyimleyenler gezi tavsiye sitelerine olumlu yorumlarda bulunmuş, yüksek skorlar takdir etmişlerdir. Akademik kesimin ilgisini çeken müze, birçok bilimsel araştırmaya konu olmuştur. Ayrıca bu tür müzelerin kurulumu sonucu ülkemizin gastronomi turizmde payını daha da artıracak gibi diğer turizm çeşitlerinin destinasyonlarının tatminine de katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre sunulabilecek öneriler şöyle sıralanabilir:

- Ülkemizin yerel ürünlerine ait müzeler kurulmalıdır.
- Yöre veya bölge mutfaklarını yaşatan ve sunan gastronomik müzelerin sayıları artırılmalıdır.
- Müzeler sadece ürünlerin sunulduğu yerlerden ibaret bırakılmamalı tadım, rekreasyon faaliyetleri gibi etkinliklere interaktiviteleri sağlanmalıdır.
- Müzelerde geleneksel yapı korunmalı, modern sunum ve yapı sağlanmalıdır.
- Yerel, ulusal ve küresel elementler anlaşılır bir formda bu tür müzelerde yansıtılmalıdır.
- Bu yapılarda eğitim ve öğretim ortamı oluşturulmalıdır.
- Müze kafeler içerikle uyumlu hale getirilmelidir.

- Bu yapılarda tarihsel süreç ve aşamalar aktarılmalıdır.
- Hem ürün hem de müze tanıtım ve reklamlarına önem verilmeli, yeni reklam ve tanıtım platformları yoğun bir şekilde kullanılmalıdır.
- İlgili kamu kurumları, her il ve/veya bölgeye ait gastronomi müze kurulmasını sağlamalı ve tür özel müzelerin kurulmasını teşvik etmelidir. Ayrıca, mevcut müzelerin ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik projelere maddi destek sağlamalıdır.

Kaynakça

Akan, L. S. (2007). Safranbolu mutfak kültürü üzerine bir araştırma. İçinde: Toygar, K., Berkok Toygar, N. (Eds), *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Cilt: 13-14. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.

Albayrak, M., Topal, K., Altıntaş, V. (2017). Sosyal medya üzerinde veri analizi: Twitter. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 1991-1998.

Alpaslan, K., Tanrısever, C., Tütüncü, B. (2018). Dağcılık turizminde moleküler gastronomi kullanılabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 104-122.

Altınöz, M. (2019). Safranbolu'da kültürel miras, müze kent alımlaması ve kentin folklorik sürdürülebilirliği. *Itobiad: Journal of the Human and Social Science Researches*, 8(2), 1214-1225.

Aydın, A., Şahin, Ö. (2018). Tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi: Isparta Aya İshotya

Yorgi Kilisesi'nin Gül Müzesi'ne dönüşümü. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (17), 63-75.

Ayyıldız, S. (2019). Turistik konak işletmelerinde mutfakın fiziksel koşullarının önemi: Safranbolu yöresel mutfak mimarisi üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 610-625.

Baycar, A. (2021a) Gastrotourism Potential of Local Coffee Varieties. Uluslararası Anadolu Kahve ve Kakao Kongresi, 3-5 Aralık 2021, Malatya.

Baycar, A. (2021b). Understanding Kokorec through Gastro-Nationalism and Securitization during EU-Turkey Membership Negotiations. *Disiplinlerarası Gıda Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 34-44.

Bayramova, G. (2019). Türk Kahvesi Pişirme Yöntemleri ve Tarihsel Gelişiminin Ürün Tasarımı Bağlamında İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

Bezirgan, M., Koç, F. (2014). Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda Adası örneği. *Journal of International Social Research*, 7(34), 917-928.

Bollo, A. Dal Pozzolo, L. (2005). Analysis of Visitor Behaviour Inside the Museum: An Empirical Study. 8th International Conference on Arts and Cultural Management, Montreal. http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/BolloA_DalPozzoloL.pdf

Boşnak Medya (2015). Bosna ve Sancak'taki Kahve Fincanları Neden Kulpsuzdur? <https://www.bosnakmedya.com/bosna-ve-sancaktaki-kahve-fincanlari-neden-kulpsuzdur/>

Bozağcı, E. C., Çevik, A. (2021). Destinasyon çekim gücü olarak gastronomi müzeleri: Saf-

ranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 320-330.

Bozkurt, S. G., Altınçekiç, H. (2013). Anadolu da geleneksel konut ve avluların özellikleri ile tarihsel gelişiminin safranbolu evleri örneğinde irdelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 63(1), 69-91.

Can, İ. İ., Ağcakaya, H. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788-804.

Cengiz, A. K., Lopar, E. B. (2020). Tüketim ve beslenme antropolojisinin bakışıyla Prizren'de Kahve ve Türk Kahvesi içme kültürü. *Milli Folklor*, 16(126), 210-222.

Ceylan, S., Somuncu, M. (2016). Kültür turizmi alanlarında turizmin çeşitlendirilmesine eleştirel bir bakış: Safranbolu UNESCO dünya miras alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 53-64.

Chepurda, H., Savchenko, A. D. (2020). Gastro tourism and modern travel development: Oktoberfest. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції, Черкаси, 19–20 березня 2020 року: у 2-х томах. Т. 2*, 105-107.

Cömert, M., Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

Çakıcı, S., Korkmaz, M., Sırlı, A. (2021). Gökçeada'ya ait gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik bir araştırma: Gastronomi müzesi önerisi.

Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 5(2), 302-335.

Danhi, R. (2003). What is your country's culinary identity? *Culinology Currents*, Winter 2003, 4-5.

Diker, O., Çetinkaya, A., Cinkara, A. (2016). Hava sporları turizmi ve Safranbolu'nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84-100.

Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., Kaya, F. B. (2017). Geleneksel Türk tatlısı olarak lokum ve Safranbolu lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 333-344.

Erdoğan, S., Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonu'nda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 249-272.

Ersöz, D. (2021). Turizm Kenti Safranbolu'nun Osmanlı'dan Günümüze Gelen Kültürel Miras Değerlerinden El Sanatlarının Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.

Filiz, N. (2010). Sosyal Bilgiler Öğretiminde Müze Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Genç, Y. E. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Bunun Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Gezer, H. (2013). Geleneksel Safranbolu evlerinin sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 12(23), 13-31.

- Göker, G. (2011).** Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gürbüz, A. (2002).** Yerel kalkınma stratejisi içinde turizm ve Safranbolu. *Bilig*, (24), 29-48.
- Gürbüz, A. (2011).** Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 217-234.
- Gürçay, H. (2014).** Müze Çeşitleri. *Onasya*, 3(35), 15-16.
- Güzel, G. (2009).** Gastronomi ve İnovasyon. *İz Dergisi*, 8, 28-29.
- Harrington, R. J. (2005).** Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal Of Culinary Science and Technology*, 4(2-3), 129-152.
- Hatipoğlu, A., Batman, O. (2014).** Osmanlı Saray Mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz Türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74
- Hjalager, A. M., Richards, G. (2002).** Tourism and Gastronomy. London: Routledge.
- Karakaya, A., Akbulut, H. (2010).** Safranbolu'daki turizm işletmelerinde kurumsal yönetimin uygulanabilirliğine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11), 17-32.
- Kargiglioğlu, Ş., Kabacık, M. (2017).** Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 409-421.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., Eves, A. (2010).** The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kiper, T., Arslan, M. (2007).** Safranbolu-Yörüköyü Tarımsal turizm potansiyelinin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Forestry*, 8(2), 145-158.
- Kivela, J. Crofts, C., J. (2006).** Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Korkmaz, H. (2020).** Troya müzesi elektronik ziyaretçi yorumlarının hizmet özellikleri. Memnuniyet ve tavsiye açısından incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 43-56.
- Madran, B. (1999).** Müze Türleri: Yeniden Müzeciliği Düşünmek. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Mankan, E. (2017).** Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4), 641-654.
- Nebioğlu, O. (2017).** Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60.
- Okumuş, F., Kock, G., Scantlebury, M. M., Okumuş, B. (2013).** Using local cuisines when promoting small Caribbean Island destinations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, (30), 410-429.

- Özdemir, Ü. (2000).** Safranbolu’da köy meskenleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 6(4), 159-171.
- Özmen, N., Eren, M., (2017).** Safranbolu’da gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bir araştırma. *Econder International Academic Journal*, 4(1), 142-168.
- Özmen, N., Eren, M., (2020).** Safranbolu destinasyonunun inanç turizmi potansiyeline yönelik SWOT analizi çalışması. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 5(1), 62-82.
- Öztekin, H. (2015).** Yeni medyada nefret söylemi: Ekşi sözlük örneği. *Journal of International Social Research*, 8(38), 925-936.
- Prentice, R. (1993).** *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge.
- Sarışık, M., Özbay, G. (2015).** Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Ser, S., (2020).** The wonder food museum story: Celebrating Malaysia’s food culture and culinary heritage. *E-Journal of Cultural Studies*, 13(4), 51-69.
- Sevimli, Y., Tatlı, M., Kızıldemir, Ö. (2021).** Göbeklitepe’nin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Seyitoğlu, F., Alphan, E. (2021).** Gastronomy tourism through tea and coffee: travellers’ museum experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 413-427
- Somuncu, M., Yiğit, T., Bölükbaşı-Ertürk, E. (2007).** Türkiye’deki Dünya Mirası Alanlarının Güncel Durumlarının Saptanması Raporu: Safranbolu. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Kültürel Miras İhtisas Komitesi
- Şahan, M. (2005).** Müze ve eğitim. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(4), 487-501.
- Şengel, Ü. (2020).** Kültür ve etkinlik turizmi bağlamında şaman ritüelleri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 314-324.
- Şengül, S. (2017).** Turizm Arz Kaynağı Olarak Gastronomi Müzeleri (Türkiye Örneği). İçinde: Bozok, D., Avcıkurt, C., Doğdubay, M., Sarıoğlan, M. ve Girgin, G. K. (Ed.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, (ss. 262-274)., Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (1990).** Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14442/muzeler-ichizmetler-yonetmeli.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2021).** Özel Müzeler. <https://kvmmgm.ktb.gov.tr/TR-135633/ozel-muzeler.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a).** Safranbolu Gezi Rehberi ve Gezi Programı. <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156244/gezi-rehberi-ve-gezi-programi.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022b).** Turist İstatistik Verileri. <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231191/turist-istatistik-verileri.html>
- TripAdvisor (2022).** Kahve Müzesi. https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g298009-d17346125-Reviews-Kahve_Muzesi-Safranbolu.html
- UNESCO (2009).** Türkiye’nin Dünya Miras Alanları. Koruma ve Yönetimde Güncel Durum. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi

Uzut, İ. (2016). Turizm Açısından Stratejik Bir Kaynak Olarak Gastronomik Kimlik: Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Modeli Çerçevesinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Yeşilyurt, H., Arıca, R. (2018). Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.

Yıldız, C. M. (2002). Türk Kültür Tarihinde Kahve ve Kahvehane. *Türkler Ansiklopedisi*, Cilt 10, s.635-639, Yeni Türkiye Yayınları.

Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 171-191.

Yılmaz, K. (2018) Safranbolu'da Turizm Sektörünün Stratejik Analizi: Fırsatlar ve Tehditler. Business and Organization Research Conference, 12-14 Eylül 2018, Karabük. Bildiri Kitabı, s.207-215.

Zengin, B., Uyar, H., Erkol, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. 16. Ulusal Turizm Kongresi, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale. Bildiri Kitabı, s.511-524.