



**KAHRAMANMARAŞ TEMATİK MUTFAK MÜZESİ VE DONDURMA
MÜZESİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Evaluation of Kahramanmaraş Thematic Cuisine Museum and Ice Cream
Museum Within the Scope of Gastronomy Tourism**

Mehmet GÜL

Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
m.gul@alparslan.edu.tr



<https://orcid.org/0000-0001-8113-6732>

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi-
Journal of Ağrı İbrahim Çeçen University Social Sciences Institute-
AİCUSBED 8/1 Nisan /April 2022 / Ağrı

ISSN: 2149-3006

e-ISSN: 2149-4053

Makale Türü- <i>Article Types</i> :	Araştırma Makalesi
Geliş Tarihi- <i>Received Date</i> :	09.03.2022
Kabul Tarihi- <i>Accepted Date</i> :	21.04.2022
Sayfa Aralığı- <i>Page Range</i> :	312-334
Doi Numarası- <i>Doi Number</i> :	https://doi.org/10.31463/aicusbed.1085409



<http://dergipark.gov.tr/aicusbed>

This article was checked by

✓ iThenticate



KAHRAMANMARAŞ TEMATİK MUTFAK MÜZESİ VE DONDURMA MÜZESİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Kahramanmaraş Thematic Cuisine Museum and Ice Cream Museum Within the Scope of Gastronomy Tourism

Mehmet GÜL

Öz

Araştırmanın amacı Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi ve Dondurma Müzesi'nin, gastronomi turizmi ve gastronomi temalı müzeler çerçevesinde kavramsal olarak değerlendirilerek literatüre katkıda bulunmaktır. Çalışmada Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi ve Dondurma Müzelerinin diğer gastronomi temalı müzelerinden farklı olan yönlerine değinilerek yeri ve önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. Her iki müzenin de kuruluş tarihi, tematik içeriği ve sunmuş olduğu hizmetler ile ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde görüşme tekniği ve gözlemden faydalanılmıştır. Sonuç olarak Gastronomi temalı müzelerin gastronomi turizminde önemli bir çekicilik unsuru olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın gastronomi temalı müzelerin önemi, somut olmayan kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusunda önemli rol üstlenerek bir çekicilik unsuru olduğu görüşü desteklenmektedir.

Anahtar Kelimer: Gastronomi turizmi, Kahramanmaraş tematik mutfak müzesi, dondurma müzesi, Kahramanmaraş, gastronomi.

Abstract

The aim of the research is to contribute to the literature by conceptually evaluating Kahramanmaraş Thematic Cuisine Museum and Ice Cream Museum within the framework of gastronomy tourism and gastronomy-themed museums. In the study, the place and importance of Kahramanmaraş Thematic Cuisine Museum and Ice Cream Museums were tried to be emphasized by referring to the aspects that differ from other gastronomy-themed museums. Information about the establishment date, thematic content and services of both museums are given. In the study, descriptive analysis method, one of the qualitative data collection methods, was used. In the data collection process, interview technique and observation were used. As a result, it is understood that Gastronomy-themed museums are an important attraction factor in gastronomy tourism. In this context, the view that the study plays an important role in the importance of gastronomy-themed museums, the protection of intangible cultural heritage and its transfer to future generations is supported.

Keywords: Gastronomy tourism, Kahramanmaraş thematic cuisine museum, ice cream museum, Kahramanmaraş, gastronomy.

Giriş

Geçmiş dönemlerde gastronomi temalı turizm etkinlikleri; destinasyonların turizm potansiyellerinin tanıtılmasında geleneksel deniz-kum-güneş odaklı ürünlerin gerisinde kaldığı görülmektedir (Küçükkömürler vd., 2018, s. 79-80). Günümüze gelindiğinde ise, turizm hareketine katılan insanların beklentilerinde değişiklik ve çeşitlilik ön plana çıkmaya başlamıştır. İnsanlar alternatif turizm türlerine katılmak ve yeni maceralar yaşamak için seyahat etmeye başlamışlardır. Alışılmışın dışına çıkma isteği, farklı kültürleri öğrenme ve yeni aktivitelere katılma isteği her geçen gün artmaktadır (Küçükkömürler vd., 2018, s. 79-80; Şeyhanlıoğlu & Kingir, 2021, s. 620). Bu değişim sonucunda, yerel yönetimler bünyesinde bulundurduğu turistik değerleri alternatif turizm kapsamında değerlendirmektedir. Son zamanlarda yerel yönetimler bölgenin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında gastronomi turizmini ön plana çıkarmaya başlamıştır (Şeyhanlıoğlu, 2021, s. 558). Daha önceleri turistleri bölgeye çekme özellikleri bulunmayan yöresel ürünler turizm arzı olarak tek başlarına kullanılmaya başlanmıştır (Okumuş vd., 2007, s. 255). Birçok sektörle bağlantısı bulunan gastronomi turizmi, bulunduğu bölgeye rekabet avantajı sağlama, kendine özgü kimlik oluşturma, yiyecek içecek kültürünün sürdürülebilirliği ve bölge ekonomisine olan katkısı açısından yerel paydaşlar için de oldukça önemli bir duruma gelmeye başlamıştır (Çalışkan, 2013, s. 40).

Gastronomik ürünlerin tek başına çekim unsuru olarak kullanıldığı gastronomi turizmi, yemeklerin çeşitli hazırlanış aşamalarını göstermek ve daha önce bu ürünlerin lezzetlerini tatmamış olmaları sebebiyle katılımcılarına yöresel ürünleri, işletmeleri ve bölgedeki gastronomi müzelerini ziyaret ederek bir yöresel yiyecek içecek deneyimi yaşatmaktadır. (Hall, 2004; Yüncü, 2010, s. 28-29). Kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilir olarak gelecek kuşaklara aktarılması için somut ve somut olmayan kültürel değerleri korumak çok önemlidir (Perzolla vd., 2018, s. 322). Gastronomi müzeleri ise gastronomik değerlerin somut omalayan özelliklerini koruma ve günümüze aktarabilme becerisi ile ön plana çıkmaktadır (Lambert vd., 2014, s. 566). Gastronomi müzeleri, ziyaretçilerine hoş vakit geçirme, yiyecek içeceklerin kökenini öğretme ve yöresel lezzetleri tatma imkanı sağlayan turistik destinasyonlar olarak tanımlanabilmektedir (Navarrete, 2019, s. 210). Gastronomik değerlerin gelecek nesillerle buluşturulabilmesi, kendine özgü lezzet ve özelliklerini koruyabilmesi ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği için de gastronomi müzeleri önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bakımdan müze ve aynı türden hizmet veren turistik çekim merkezleri toplumsal bir yükümlülüğünde yerine getirdiği düşünülmektedir (Polat, 2021, s. 648-649).

Gastronomi müzeleri, bölgenin yiyecek içecek kültürü ve tarihini içinde yaşattığı için yöresel mutfak kültürünü gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir unsurdur (Sandıkçı vd., 2019, s. 1212). Gastronomi müzeleri bölgenin yemek kültürünün unutulmaması, alternatif turizm türlerinin ortaya çıkması, festivaller gibi çeşitli organizasyonlarla bölgeye olan talebin arttırılması ve farklı deneyimler yaşatılması açısından üzerinde durulması gereken en önemli mekanlardan biridir (Yılmaz & Şenel, 2014, s. 499). Her kültürden ve her yaştan ziyaretçilerin ilgi odağı olan gastronomi müzeleri bölgelerin yemek kültüründen tarihine, hazırlanışından sunumuna, yöresel aromatik bitkilerinden kullanılan mutfak araç gereçlerine kadar birçok gastronomik değerleri ve unsuru ziyaretçilerine sergilemektedir. Gastronomi müzeleri ziyaretçilere çeşitli deneyimler kazandırma ve sağlamakla birlikte Türk mutfak kültürü ve müze gibi kültürel değerlerin yaşatılmasına imkan sunmaktadır (Sarı Gök & Şalvarcı, 2020, s. 123). Bu kapsamda yiyecek ve içecekler bölgeler için önemli bir çekicilik unsuru olmuştur (Zağralı & Akbaba, 2015, s. 6634; Gül & Şeyhanlıoğlu, 2021, s. 507).

Günümüzde gastronomi turizmi üzerine rekabet artmaya başlamıştır. Bu yüzden yerel yönetimler diğer destinasyonlar ile rekabet edebilmek, bölgelerindeki turistik değerleri kullanabilmek ve fark yaratabilmek için çekicilik unsurlarını çok iyi değerlendirmelidirler. Bu kapsamda Kahramanmaraş ilinde gastronomi müzesi olarak hizmet sunan Dondurma Müzesi ve Tematik Mutfak Müzesi, yiyecek içecek kültürünün korunması, sürdürülebilirliği ve rekabet değeri açısından gastronomi müzelerinin önemi incelemekte ve kavramsal bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu kavramlar ışığında, Kahramanmaraş ili ekonomisi için önemli olan dondurma ve diğer yöresel gastronomik değerlerin geçmişteki üretim sürecinden günümüze kadar olan uygulamaları incelemekte ve gastronomi müzelerinin turizm de çekicilik unsuru olarak ilin turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Temalı Müzelerin Gastronomi Turizminde Önemi

Müzeler buldukları bölgenin tarihi ve kültürünü günümüze kadar aktaran ve turistik özellik taşıyan mekânlar olup, toplumun geçmişini yaşamasına katkıda bulunan en önemli hizmet yerleridir. Gastronomi temalı müzeler ise bölgenin yöresel mutfak kültürü, tarihi ve uygulama şeklinin tanıtılabilmesi açısından en iyi mekânlar olma özelliği taşımaktadır. Aynı zamanda yöresel yemek kültürünü içerisinde yaşatması ve yöresel mutfak kültürünü gelecek kuşaklara aktarılmasında gastronomi müzeleri önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi müzeleri bölgelerin otantik mutfak kültürünü tanıtmak, alternatif turizmi teşvik etmek, bölgenin gastronomik ürünlerini ortaya çıkarmak ve turizm pazarlamasında bölgeyi rakiplerinden öne taşıma gibi görevleri bulunmaktadır (Sandıkçı vd., 2019, s. 1212; Baysal vd., 2016, s. 105).

Gastronomi müzeleri buldukları bölgenin yemek kültürünü ve tarihini içinde barındırdığı için bu değerleri gelecek nesillere aktarmada ve hizmet sunma noktasında önemli bir rol üstlenmektedir (Sandıkçı vd., 2019, s. 1213). Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin gastronomi unsurlarını belirlemek amacıyla Aksoy ve Sezgi tarafından (2015) yılında yapılmış olan çalışmada mutfak müzeleri buldukları destinasyonlar için önemli bir gastronomik çekicilik unsuru olduğu belirlenmiştir. Gastronomi müzeleri özellikle mutfak kültürünün zengin olduğu bölgelerde kurulmuştur. Günümüzde gastronomi müzelerini diğer kültürel temalı müzelerden ayıran en önemli özellik sıradanlıktan uzak olması ve bazı yiyecek içeceklerin yöresel sunumlarıyla modern müzecilik anlayışına katkı sağlamasıdır (Erdoğan & Özdemir, 2018, s. 253). Bu nedenle gastronomi müzeleri alternatif turizm türü olarak bölgelerin turizm faaliyetlerinde stratejik bir konuma sahiptir. Kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasında gastronomi müzeleri turistik pazarlama unsuru olarak önemli bir rol oynamaktadır (Bekar vd., 2017, s. 469-470). Bu durum gastronomi müzelerinin yerli ve yabancı misafirler için önemli birer çekim merkezi haline gelmesini sağlamıştır (Ceyhun Sezgin & Akbıyık, 2021, s. 154). Yılmaz ve Şenel tarafından (2014) yılında yapılmış olan "Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri" adlı çalışmasında gastronomi müzelerini incelemiş ve bu müzeleri dört grupta ele almışlardır. Bunlar: (1) Kırsal turizme dayalı, (2) Popüler kültüre dayalı, (3) Kültürel mirasa dayalı (4) Endüstri mirasına dayalı gastronomi müzeleridir. Gastronomi temalı müzeler, gastronomi turizmi kapsamında hızlı bir şekilde artarak çekicilik unsuru olmaya başlamıştır. Dünyada birçok ülke gastronomi temalı müzeler ile adını başarılı bir şekilde duyurmaktadır. Dünyada gastronomi temalı müzeler, Fransa (Agropolis Müzesi- Tarım Ürünleri ve Yiyecek), Londra (Bramah Müzesi- Çay ve Kahve), İsviçre (Agricultural-Aigle Kalesi- Şarap), İngiltere (Cadbury World Museum-Çikolata), Kıbrıs (Kıbrıs Şarap Müzesi-Şarap), Amerika (NY Food Museum-Yemek ve Mutfak Kültürü), Çin (Çin Çay Müzesi-Çay), Belçika (Choco-Story Museum-Çikolata), Hindistan (The Goa Chitra Museum-Geleneksel Tarım Teknolojisi), Almanya (Alman Tuz Müzesi-Tuz) gibi ülkelerdeki müzeler gastronomi temalı müzelere örnek verilebilir (Ceyhun Sezgin & Şanlıer, 2019; Mankan, 2017; Şahinoğlu, 2015; Sormaz & Güneş, 2016). Türkiye'de ise gastronomi temalı müzeler bulunmaktadır ve bu müzeler Tablo1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Gastronomi Temalı Müzeler

<u>Müze Adı</u>	<u>Bulunduğu İl</u>	<u>Tema</u>	<u>Bağlı Olduğu Kişi/Kurumu</u>
Dondurma Müzesi	Kahramanmaraş	Dondurma	Kahramanmaraş B.B.
Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	Yöresel Mutfak Kültürü	Kahramanmaraş Dulkadiroğlu B.

Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	Bal	Marmaris Ticaret Odası Bşk.
Zavot Peynir Köyü Müzesi	Kars	Peynir Üretimi ve Yapım Aşamaları	Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği
Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	Zeytin ve Zeytinyağı	Hasan ve Gürsel Tonbul
Pelit Çikolata Müzesi	İstanbul	Çikolata	Pelit Çikolata
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	Zeytinyağı	Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı
Bıçak Müzesi	Bursa	Bıçak	Bursa B.B.
Mürefte Fevzi Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	Şarap	Adnan Kutman
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	Yöresel Mutfak Kültürü	Şanlıurfa B.B.
Emine Göğüs Mutfak Müzesi Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	Gaziantep	Yöresel Mutfak Kültürü	Gaziantep B.B.
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Ankara	Şarap, Bal, Turşu, Sirke	Atatürk Orman Çiftliği
Mutfak Sanatları Akademisi Gastronomi Müzesi	İstanbul	Mutfak Gereçleri	Mehmet Aksel
Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler ve Baharatlar Müzesi	Hatay	Tıbbi ve Aromatik Bitkiler ve Baharatlar	Hatay Valiliği
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	Zeytinyağı, sabun	Ada Çiftlik Gıda Ür. San. Tic. A.Ş.
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	Arıcılık	Adnan Menderes Üniversitesi
Baklava Müzesi	Gaziantep	Baklava	Oğuzhan Saygılı
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Muğla	Arıcılık	Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	Zeytin ve Zeytinyağı	Adnan Menderes Üniversitesi-Ziraat Fakültesi

Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Balıkesir	Zeytinyağı	Sabit Ertür
Antakya Mutfak Müzesi	Hatay	Yöresel Mutfak Kültürü	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası

Kaynak: (Mankan, 2017; Sandıkçı vd., 2019; Sarı Gök & Şalvarcı, 2020; Ağcakaya & Can, 2019).

Son dönemde Türkiye’de önem kazanmaya başlayan gastronomi temalı müzeler, destinasyona ekonomik katkı sağlamasının yanı sıra destinasyonun yemek kültürünü ve tarihini bir arada sunmasından dolayı bu alana olan ilgi artmaktadır (Çetin & Küçükkömürler, 2019, s. 4). İllere göre müze sayıları incelendiğinde Kahramanmaraş, Hatay, Gaziantep ve İstanbul illerinde 2 adet, Aydın ilinde 3 adet ve tabloda bulunan diğer illerde 1 adet olmak üzere Türkiye’de gastronomi temalı toplam 21 adet gastronomi müzesi olduğu ve bu müzelerin 14 farklı ilde hizmet verdiği görülmektedir. Önümüzdeki dönemler de ise, Türkiye’nin zengin mutfak kültürüne sahip farklı şehirlerden de yeni gastronomi temalı müzelerin bu listeye dâhil olacağı düşünülmektedir (Kendir & Arslan, 2020, s. 131). Müzelerin tema dağılımlarına bakıldığında 5’er tane müze zeytin temalı ve yöresel mutfak kültürü üzerine, iki adet aracılık ve şarap üzerine müze bulunmaktadır. Dondurma, çikolata, bal, bıçak, baklava, mutfak gereçleri ve tıbbi aromatik bitki içerikli ve peynir temalı içeriklerden birer adet gastronomi müzesi hizmet vermektedir. Müzelerin bağlı olduğu kişi ve kuruluşlar incelendiğinde ise, kamu kurumları tarafından hizmet verilen müzeler toplam gastronomi temalı müzeler içerisinde yarısından fazlasını oluşturduğu görülmektedir.

Kahramanmaraş İli Gastronomik Değerleri ve Gastronomi Müzeleri

Kahramanmaraş ili çok önemli olaylara ve uygarlıklara ev sahipliği yapmış, tarihi çok eski medeniyetlere, kültürlere ve toplumlara dayanan zengin ve kültürel kaynakları ile köklü bir yaşam merkezini oluşturmaktadır (Eker, 2013; Dayısoylu vd., 2017). Önceki dönemlerde yapılan araştırmalara göre kökeni milattan önce dokuz binli yıllara dayanan, hatta daha eskilere kadar ulaşabilen Kahramanmaraş’a, Persler, Hititler, Romalılar, Asurlular, Bizanslılar, Araplar ve Türkler çeşitli dönemlerde ve aralıklarla hâkim olmuşlardır. Günümüzde Kahramanmaraş ili Türkiye’nin 18. büyük nüfusa sahip büyükşehir ili olarak her geçen gün gelişerek sosyo-kültürel-ekonomik bir şehir olma yolunda ve her sektörde planlı bir şekilde yoluna devam etmektedir (Küpelikılıç, 2013, s. 249).

Türkiye’de gastronomik ürünleriyle ön plana çıkmış birçok il bulunmaktadır. Bu iller arasında zengin yöresel yemek ve kültürüyle Kahramanmaraş ili de ön sıralarda yer almaktadır (Polat, 2020, s. 184). İlin Kırmızı acı Maraş biberi, özellikle Andırın ilçesinde yetiştirilen Andırın

Tırşığı, Cevizi, Parmak Peyniri, Tarhana Cips ve Maraş dondurması ilin en önemli gastronomik ürünleri arasındadır. Şehrin en önemli gastronomi ürünlerinden biri olan Maraş dondurması sadece bölge için değil aynı zamanda dünyada bir çok ülkede önemli bir gastronomik ürün olmuştur. 1980’li yıllarda Kahramanmaraş’ta üretilen dondurmalar özel soğuk hava donanımlı araçlarla başta İstanbul, Antalya, Mersin, İzmir ve Ankara gibi illerimize ve diğer ülkelerin birçok yerlerine ihracatı yapılmaya başlanmıştır (Tiryaki & Akbay, 2009, s. 145).

Kahramanmaraş mutfağının yöresel gastronomik ürün olarak değerli olan bazı yemekleri; Maraş Tarhanası, Maraş Eşkili Pancar Çorba, Maraş Dolması, Mimbar, Eli Böğünde Havuçlu Acem pilavı, Döğmeli Mercimek Çorba, Kuzu Kelle Paça, Kısır Köftesi, Maraş İçli Köfte, Ekşili Aya Köfte, Suluyağlı Sömelek Köfte, Yoğurtlu Köfte, Ravanda Şerbeti, Döğme Aşı, Çörek, Maraş Biberi, Unlu Sucuk, Samsa, Pekmez, Hapısa, Pestil ve dünya da birçok noktada satışı bulunan Maraş dondurmasıdır. Bu gastronomik ürünleri ile Kahramanmaraş zengin bir mutfak kültürüne sahipliği yapmaktadır (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021). Tablo 2’de Kahramanmaraş ilinin coğrafi işaret almış olan gastronomik ürünleri görülmektedir.

Tablo 2. Kahramanmaraş İline ait Coğrafi İşaret Almış Olan Gastronomik Ürünleri

<u>1.Ürün Adı</u>	<u>2.Dosya No</u>	<u>3.Başvuru Tarihi</u>	<u>4.Tescil Tarihi</u>	<u>5.Tescil No</u>	<u>6.İlçe</u>
Maraş Dondurması	C2017/109	24.08.2017	18.04.2018	344	Merkez
Maraş Biberi	C2001/024	26.12.2001	08.01.2003	43	Merkez
Maraş Tarhanası	C2010/050	29.07.2010	23.02.2012	154	Merkez
Maraş Çöreği	C2016/089	19.09.2016	13.06.2018	361	Merkez
Maraş Kelle Paçası	C2020/086	16.03.2020	05.11.2021	945	Merkez
Maraş Sumak Ekşisi Akıtı	C2016/083	19.09.2016	13.04.2018	343	Merkez
Maraş Parmak /Sıkma Peyniri	C2016/082	19.09.2016	17.04.2021	727	Merkez
Çağlayancerit Cevizi	C2012/010	21.12.2011	30.07.2013	175	Çağlayancerit
Andırın Tırşığı	C2010/024	06.05.2010	25.04.2013	172	Andırın

Afşin	C2020/057	19.02.2020	28.06.2021	787	Afşin
-------	-----------	------------	------------	-----	-------

Koçovası
Sarımsağı

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021.

Kahramanmaraş İline ait coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerin yer aldığı Tablo 2'e göre, 2021 yılı itibariyle 9 adet gastronomik ürün coğrafi işaret tescili almıştır.

Dondurma Müzesi Hakkında Bilgi

Kahramanmaraş ili merkez Ulu Cami'nin güneyinde bulunan ve uzun yıllar atıl halde kaderine terk edilen tarihi Katip Han 2018 yılında Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından Dondurma Müzesi olarak restore edilerek ziyarete açılmıştır. Müzede geçmişten günümüze dondurma yapımında kullanılan süt ve salebin elde edilişi, dondurmanın tarihi süreci, yapılış süreci ve hangi aşamalardan geçtiği, resimler, mumya heykel canlandırmalarıyla ziyaretçilere anlatılmaktadır. Han üç kattan oluşmaktadır ve her katta dondurmanın ayrı bir sunumu sergilenmektedir (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021). Müze girişte keçilerin otlatılması ve saleplerin toplama anından salebin toz haline getirilme sürecine kadar geçen aşamaları canlandıran mumya heykelleriyle ziyaretçileri karşılamaktadır. Ayrıca giriş katta dondurma yapım (Karsambaç) odası ve otantik bir dondurma kafe bulunmaktadır.

Müzenin birinci katında Kahramanmaraş il merkezinin kuzeyinde, doğu-batı boyunca uzanan Ahır Dağı yaylalarında doğal kekiklerle beslenen keçilerin süt sağım aşamasından sütün kaynatılması ve dondurmanın tüketiciyle buluşma anına kadar geçen bütün evreler balmumu heykelleriyle canlandırılmıştır. En üst katta ise bir odası keçi sütü, orkide çiçeği, salep ve dondurma geçmişi hakkında genel bilgiler veren ve diğer odası dondurma yapımının geçmişine ait araç-gereçlerin bulunduğu "dondurma hammadde odası" olmak üzere iki sergi odası bulunmaktadır.



Şekil 1. Dondurma Üretim Aşamaları.

Genel olarak bölgenin gastronomik ürünü olan Maraş dondurmasının tanıtılması, turizm potansiyelinin artırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından dondurma müzesi ilin önemli bir çekicilik unsurudur (Çevik & Sariipek, 2020, s. 171). Çünkü Maraş dondurması ilin ekonomisi ve turizmi için önemli bir üründür. Yerel yönetimler bu ürünü ana ürün olarak kullanıp, uluslararası bir organizasyon olarak çeşitli sunumlarla ve etkinliklerle sergilemek için “Uluslararası Kahramanmaraş Dondurma ve Kültür Sanat Festivali” çerçevesinde turizmin tüm paydaşlarını bir araya getirmektedir (Gül & Şeyhanlıoğlu, 2021, s. 508).

Dondurma Müzesi’nde 1920 yılından günümüze kadar dondurmanın hammadde üretiminden tüketiciye ulaşmasına kadar geçen aşamaları anlatan mumya görselleri dönemlerine göre tasarlanmış ve tablolarla bilgiler aktarılmıştır (<https://marasavucumda.com>).



Şekil 2. 1920’lerde.



Şekil 3. 1950’lerde.



Şekil 4. 1970’lerde.

Ayrıca müze ziyaretinde yetkililer ile görüşmeler yapılmış ve dondurma üretimi ile ilgili ekipmanlar fotoğraflanarak değerlendirilmiştir. Şekiller de yer alan fotoğraflar müze ziyareti sırasında araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Tematik Mutfak Müzesi Hakkında Bilgi

Kahramanmaraş'ın mutfak kültürünün ve kullanılan araç gereçlerinin gelecek nesillere aktarılması ve hizmet vermesi, yöresel yiyecek ve içeceklerin bir araya getirilmesi, zahire (kışlık depo-kiler) geleneğinin gösterilmesi, yöresel yemeklerin hazırlanış ve sunuş yöntemlerinin fotoğraf ve uygulamalarla tanıtılması amacıyla kurulan Tematik Mutfak Müzesi Kahramanmaraş ili merkez Dulkadiroğlu İlçesi Kurtuluş Mahallesi (Tarihi Demirciler Çarşısının içerisinde Sarayaltı Caddesine doğru çıkan yolda) bulunan tarihi konaklardan bir tanesinde hizmet vermektedir. Müze 2018 yılında Dulkadiroğlu İlçe Belediyesi tarafından ziyarete açılmıştır (Kahramanmaraş İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).



Şekil 5. Tematik Mutfak Müzesi Dış Görünüm.

Müze ana hatlarıyla iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kış aylarında tüketilebilen maraş tarhanası, bulgur, yufka ekmeği, pekmez, sucuk ve samsa gibi zahirelik (kışlık depo-kiler) ürünler ve geçmiş dönemden günümüze dek kullanılan mutfak araç gereçleri sergilenmektedir.



Şekil 6. Yöresel M. Araç-Gereçleri



Şekil 7. Kışlık Zahire Odası

İkinci bölüm ise kayınvalide ve gelinin bir arada yaşadığı kalabalık bir ailenin yaşam alanını gösteren ve günlük hayatı heykeller ile canlandırılan konağın ana kısmı bulunmaktadır. Bu ana kısmın giriş katında ekşili çorba, içli köfte gibi maraş yöresel yemeklerinden ikramlık lezzetlerin yapıldığı bir mutfak bulunmaktadır. Birinci kat, kayınvalide katı olarak sergilenmektedir. Bu katta bir adet mutfak ve gündelik hayatta kullanmak üzere ortak oturma alanı olarak kullanılan iki adet oda bulunmaktadır. Odalar, bakır malzemedeki mutfak ekipmanları ve oymacılığın ön planda olduğu mobilyalardan dizayn edilerek dönemini yansıtmaktadır. Konakta yaşayan aile bireyleri kahvaltı ve akşam yemeklerini toplu bir şekilde bu katta bulunan oturma odasında yemektedir.

En üst kat ise gelin evi olarak tasarlanmıştır. Bu katta bir adet balkon, bir adet gelin yatak odası ve bir adet gelin oturma odası bulunmaktadır. Bu odalar kayınvalide odasının aksine gelinin çeyiz eşyalarının sergilendiği dönemin modern eşyalarıyla tasarlanmıştır. Tematik

Mutfak Müzesinde haftanın belli günlerinde Maraş mutfağının geleneksel lezzetlerinden tarhana çorbası, sumak akıtından ekşili çorba, içli köfte ve etli havuçlu pilav gibi yöresel lezzetler hazırlanma ve sunum aşamasıyla gelecek nesillere aktarılmaktadır. Ayrıca müze ziyaretinde müze yetkilileri ile görüşmeler yapılmış ve Maraş mutfağında kullanılan yöresel bakır araçgereçler ve diğer ekipmanlar fotoğraflanarak değerlendirilmiştir. Şekillerde yer alan fotoğraflar müze ziyareti sırasında gözlemler sonucu araştırmacı tarafından çekilmiştir.

Yöntem

Çalışmada derinlemesine bilgi toplamak için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması /örnek olay belirli bir zaman aralığı içinde sınırlandırılmış bir ya da daha fazla örnek durumu çeşitli kaynakları içeren veri toplama araçları olan mülakat, gözlem, doküman, rapor, görsel ve işitsel araçları kullanarak derinlemesine incelemelerin yapıldığı ve bu durumlara bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Creswell & Tashakkori, 2007, s. 73; Miral Çavdırılı & Adan Gök, 2020, s. 2250). İlgili literatür incelenerek yarı yapılandırılmış mülakat görüşme tekniği kullanılmıştır. Bunun nedeni ise araştırma konusu ile ilgili daha önceleri çok fazla verinin olmaması ve mevcut gastronomi müzeleri ile ilgili daha detaylı bilgi alınmak istenmesidir. Veri toplama yöntemi olarak görüşme, gözlem, basılı görsel, müze el broşürleri ve web sitesi inceleme tekniğide kullanılmıştır (Ekiz, 2009, s. 55-56). Ayrıca, müzelerin sorumlu yetkilileri tarafından da gerekli izinler alınmış, görüşme zamanı belirlenmiş ve sonrasında görüşme gerçekleştirilmiştir.

Görüşme Dondurma Müzesi sorumlusu, Tematik Mutfak Müzesi sorumlusu ile gerçekleştirilmiştir. Her müzede görüşme ve müze gezisi yaklaşık 2 saat sürmüştür. Görüşme sırasında kullanılan araştırma soruları için, Miral Çavdırılı & Adan Gök (2020) İzmir Urla ilçesinde bulunan Köstem Zeytinyağı Müzesi üzerine yapmış oldukları çalışmadan yararlanılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara yönelik yarı-yapılandırılmış sorular aşağıdaki gibidir;

Tablo 3. Araştırma Soruları

Araştırma Sorusu

- 1- "Müzenin kuruluş amacı nedir?"
- 2- "Müzeeye gelen ziyaretçilerin demografik (yaş, meslek, cinsiyet) profilleri nasıldır?"
- 3- "Somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından gastronomi müzelerinin rolü nasıldır? Bu bağlamda müzede hangi etkinlikleri gerçekleştiriyorsunuz?"
- 4- "Müzenin diğer gastronomi temalı müzelerinden farkı var mıdır? Varsa bunlar nedir?"

Görüşme sırasında araştırmacı tarafından notlar tutulmuş ve fotoğraflar çekilmiştir. Müze sorumluları ile yapılan görüşmede toplanan

veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Betimsel analiz, bir konunun doğrudan resmedilmesi, tanımlanabilmesi ve açıklanabilmesi üzerine yapılan bir araştırma yöntemidir (Ekiz, 2009, s. 55).

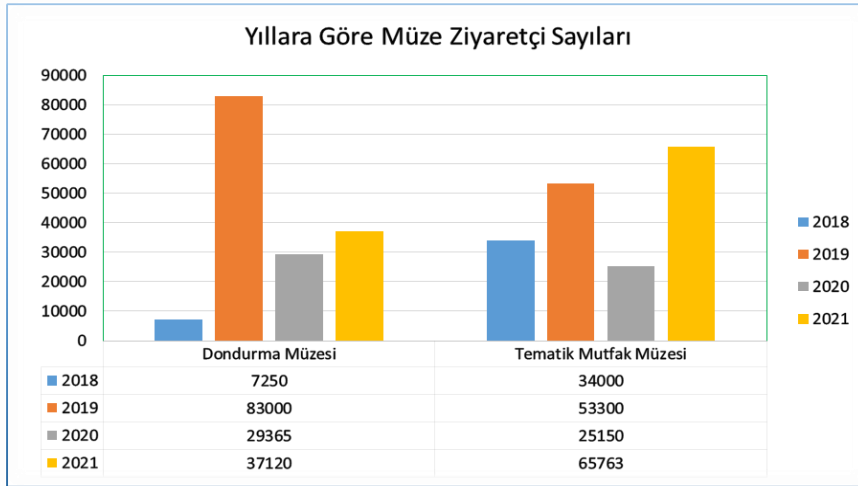
Araştırmanın etik ilkelere uygunluğu Muş Alparslan Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Kurulunun 28.02.2022 tarihli 4 nolu toplantısında alınan 36 sayılı karar ile kabul edilmiştir.

Bulgular

Araştırmanın bu kısmında görüşmeye katılan katılımcılar ile yapılan görüşmelerde ortaya çıkan görüşme cevaplarına yer verilmiştir. Katılımcıların bilgileri gizli tutulacağından her katılımcı için bir kod verilmiştir (K1, K2,...).

Dondurma Müzesi ve Tematik Mutfak Müzesi açıldığı günden itibaren her yaştan ziyaretçilere ev sahipliği yapmaktadır. Dünyada yaşanan Covid-19 pandemi salgınından dolayı son iki yıldır ziyaretlerde kısıtlamalar yaşanmıştır. Müze sorumluları ile yapılan görüşme sonucunda yıllara göre müzeleri ziyaret eden ziyaretçi sayıları elde edilmiştir ve aşağıdaki tabloda araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Tablo 4. Dondurma ve Tematik Mutfak Müzesinin Yıllara Göre Ziyaretçi Sayıları



Kaynak: Veriler görüşme sürecinde araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4'e göre, müze ziyaretçi sayıları yıllara göre incelendiğinde ziyarete açıldıkları yıllar olan 2018 yılında ziyaretçi sayıları Dondurma Müzesi'nde 7.250 kişi, Tematik Mutfak Müzesi'nde ise 34.000 kişi olduğu anlaşılmaktadır. Dondurma Müzesi 2018 yılı son dönemlerinde ziyarete açıldığı için ziyaretçi sayılarında beklenen hedefe ulaşamamıştır. 2019 yılı

sonunda ise her iki müzenin tanıtımı ve insanların farkındalığından dolayı ziyaretçi sayılarında artışlar yaşanmıştır. Bu sayılar Dondurma Müzesi 83.000 kişi ve Tematik Mutfak Müzesi ise 53.300 kişi olarak gösterilmektedir. Tablo 4'e göre; 2020 ve 2021 yıllarında ziyaretçi sayılarında düşüş yaşandığı görülmektedir. Bunun sebebi ise 2020 yılı başlarında dünya geneline yayılan Covid-19 salgın hastalığından dolayı ülkelerde yasaklar ve kapanmalardır. Bu yasaklar sonucunda insan hareketliliğinde azalmalar ortaya çıkmış ve her sektör gibi turizm sektöründe çok fazla etkilenmiştir.

Müze ziyaretinde katılımcılara görüşme soruları yöneltilmiştir. Bunun sonucunda elde edilen bulgular ışığında, müze sorumlularının müze hakkında bilgi sahibi olduğu, bunun yanı sıra gastronomi turizmine yönelik girişimleri ile ilgili detaylı bir biçimde bilgi verdikleri görülmüştür. Bu çerçevede katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir;

Dondurma müzesi yöneticisi ile yapılan görüşmede ilk olarak; **“Müzenin kuruluş amacı nedir?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K1. *“Dondurma müzesinin kuruluş amaçlarından biri yöresel ürün olan Maraş Dondurmasının tarihini, hazırlanışını ve sunumunu ziyaretçilere anlatmaktır. Günümüzde dondurma soframıza hazır bir halde gelmektedir. Müzemiz dondurmanın eski dönemlerde nasıl yapıldığının unutulmamasını, o süreçte insanların ne zorluklarla dondurmayı ürettiğini göstermek ve bunları koruma altına alıp dondurma üretiminin devamını sağlamak. Dondurma Kahramanmaraşlılar için yöresel bir miras ve ekonomi kaynağıdır. Bu yüzden dondurmanın tanıtımını her geçen gün yeni etkinliklerle dünyada daha fazla ülkeye ulaştırmamız gerekiyor. Bu kapsamda yerel yönetimlerimiz dondurma müzesi, dondurma festivali veya tv programlarında dondurmayı daha büyük kitlelere ulaştırmayı amaçlıyor. Bu etkinlikler sonucunda Maraş ziyaretine gelen insanlarda dondurma müzemizi görmek ve gezmek istiyorlar. Bu vesileyle de başta memleketimiz olmak üzere ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.”*

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede ikinci soru olarak; **“Müzeye gelen ziyaretçilerin demografik (yaş, meslek, cinsiyet) profilleri nasıldır?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K1. *“Dondurma Müzemiz tam olarak 2018 yılı sonlarında hizmet vermeye başladı. Bu yüzden müzemiz çok eski bir tarihe dayanmamaktadır. İlk dönemlerde insanların müzenin açıldığından çok haberleri olmamıştı. Tanıtımlardan sonra ziyaretçilerimiz gelmeye başlamışken 2020 yılının başlarında çıkan ve dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgınından dolayı yasaklar ve kapanmalar oldu. Bunların sonucunda müzemizde bu yaşanan durumdan çok etkilendi. Müzemiz 7'den 70'ye her kesime hitap ediyor her meslek ve yaş gurubundan ziyaretçimiz var. Akademisyenler, memurlar, küçük yaşta çocuklar ve ev hanımları geliyor. En fazla*

ziyaretçimiz okul çağındaki çocuklar ve kadınlar tarafından oluyor. Yıllık ziyaretçi sayısı ise Covid-19 salgınından önce 80 bini geçmişti ama salgından dolayı son 2 yıldır ziyaretçi sayısında baya düşüş yaşandı. Bu yıl tekrardan bir hareketlenme yaşanmaktadır.”

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede üçüncü soru olarak; **“Somut Olmayan Kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından gastronomi müzelerinin rolü nasıldır? Bu bağlamda müzede hangi etkinlikleri gerçekleştiriyorsunuz?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K1. “Dondurma üretiminde kullanılan ürünlerin toplanması, hazırlanması ve dondurmanın çeşitli sunumunda kullanılan araç gereçlerin sergilenmesinden dolayı müzemiz önemli bir rol oynamaktadır. Dondurma Kahramanmaraş ekonomisi ve tanıtımında önemli bir üründür. Bu ürünün gelecek nesillere aktarılmasında ve sürdürülebilirliğinin devam etmesinde müzemize stratejik bir görev düşmektedir. Bu konuda müzemizi ziyaret eden çocuklar için tasarlanmış özel dondurma temalı dokunmatik oyunları, dondurma atölyeleri ve müzeyi ziyarete gelen misafirlerimiz için satış yaptığımız otantik dondurma kafemizde dondurma yapımı ve tadımı yapılmaktadır. Ayrıca yerel yönetimlerimiz Uluslararası Kahramanmaraş Dondurma ve Kültür Sanat Festivalini gerçekleştirmiş ve genel olarak bütün gastronomi programlarında dondurmamızı ele almışlardır.”

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede dördüncü soru olarak; **“Müzenin diğer gastronomi temalı müzelerinden farkı var mıdır? Varsa bunlar nedir?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K1. “Ülkemizde son dönemlerde gastronomi temalı müzeler açılmaktadır. Dondurma Müzemizi diğer gastronomi müzelerinden ayıran en büyük özelliği sadece bir ürün odaklı müze olmasıdır. Örneğin Kahramanmaraşımızda Tematik Mutfak Müzemizde vardır. Bu müzemiz Maraş yöresel yemekleri ve kültürünün gelecek nesillere aktarılması için bütün ürünler üzerine hizmet vermektedir. Dondurma Müzesinde ise sadece dondurma teması işlenmektedir. Bildiğim kadarıyla ülkemizde tek bir ürün temalı dondurma, zeytinyağı, baklava gibi bir kaç müze vardır. Çoğunluğu mutfak kültürü temalı müzelerdir. Bu yönden müzemiz kendini diğer gastronomi müzelerinden ayırmaktadır”

Tematik Mutfak Müzesi yöneticisi ile yapılan görüşmede ilk olarak; **“Müzenin kuruluş amacı nedir?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K2. “Kahramanmaraşta çok fazla sayıda tarihi konak vardır. Bu konaklarımızın bazıları aileler tarafından kullanırken bazıları ise atıl durumdaydı. Tematik Mutfak Müzemizin olduğu konak ise merkez Dulkadiroğlu ilçemizin Kurtuluş mahalesinde yer almaktadır. 2017 yılının son dönemlerinde Dulkadiroğlu belediyemiz ve DOĞAKA işbirliği ile Kahramanmaraşımızın yemek kültürünün yaşatılması ve gelecek kuşaklara

aktarılması için restore edilerek mutfak müzesi olarak hizmete açılmıştır. Müzenin kuruluş amacı Kahramanmaraş mutfak kültürünün tarihini, yöresel yemeklerinin hazırlanma süreçlerini, mutfakta kullanılan yöresel araç gereçleri ziyaretçilerle buluşturmaktır. Aynı zamanda Covid-19 salgını öncesinde haftanın belli günleri yöresel yemek uygulamaları yapıp ziyaretçilere ikram edilmekteydi”şuan salgından dolayı yöresel yemekleri bazı tanıtım programlarında yapabiliyoruz.

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede ikinci soru olarak; **“Müzeye gelen ziyaretçilerin demografik (yaş, meslek, cinsiyet) profilleri nasıldır?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K2. “Müzemiz her yaştan her kesim insana hitap ediyor ve her meslek gurubundan ziyaretçimiz var. Müzemizin yıllık ziyaretçi sayıları 2018 yılında 34.000, 2019 yılında 53.300, 2020 yılında 25.000 2021 yılında ise 65.000-70.000 arası ziyaretçi ağırlamayı düşünüyoruz. Yıllık ziyaretçi sayısı Covid-19 salgınından önce çok iyi geçmişti ama salgından dolayı son 2 yıldır ziyaretçi sayısında baya düşüş yaşandı. Yasaklardan dolayı yöresel uygulamaları yapamadık ve talepte düşüş yaşanmıştır. Yasakların kalkmasından sonra tekrardan bir talep artışı olacağını düşünüyoruz. Ayrıca müzemiz genelde ev hanımları ve gençler tarafından tercih edilmektedir. Cinsiyet olarak ise bayan misafirler daha çok ilgi göstermektedir.

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede üçüncü soru olarak; **“Somut Olmayan Kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından gastronomi müzelerinin rolü nasıldır? Bu bağlamda müzede hangi etkinlikleri gerçekleştiriyorsunuz?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K2. “Kahramanmaraş yiyecek içecek kültürünü yaşatmak ve gelecek nesillere aktarmak açısından müzemiz çok önemli bir çekim unsurudur. Müzemizde çok eski dönemlerde kullanılan araç gereçler ve Maraşta çok yaygın olan Zahire kültürünü yaşatıyoruz. Kahramanmaraş çok zengin ve çeşitli yiyecek içecek kültürüne ev sahipliği yapmaktadır. Bunun sonucu olarak kış ayları için Zahire yani kışlık kiler kültürü hemen hemen her evde yaygındır. Bizler de bu kültürü yaşatabilmek ve gelecek kuşaklara aktarabilmek için kamu kurumlarımız, MEB bünyesinde bulunan gastronomi eğitimi veren kurumlar ve üniversitelerin gastronomi bölümleriyle iş birliği halindeyiz. Sosyal medya ve televizyonlarda gastronomi odaklı programlarına ev sahipliği yapıyoruz. Bu sayede müzemizin ve şehrimizin tanıtımına katkıda bulunuyoruz.

Müze yöneticisi ile yapılan görüşmede dördüncü soru olarak; **“Müzenin diğer gastronomi temalı müzelerinden farkı var mıdır? Varsa bunlar nedir?”** sorusu sorulmuştur ve katılımcının vermiş olduğu cevaplar aşağıda belirtilmiştir.

K2. “ *Gastronomi temalı müzeleri bir ara inceleme fırsatım olmuştu. Gastronomi odaklı hizmet veren müzelere baktığımda bir ürün odaklı bir de buldukları bölgelerin mutfak kültürü üzerine odaklı müzeler vardı. Bizler gibi bulunduğu bölgenin yemek kültürünü, kullanılan araç gereçleri gelecek kuşaklara aktaran müzeler genelde aynı özellikte tasarlanmıştır. Örneğin bizim mutfak kültüründe bakır araç gereçler ön planda iken bir diğer bölgenin mutfak kültüründe porselen araç gereçler kullanılmaktadır. Bizim müzemizde endüstriyel bir mutfak, zahire odası(aşkana-kiler),Maraş tarhana yapım bölümü, müştemilat, ocaklık, oturma odası, gelin odası ve en üst katta Maraş manzarasına hakim olan bir adet cihannümadan (huzur odası) oluşmaktadır. Müzemiz 3 katlı bagdadi ve ahşap bir yapıdan oluşmaktadır ve tamamen geçmiş dönemi yaşatmaktadır.*”

Sonuç ve Öneriler

Destinasyonlar, gastronomi turizmi kapsamında yöresel yiyecek ve içecek kültürlerini tanıtmak bu yiyecek-içeceklerin tarihini anlatmak, hangi bileşenlerle elde edildiğini öğretmek ve katılımcılarına yöresel lezzetlerini tattırmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Gastronomi turizminin önemli öğelerinin başında gastronomi festivalleri ve gastronomi temalı müzeleri gelmektedir. Gastronomi odaklı festivaller belli bir dönem ve tarihte gerçekleşmektedir. Bu yüzden ulaşılabilirliği kısıtlıdır. Gastronomi Temalı Müzeler ise resmi tatiller hariç her zaman ziyaretçilerine hizmet vermektedir. Son dönemlerde Dünya genelinde gastronomi turizmine olan talebin artışıyla gastronomi temalı müzelere olan ilgi de her geçen artmaktadır.

Günümüzde gastronomi temalı müzeler, buldukları bölgelerin unutulmaya yüz tutmuş veya geçmişten günümüze kadar gerçek değerinden uzaklaşarak gelmiş yiyecek içeceklerini ve kullanılan araç gereçlerin mutfak kültüründe korunurluğunu yaşatmak için hizmet vermektedir (Şahin & Ünver, 2015, s. 71). Gastronomik ürünlerin buldukları destinasyonları tanıtılabilmesi ve bu ürünlerin gelecek nesillere devam ettirebilmesi için sürdürülebilirlik esastır. Gastronomi turizmi sayesinde destinasyonun yiyecek içecek kültürünün tanıtımı, yöresel ürünlerinin marka olma yolunda atılan adımlar, ekonomik, sosyo-kültürel veya destinasyon kimliği oluşturma noktasında önem taşımaktadır.

Bu çalışma, gastronomi temalı müzelerin sürdürülebilir turizm kapsamında destinasyonların çekicilik unsuru olarak kullanılabileceğini, gastronomi turizmine katkılarını ve alternatif turizm türü olarak destinasyonlara hizmet verebileceğini vurgulamak amacıyla yürütülmüştür. Bu kapsamda çalışma, Kahramanmaraş ilinde bulunan Dondurma Müzesi ve Tematik Mutfak Müzesi çalışma kapsamında ele alınmıştır. Çalışmada veriler müze ziyareti, görüşme ve yarı yapılandırılmış mülakat ile toplanmıştır. Her iki müzede yapılan araştırmalar ve gözlemler sonucunda, kurulmasından bu zamana ilin gastronomi turizminde önemli bir çekicilik

unsuru olarak hizmet verdiği görülse de eksikliği fark edilen bazı noktalar üzerine şu öneriler yapılabilir.

- Gastronomi Temalı Müzelerin hizmetleri üzerine akademik çalışmaların son dönemlerde arttığı görülsede literatür için yetersiz kalmaktadır. Bu yüzden daha fazla gastronomi müzeleri ve yöresel mutfaklar üzerine çalışmalar yapılması gerektiği söylenebilir.
- Kahramanmaraş ili zengin yöresel gastronomik ürünlere sahiptir. Maraş tarhanası da bu ürünlerden bir tanesidir. Maraş tarhanası, yerel halkın ve il dışında yaşayan birçok ailenin evinde bulunan bir yöresel üründür. Her geçen gün ilin ekonomisinde de önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Bu yüzden atıl durumda olan veya günümüzde kullanılmayan tarihi konaklar veya fabrikalar yerel yönetimler tarafından restore edilerek müze haline getirilebilir.
- Bölgenin gastronomi turizmini geliştirebilmek ve farkındalık yaratma adına yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları ile ortaklaşa gastronomi ürünleri üzerine festivaller ve kültür şenlikleri düzenlenebilir.
- Başta bölgeye yakın olan gastronomi müzeleri olmak üzere diğer gastronomi temalı müzelerle iletişim halinde olmak ve işbirliği çerçevesinde gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlanabilir.
- Bölgede hizmet veren turizm işletmeleri, resmi kurumların turizm ve gastronomi birimleri, üniversitelerin turizm ve gastronomi mutfak sanatları bölümleriyle daha fazla işbirliği ve ortaklaşa atölye çalışmaları yapılabilir.
- Kahramanmaraş, müzeler bakımından zengin bir ildir. Merkez ve ilçelerde olmak üzere 11 adet müze bulunmaktadır. Yerel yönetimler seyahat acentaları ve tur operatörleriyle işbirlikleri yapılmalı, acentaların tur programlarına başta gastronomi temalı müzeler olmak üzere müzeler eklenmeli ve bunun sonucunda müze tur paketleri oluşturulabilir.
- Her iki gastronomi müzesini tanıtmak ve ziyaretçi sayılarını arttırmak amacıyla müzelerin sosyal medya araçlarını aktif bir şekilde kullanması ve müze pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.
- Yerel yönetimler gastronomi müzelerinin faaliyetleri için politikalar, teşvikler ve destekler sağlamalıdır.

Kaynakça

- Ağcakaya, H., & Can, İ. I. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3,788-804.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Baysal, K., Özgürel, G., & Çeken, H. (2016). Aydın yöresindeki yerel etkinliklerin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 6(1), 100-108.
- Bekar, A., Arman, S., & Sürücü, C. (2017). Turizmde çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Marmaris Bal Evi örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42), 468-477.
- 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.
- Ceyhun Sezgin, A., & Akbıyık, T. (2021). Dünyadaki gastronomi müzelerinin tematik analizi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 9(1), 153-184.
- Ceyhun Sezgin, A., & Şanlıer, N. (2019). A new generation plant for the conventional cuisine: Quinoa (chenopodium quinoa willd.). *Trends in Food Science & Technology*, 86, 48-51.
- Creswell, J. W., & Tashakkori, A. (2007). Differing perspectives on mixed methods research. *Journal Of Mixed Methods Research*, 1(4), 303-308.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çevik, S., & Saripek, S. (2020). Geleneksel ürün markalaşmasında coğrafi işaret tescilinden müzeye: Kahramanmaraş Dondurma Müzesi. *Turizm okumaları IV* (Ed. S. Karacan) içinde (s.159-172). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Çetin, M., & Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.

- Dayısoylu, K. S., Yörükoğlu, T., & Ançel, T. (2017). Kahramanmaraş'ın coğrafi işaretli ürünleri ve ilin potansiyel durumu. *Tarım Ve Doğa Dergisi*, 20(1), 80.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Eker, F. (2013). Kahramanmaraş'ın tarihi coğrafyasına bir bakış. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 25-38.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdoğan, S., & Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonu'nda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3),249-272.
- Gül, M., & Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2021). Yerel halkın festival turizmine yönelik algılarının değerlendirilmesi: Uluslararası Kahramanmaraş Dondurma ve Kültür Sanat Festivali örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 506-523.
- Kendir, H., & Arslan, E. (2020). Gastronomi turizmi açısından yöresel lezzetlerin duygusal değer boyutunda incelenmesi Tokat ili örneği *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sonbahar Özel Sayı, 130-138.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food tourism around the world*. Routledge.
- <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografiisaretler/liste?il=46>,
(ErişimTarihi:12.01.2022).
- <https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-233507/tematik-mutfak-muzesi.html>,
(Erişim Tarihi: 12.01.2022).
- <https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-233513/dondurma-muzesi.html>,
(Erişim Tarihi: 12.01.2022).
- <https://marasavucumda.com/kahramanmaras-dondurma-muzesi/>, (Erişim Tarihi: 12.01.2022).
- Küçükkömürlü, S., Şirvan, U. N. B., & Sezgin, A. C., (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Küpelikılıç, S. (2013). *Kahramanmaraş mutfak kültürü ve yöresel lezzetler*. Kahramanmaraş: Noya Medya Yayınevi.

- Lambert, T. S., Boukas, N., & Yeralia, M.C. (2014). Museums and cultural sustainability: Stakeholders, forces, and cultural policies, *International Journal Of Cultural Policy*, 20(5), 566–587.
- Mankan, E. (2017). Dünyadaki gastronomi müzeleri üzerine genel bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 11(1): 157-176.
- Miral Çavdırılı, C., & Adan Gök, Ö. (2020). Müzeler ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2241-2262.
- Navarrete, T. (2019). Digital heritage tourism: Innovations in museums. *World Leisure Journal*, 61(3), 200–214.
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: the cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28, 253–261.
- Perzolla, V., Carr, C. M., & Westland, S. (2018). Proactive collaborative conservation museums and companies working towards sustainability. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 8(3), 321-34.
- Polat, M. (2020). Yöresel yemek imajının destinasyon tercihine etkisi: Kahramanmaraş örneği. *Eastern Geographical Review*, 25(43), 183-194.
- Polat, M. (2021). Yedi Güzel Adam Edebiyat Müzesi'nin kültür ve edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 645-658.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., & Mutlu, H. (2019). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin turistik sunum farklılıkları açısından araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1210-1231.
- Sarı Gök, H., & Şalvarcı, S. (2020). Türkiye'deki gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi. *Journal of Travel and Hospitality Management*. 18(1), 2021, 120-140.
- Sormaz, Ü., & Güneş, E. (2016). Traditional culinary museums: samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6): 27-31.
- Şahin, G. 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.

- Şahinoğlu, Ş. (2015). *Somut olmayan kültürel miras kavramına farklı bir yaklaşım: mutfak müzeleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Şeyhanlıoğlu, H. Ö. (2021). Butik otellerin yiyecek ve içecek departmanlarına yönelik e-şikâyetlerin analizi Akyaka Yavaş Şehir Cittaslow örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 558–570.
- Şeyhanlıoğlu, H. Ö., & Kınır, S. (2021). Ağrı destinasyonunun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yerel paydaşların bakış açısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 619-634.
- Tiryaki, G. Y., & Akbay, C. (2009). Kahramanmaraş'ta dondurma tüketim alışkanlığı. *The Journal Of Food*, 34(3), 143-148.
- Yılmaz, H., & Şenel, P. (2014). “Turistik bir çekicilik olarak gastronomi müzeleri”. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, Gazi Üniversitesi, Ankara, 499-510.
- Yüncü, H. R. (2010). “Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası”. *10. Aybastı- Kabataş Kurultayı*, Editör Salim ŞENGEL, Aybastı- Kabataş Kurultayı Yayınları No:11, Ankara, 28 – 34.
- Zagralli, E., & Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal Of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644.

Evaluation Of Kahramanmaraş Thematic Cuisine Museum And Ice Cream Museum Within The Scope Of Gastronomy Tourism

Extended Abstract

Gastronomy-themed tourism events in the past; it is seen that the destinations lag behind traditional sea-sand-sun-oriented products in promoting their tourism potential. Today, change and diversity in the expectations of the people participating in the tourism movement has started to come to the fore. People have started to travel to participate in alternative types of tourism and experience new adventures. As a result of this change, local governments consider the touristic values they have within the scope of alternative tourism. Recently, local governments have started to bring gastronomy tourism to the forefront in promoting the tourism potentials of the region.

In the study, qualitative research method was used to collect in-depth information. Case study / case study is a qualitative research in which in-depth examinations are made and themes related to these cases are defined by using data collection tools such as interviews, observations, documents, reports, audiovisual and one or more case studies limited within a certain time period. By examining the relevant literature, semi-structured interview technique was used. The reason for this is that there was not much data on the research subject before and more detailed

information about the current gastronomy museums was desired. The interview was held with the Ice Cream Museum responsible and the Thematic Kitchen Museum responsible. The interview and museum tour in each museum took approximately 2 hours. For the research questions used during the interview, the study of Miral Çavdırılı and Adan Gök (2020) on the Köstem Olive Oil Museum located in İzmir Urla district was used. The semi-structured questions for the participants participating in the research are as follows.

The Ice Cream Museum and the Thematic Cuisine Museum have been hosting visitors of all ages since the day they opened. Due to the Covid-19 pandemic epidemic in the world, there have been restrictions on visits for the last two years. As a result of the interviews with the museum officials, the number of visitors visiting the museums by years was obtained and the table below was compiled by the researcher. When the museum visitor numbers are examined by years, it is understood that the number of visitors in 2018, the year they were opened to visitors, was 7,250 in the Ice Cream Museum and 34,000 in the Thematic Cuisine Museum. Since the Ice Cream Museum was opened to visitors in the last quarter of 2018, the expected target in the number of visitors could not be reached. At the end of 2019, there was an increase in the number of visitors due to the promotion of both museums and the awareness of people. These numbers are shown as 83,000 people for the Ice Cream Museum and 53,300 people for the Thematic Kitchen Museum. According to Table 4; It is seen that there is a decrease in the number of visitors in 2020 and 2021. The reason for this is the bans and closures in countries due to the Covid-19 epidemic that spread around the world in early 2020. As a result of these bans, there has been a decrease in human mobility and the tourism sector has been affected a lot like every sector.

This study was carried out in order to emphasize that gastronomy-themed museums can be used as an attraction element of destinations within the scope of sustainable tourism, their contribution to gastronomy tourism and that they can serve destinations as an alternative tourism type. In this context, the study was handled within the scope of the Ice Cream Museum and Thematic Kitchen Museum in Kahramanmaraş. In the study, data were collected through museum visit, interview and semi-structured interview. As a result of the researches and observations made in both museums, although it has been seen that the province has served as an important attraction in gastronomic tourism since its establishment, the following suggestions can be made on some points that have been noticed.