



KIRSAL TURİZM ALANLARININ GASTRONOMİK ÜRÜN HARİTASI: DOĞU AKDENİZ ÖRNEĞİ*

GASTRONOMIC PRODUCT MAP OF RURAL TOURISM AREAS: EASTERN MEDITERRANEAN EXAMPLE

İsmail EROL 

Bilim Uzmanı, ismailerol@gmail.com

Gürkan AKDAĞ 

Doç. Dr., Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
gurkanakdag@mersin.edu.tr

ÖZET: Doğu Akdeniz Bölgesi'nin mutfak kültürü tarih boyunca büyük bir önem taşımıştır. Bölgede yer alan Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay ve Kahramanmaraş illerinin mutfak kültürleri incelendiğinde, bölgenin, zengin ve verimli toprakları ile köklü bir mutfak kültürüne sahip olduğu görülmektedir. Doğu Akdeniz, iklimi, coğrafi yapısı, florası ve köklü geçmişi ile evrensel bir bütünlüğe sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Doğu Akdeniz Bölgesindeki, Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay ve Kahramanmaraş illerinin yöresel gastronomi ürünlerinin saptanması, gastronomi turizmi ve kırsal turizm açısından gastronomi ürünlerin rolünün ortaya çıkartılmasıdır. Bu amaca esasen, belirtilen illerin farklı konumlarında, yöresel yemek konusunda bilgi sahibi olan kişilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak veriler elde edilip analizleri sağlanmıştır. Görüşmelerde yöresel yemekler, yöresel yemeklerin tarihi ve bölgedeki gastronomi turizmi konularına yönelik sorular sorulmuştur. Sorular alan yazına dayandırılarak hazırlanmış olup, görüşme esnasında katılımcının konuyu daha iyi anlayabilmesi için sorular zenginleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde; araştırmanın kapsamını oluşturan illerin, yöresel yemeklerinin zenginliği, yöreye ait yemeklerin gastronomi ve kırsal turizme katkısının göz ardı edilemeyecek kadar büyük ölçüde önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel yemekler, gastronomi, kırsal alan, mutfak kültürü

ABSTRACT: The culinary culture of the Eastern Mediterranean Region has been of great importance throughout history. When the culinary cultures of the provinces of Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay and Kahramanmaraş in the region are examined, it is seen that it has a deep-rooted culinary culture with its rich and fertile soil. It has reached a universal integrity with its climate, geographical structure, flora and deep-rooted history. The main purpose of this study is to determine the regional gastronomy products of Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay and Kahramanmaraş provinces in the Eastern Mediterranean Region, which includes many cultures together in the geography, and to examine the role of gastronomy products in terms of gastronomy tourism and rural tourism. For this purpose, data were obtained and analyzed by using face to face interviews with people who had knowledge about local food in different locations of the provinces. During the interviews, questions were asked about the local dishes, the history of the local dishes and gastronomic tourism in the region. The questions were predetermined and the questions were enriched during the interview so that the participants could better understand the issue. According to the findings

* Bu çalışma, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda sunulan 'Doğu Akdeniz Bölgesindeki Kırsal Turizm Alanlarının Gastronomik Ürün Haritası' başlıklı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

obtained from the study, the richness of the local dishes, the gastronomy of the local dishes and the contribution of the local foods to the rural tourism were found to be of great importance.

Keywords: Local foods, gastronomy, rural area, culinary culture

GİRİŞ

Yemek yeme olgusu her zaman toplumun temel unsurlarından biri olmuştur. Son yıllarda gastronomi ve gastronomi turizmi odaklı seyahatlerin artması günümüzde yemeğe verilen önemin en temel göstergelerinden birisidir. Gastronomi odaklı ziyaretler sayesinde kişiler, yerel mutfakları deneyimlerken aynı zamanda, yeni kültürlerle de tanışmaktadırlar (Fields, 2002, s. 38). Ayrıca ziyaret edilen destinasyonun gastronomik ürünleri destinasyonun ekonomisini güçlendirerek turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini de olumlu yönde etkilemektedir (Cankül, 2017, s. 101).

Turizm endüstrisinin gelişmesinde gastronomi turizminin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Yerel yemekler, turistleri kendi bünyelerine çeken yerel bir marka kimliği oluştururken aynı zamanda yerel halk için de gurur duygusunu ve istihdam olanaklarını artırmaktadır (Mnguni ve Giampiccoli, 2019, s. 2). Gastronomi turizminin turizm endüstrisinde etkilediği alternatif yaklaşımlardan birisi de kırsal turizmdir. Kırsal turizm, İngiltere’de doğaya dönüş felsefesi ile başlamış daha sonra Avrupa’nın sanayileşmiş yerlerinde giderek yayılmıştır. Kırsal turizm, insanların şehir hayatından, gürültüden, kirlilik ve benzeri gibi olumsuz faktörlerden kaçabilmesinde etkili olmaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012, s. 94). Kırsal bir alanın yemek kültürünün gelişmiş olması ve dış çevrelerce tanınmış olması bölgedeki turizm potansiyelini önemli ölçüde artırmaktadır. Bu doğrultuda yöresel yiyecekler, bölgenin tanıtılmasında ve pazarlanmasında önemli bir görev üstlenmektedir. Bölgelerdeki yöresel yemekler özellikle tarımsal ürün üreticilerinin ürünlerine artı değer ve çeşit üretme konusunda fırsat sağlamaktadır (Dönmez, Taştan, Soylu ve Yetim, 2019, s. 752).

Mutfak kavramı, ülkede yaşayan insanların beslenmeleri için gerekli yiyecek ve içecekler, bu yiyecek ve içeceklerin muhafazası, pişirilmesi, hazırlanması; bu işlemler için gerekli tüm araçların kullanılma aşaması, yemek yeme adabı ve çevresel gelişen tüm uygulamaları kapsayan bir yapıdır (Oğuz, 2016, s. 4). Türk kültürünün en önemli unsurlarından birisi Türk mutfağıdır. Türk mutfağı bu başarısını tarihine, coğrafi konumuna, gelenek ve göreneklerine, ekonomik yapısına ve diğer ulusların mutfaklarıyla her daim etkileşim içinde olmasına borçludur (Solmaz ve Altın, 2018, s. 109). Diğer yandan Türk mutfağı, yemeklerindeki lezzet ve özellikler açısından kendine özgü farklılıklar barındırmaktadır. Bu farklılıkların oluşmasındaki sebeplerden bazıları, Türklerin göçebe bir kökeninin olması, göç ettikleri coğrafyaya kendi kültürlerini de götürmeleri, farklı medeniyetlerden etkilenmeleri ve yiyecek-içeceğe önem veren bir topluluk olmalarıdır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014, s. 25).

İnsanların, bir destinasyonu ziyaret etmeleri için destinasyon içerisindeki turistik ürünlerinin bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikli ürünler, bölgeye artı değer katmaktadır. Doğu Akdeniz Bölgesi sözü edilen tüm bu özellikleri bünyesinde barındıran önemli bir çekim alanıdır. Mersin’in Tantunis, Adana’nın Kebap ve Şalgamı, Hatay’ın Künefes, Kahramanmaraş’ın Tarhanası ve Osmaniye’nin Fıstığı, Doğu Akdeniz Bölgesindeki illere ait ilk akla gelen yöresel ürünlerdir. Bu çalışma, Doğu Akdeniz Bölgesinde var olan özellikli gastronomik ürünlerin tespit edilmesine ve kırsal turizm açısından bölgenin sahip olduğu değere odaklanmaktadır. Alan yazında konuya bu perspektiften eğilen çalışma sayısının sınırlılığı sebebiyle mevcut çalışmanın orijinal bir nitelik taşıdığını söylemek mümkündür. Çalışmada; gastronomi turizmi ve kırsal turizm

kavramları açıklanmış, sonrasında iki kavram arasındaki ilişkiye odaklanılmıştır. Son olarak ise Doğu Akdeniz Bölgesi gastronomik ürünlerinin il bazında dağılımı ve tespiti gerçekleştirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Leroy ve Varga (2019), gastronomi kavramını “*bir toplumun ve bir ülkenin kültürü, mirası ve yaşam biçimidir*” şeklinde ifade etmektedirler. Gastronomi, insanı ve insan vücudunun ihtiyacı olan her türlü gıdayı konu olarak inceleyen kapsamlı bilgiler bütünüdür. Gastronominin amacı, en doğru beslenme şekli ile insan sağlığının korunması ve yaşamdan zevk alınması yönündedir. İşlev yönünden gastronomi, mevcut ilkeler dâhilinde, yiyecek olarak dönüştürülebilen tüm unsurları arayan, bulan ve hazırlayan herkese rehberlik etmektir. Gastronomi, yemeğin hazırlanma sürecinde insanın ihtiyacı olan motivasyon faktörüdür (Dikel ve Demirkale, 2019, s. 2). Gastronominin bir diğer işlevi destinasyonların gelişmesi ve pazarlanması yönünden önemli bir potansiyele sahip olmasıdır. Turistlerin ziyaretlerindeki deneyimlerin birçoğu yemek yeme ve bu yemekleri nerede ve nasıl tüketebilecekleri doğrultusundadır. Gastronomi bu konuda ziyaretçiler üzerinde yol gösterici görevini üstlenmektedir (Gözgeç ve Aydemir, 2019, s. 3856).

İnsan hayatının en önemli öğelerinden olan yiyecek ve içecekler, gastronomi ve turizm kavramlarını birbirlerine bağlamıştır. Turistlerin yemek ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları doğrultusunda yöresel yemek deneyimleme istekleri zamanla gastronomi ve turizmin birlikte ele alınmasına yol açmıştır (Cohen ve Avieli, 2004). Gastronomi turizmi, bir motivasyon faktörü olan yemeği tatmak veya yemeğin çiğ yapısından pişirilmesine kadar olan süreci görmek amacıyla yöresel ürün üreticilerini, gastronomi festivallerini ve yöresel alanları ziyaret etme faaliyetidir (Zengin, Uyar ve Erkol, 2014). Gastronomi turizminin kaynaklarını, çekici destinasyonlar, yerel ürünler, yerel festivaller ve doğal güzellikler oluşturmaktadır. Ancak bu kaynaklar bir bölgedeki gastronomi turizminin gelişmişliğini göstermede tek başına yeterli değildir. Bir destinasyonun gastronomi turizminde ön plana çıkması için bölgenin kendisinin de gelişmişlik düzeyinin üst seviyelerde olması gerekmektedir (Sökmen ve Özkanlı, 2018, s. 100). Gastronomi turizmi, destinasyonun kültürü ile de ilgilenen bir turizm çeşididir. Etkileşim içinde olduklarından dolayı, gastronomi kültür sentezini oluşturmaktadır. Dünya genelinde turistlerin birçoğu yapacakları turizm seyahatlerinin nedenlerinin yerel yemekler olduğunu belirtmektedirler (Bozkurt, 2018, s. 51).

Kırsal Turizm

Günümüzde insanların gündelik hayatları stresli, yoğun ve sürekli bir mücadele içerisinde geçmektedir. İnsanlar içinde buldukları bu durumdan, betonarme yapıların arasından uzaklaşarak doğaya yönelip zihnin ve ruhlarını dinlendirmek istemektedirler (Kesici, 2012, s. 34). Lewis & D’alessandro (2019), kırsal turizmi “*nüfusun fazla olduğu bölgelerin dışında yapılan turizm faaliyeti*” olarak tanımlamaktadırlar. Soykan (2003), ise kırsal turizmi; “*kültür, doğa ve tarımsal faaliyetlerle harmanlanan ve diğer alternatif turizm çeşitlerine uyumu kolay olan turizm çeşidi*” olarak tanımlamaktadır. Kırsal turizm alanları, ziyaretçilerine farklı duyguları hissettirmeyi başaran alanlardır. Kırsal alanların nostaljik bir karaktere sahip olduğu ve kişilerin geçmiş hayatlarından kesitleri hafızalarında canlandırdığı yaygın olarak kabul edilmektedir (Christou, Farmaki ve Evangelou, 2018, s. 42).

Doğada gerçekleşen tatillere olan ilginin artması, kent yaşamındaki kurallardan uzaklaşma isteği, sahil bölgelerinin coğrafi yapılarının benzerlik göstermesi, kırsal turizm faaliyetinin ekonomik açıdan uygun olması gibi nedenler kırsal turizm faaliyetlerinin artmasına olanak sağlamaktadır (Yılmaz ve Gürol, 2012, s. 24). Kırsal turizm bölgelerin kalkınmasında da önemli rol üstlenmektedir. Bu turizm çeşidinin kırsal kalkınmadaki başarısı daha çok kırsal alanların tarihini, doğasını, kültürünü ve tarımsal faaliyetlerini aktif bir şekilde kullanmasıyla doğru orantıdadır. Kırsal alanlara yönelik yatırımcılar yörenin kalkınmasında ve yöredeki yerel halka ikincil bir geçim kaynağı sunmaktadırlar. Ayrıca kırsal turizm faaliyetini gerçekleştiren turistler bu alanlarda gizemli bir yolculuk yaşayarak yörenin tarihini, coğrafi özelliklerini ve farklı kültürlerden etkilerini gözlemleyebilmektedirler (Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007, s. 2). Günümüzde tarımsal ürün üreticilerinin azalması, tarım sektörünün küçülmesi, kırsal ürün ticaretinin azalması, kırsal alanlarda yaşayan kişilerin göç etmesi nedeni ile birçok batı ülkesi ekonomik ve sosyal yönden kalkınma stratejileri ile kırsal turizm alanlarını tekrardan canlandırma eğilimine girmektedir (Aydın, 2012, s. 40).

Gastronomi Turizmi ve Kırsal Turizm İlişkisi

Günümüzde insanlar beslenme alışkanlıkları ile daha fazla ilgilenmeye başlamakta, farklı yemekler tatma isteğine eğilim göstermektedirler. Turistik ürünlere olan talepte ve bu ürünlerin çeşitliliği konusunda tüketiciler geçmiş yıllara göre daha deneyimli, bilgili ve zevk sahibi olmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni turist modeli, tüketim anlayışında daha etik davranan ve daha sık seyahat eden bir turist kimliği ortaya koymaktadır. Bu turist modeli giderek gelişmekte ve klasik turist modelini değiştirmektedir (Kesici, 2012, s. 33). Turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçiler yöresel yemekleri tatmak, hazırlanma sürecini izlemek istemektedirler. Yöresel yemekler, turistler tarafından içeriğiyle oynanmamış, katkı maddesi içermeyen ve sağlıklı gıdalar olarak algılanmaktadır. Bu etkiler gastronomi turizmi faaliyetlerinin artmasını sağlamaktadır (Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, 2018, s. 378).

Gastronomi turizmi dünya genelinde gelişmekte olan alternatif turizm çeşitlerinden bir tanesidir. Kırsal turizm de son yıllarda üzerinde çalışmaların yoğun olduğu birçok araştırmanın yapıldığı turizm türleri arasındadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013, s. 29). Alternatif turizm türlerinin ortaya çıkması kırsal alanlardaki gastronomi turizminin gelişmesine yol açmış ve bu yolla toplumsal etkileşimler meydana getirmiştir (Kodaş ve Dikici, 2012, s. 55). Kırsal destinasyonlar sahip oldukları yöresel ürünler ile ziyaretçilerine farklı deneyimler yaşama imkânı sunmakta ve yöresel yiyecek-içecekleri yerinde tatmak isteyen ziyaretçi topluluğuna yöresel yemek kültürünü bir turist çekme unsuru olarak sunmaktadırlar (Birsen ve Dinç, 2018, s. 125).

Kırsal alanlarda tabiat ve kültür arasında kuvvetli bir etkileşim bulunmaktadır. Bu etkileşim kırsal turizm ve gastronomi turizmi arasında da görülmektedir. Bu sebeple iki turizm çeşidinin birbirini tamamladıkları aşikârdır (Ataberk, 2017, s. 154). Kırsal alanlarda faaliyet gösteren turizm çeşitleri ve turist davranışları yöresel ürünlerin şekillenmesine olanak sağlamaktadır. Kırsal alanlarda yöresel ürünlerin tekrar keşfedilmeye başlanması, özellikle yemeklerin kalitesi ile ilgili taleplerin ortaya çıkması kırsal turizm ve gastronomi kavramı ilişkisini ilerletmektedir. Ziyaretçilerin kendi damak tatlarına uygun yerel gıdalara yönelmesi gastronomi ürünlerinin sayısının artmasına yol açmaktadır (Yılmaz, 2017, s. 186). Kırsal turizmi oluşturan bileşenler incelendiğinde, kırsal yaşamın bu bileşen grubunun içinde olduğu görülmekte ve kırsal yaşamın en önemli unsuru olarak da beslenme kavramı dikkat çekmektedir. Kırsal alanlardaki yöresel

yemekler, kırsal yaşamdaki beslenme aktiviteleri, kırsal turizm ve gastronomi turizmi faaliyetlerinin aynı anda gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012, s. 95). İki turizm faaliyetine de katılan ziyaretçiler bölgedeki yöresel yemekleri tatmaktadırlar ve bölgenin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynamaktadırlar (Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali, 2014, s. 77).

DOĞU AKDENİZ MUTFAĞI

İnsanoğlu yaşamının ilk gününden son gününe kadar içinde bulunduğu yerel kültür ile etkileşim içinde olduğu gibi evrensel kültürlerle de etkileşim içindedir. İnsanların yaşam şartlarının değişmesi ve yeni düşüncelerin ortaya çıkması, sahip olunan kültürel mirasa farklı unsurların eklenmesi, kültür kavramının içeriğini zenginleştirmiştir. Bir kavram olarak mutfak kültürü, insanların yaşamlarını devam ettirebilmelerini sağlayan yiyecek-içecekleri, bu yiyecek-içeceklerin hazırlanma, pişirilme, saklanma ve tüketilme süreçlerini kapsamaktadır. Ayrıca mutfak kültürü, mutfak içinde kullanılan ekipmanları ve yemek geleneği ile toplumun yeme içme alışkanlıkları, tarihsel kimliği gibi birçok özelliği içinde barındıran bir yapıyı anlatmaktadır (Solmaz ve Altınar, 2018, s. 109).

Türkiye’de bölgeler arası farklı yemek türleri bulmak mümkündür. Her bölgenin kendine has yemekleri ve bu yemekleri pişirme tekniği vardır. Farklı bölgelerde yaşayan insanların beslenme şekilleri de farklılık göstermektedir. Bu farklılıklara bazı durumlarda sınırları ortak olan iller arasında da rastlanmaktadır (Güler, 2010, s. 28). Akdeniz mutfak kültürü ve geleneksel yemekleri Batı Akdeniz ve Doğu Akdeniz bölgelerinde farklılık göstermektedir. Doğu Akdeniz Bölgesi sınırları içinde yer alan Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay ve Kahramanmaraş illerinin Güneydoğu Anadolu ve Arap mutfak kültürlerinden etkilendiği bilinmektedir. Bölgede etli ve yağlı yemeklerin daha fazla tüketildiği dikkat çekerken kebab çeşitlerinin fazlalığı hatta sebze ve meyve ile yapılan kebab çeşitleri ilgi odağı olmaktadır. Batı Akdeniz şehirlerinde ise İç Anadolu mutfak kültürü etkili olmaktadır. Bölgede yapılan yemeklerde tahıl ve hamur işleri ağırlıktadır (Şengül ve Türkay, 2016, s. 92).

Şekil 1.

Doğu Akdeniz Bölge Haritası



Adana Mutfağı

Adana, Çukurova'nın verimli arazilerine sahip tarıma uygun bir coğrafyada yer almaktadır. Verimli topraklarında birçok ürün yetiştirilmektedir. Bu ürünlerden başlıcaları; kavun, karpuz, badem, salatalık, yer fıstığı, üzüm, soya ve pamuktur. Adana coğrafyası hayvancılığa da imkân sağlamakta ve bu durum Adana ekonomisine ciddi

katkılar sağlamaktadır (Ballı, 2013, s. 210). Adana, Türkiye'nin en önemli gastronomi destinasyonları arasındadır. Adını, şehirden alan Adana kebabı bu anlamda en bilinen örnektir. Adana mutfağı geleneksel yemekleri, değişim ve gelişimin göstermiş olduğu etkilerden dolayı unutulmaya yüz tutmuştur. Geleneksel yemeklerin birçoğu nadiren yapılmaktadır. Bu yemeklerin tarifini, en eski haliyle yapmayı bilen kişiler zamanla azalmaktadır. Ancak, orijinal Adana mutfak kültürü Adana kadınlarının tutuculuğu sayesinde günümüze kadar gelmiştir.

Adana mutfağının oluşmasında en önemli etkenler tarımsal ürün yetiştiriciliğidir. Ayrıca, hayvancılık Adana insanının temel geçim kaynaklarından birisidir. Adana'nın Akdeniz coğrafyasında yer alması, şehrin meyveler, baklagiller ve sebzeler bakımından gün be gün mutfağını zenginleştirmiştir (Artun, 2002, s. 144). Son yıllarda, bölgede tarım ürünlerinin yetiştiriciliğinin çeşitlenmesi ve farklı etnik kökenlerden insanların bir arada yaşaması sebebiyle de mutfağın çeşitliliği artmıştır. Adana mutfağı içinde bulunun yemeklerin en belirgin özelliği bol yağlı, salçalı, baharatlı ve koyun eti ile yapılmasıdır.

Hatay Mutfağı

Hatay, medeniyetler şehri olarak doğu ve batı arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Türkiye toprakları içindeki en eski yerleşim yerlerinden bir tanesidir. Binlerce yıllık tarihinin neticesinde geniş bir kültürel yapı barındırmaktadır. Geçmiş tarihte bölgede, Akadlar, Persler, Roma, Bizans ve Osmanlılar gibi birçok uygarlık yaşamıştır. Bu uygarlıkların her birinin bölge mutfağına katkısı olmuştur. Hatay mutfağı birçok mutfakta bulunmayan lezzetleri içerisinde barındırmaktadır. Bu sebeple, UNESCO tarafından yaratıcı şehirler ağı kapsamında "Gastronomi Şehri" unvanını almış ve birçok araştırmacının dikkatini çekmeyi başarmıştır.

Farklı coğrafyalarda kültürlerin birbirleriyle kaynaşmaları sonucunda günümüze kadar gelmiş olan yöresel yiyecekler, destinasyonların tanıtımı ve marka değerini artırma açısından önemli bir yere sahiptir. Hatay ili ve bu destinasyona ait lezzet zenginliği de sözü edilen coğrafi iletişimden oldukça etkilenen alanlar arasındadır (Akdağ ve Yetim, 2020, s. 71). Hatay mutfağı her türlü modern baskıya rağmen gelişebilen ve sürdürülebilirliğini devam ettiren bir mutfak yapısına ve kültürel özelliklerini geleneksel lezzetlere aktarabilen özel bir mutfak kültürüne sahiptir (Ray ve Demirtaş, 2019, s. 1135). Ayrıca Hatay, sahip olduğu zengin yemek kültürü, gelenekleri ve turizm çeşitleri ile yerli ve yabancı turistlere farklı lezzetler ve yeni turizm deneyimleri sunabilme imkânına sahiptir. Hatay mutfağının bir başka özelliği de, şehirde yemek yeme davranışının ihtiyaçtan öte yaşam felsefesi olarak kabul görmesidir (Güzel ve Öncel, 2018, s. 67). Türk mutfağında Hatay mutfağının özel bir yeri bulunmaktadır. Farklı medeniyetlerin ortak yaşam alanı olarak, Hatay geleneksel yemekleri bu medeniyetlerin bir sentezidir. Arap, Ermeni, Süryani ve Türk mutfaklarının karmasıyla mutfağında harika lezzetler meydana gelmiştir. İnanışların birbiri içine girmesi yöre mutfağında çeşitliliği artırmış ve lezzetine lezzet katmıştır (Özdemir ve Güngör, 2016, s. 192).

Kahramanmaraş Mutfağı

Kahramanmaraş mutfağı oldukça zengin gastronomi ürünleri içermektedir. Mutfağın zaman içerisinde değişimi, gelişimi ve çeşitliliğinde; Roma, Asur, Hitit, Dulkadirli, Selçuklu ve Osmanlı kültürleri etkileşimlerinin ortak paydası vardır. Osmanlı saray mutfağında dahi Kahramanmaraş mutfak kültürüne rastlanmaktadır. Cumhuriyet döneminde Kahramanmaraş mutfağına farklı lezzetler yerleşmiş olsa da mutfak kendi özünü korumaya devam etmektedir (Yılmazoğlu, 2014, s. 268).

Kahramanmaraş mutfağı farklı pek çok unsuru barındırmasına rağmen öne çıkan iki temel gıda maddesi dondurma ve tarhanadır. Kahramanmaraş dondurması yörenin en bilinen gastronomik unsurudur. Dondurma, insanlara vermiş olduğu hazzın yanı sıra içerisinde bulunan vitaminler ve kalsiyum gibi birçok minerali içermesi açısından çok sağlıklı ve faydalı bir tatlı türüdür (Tiryaki ve Akbay, 2009, s. 144). Dünya genelinde ham maddesi tahıl olan birçok fermente gıda maddesi tüketilmektedir. Türkiye’de tahıl ürünlerinden ilk akla gelen ise tarhanadır. Tarhana asidik ve ekşi bir tada sahip iyi bir vitamin kaynağıdır (Blandino ve ark., 2003, s. 536). Tarhana Kahramanmaraş’ın geleneksel gastronomi ürünlerinin başında gelen bir ürün olup hemen hemen her evde tüketilmektedir. Kahramanmaraş tarhanası yapım aşaması ve tüketilme alışkanlıklarından dolayı diğer tarhana türlerinden ayrılmaktadır. Maraş tarhanası tamamen kurumamış ya da kurumuş halde üretilmekte, çayla birlikte ve çorba olarak tüketilmektedir (Sormaz, Onur, Güneş ve Nizamlıoğlu, 2019, s. 2).

Mersin Mutfağı

Mersin coğrafi konumunun da etkisi ile Toroslar ve Çukurova’nın verimli topraklarına sahiptir. Akdeniz iklimi Mersin mutfağına, tarım ürünleri ve deniz mahsulleri bakımından önemli avantaj sağlamaktadır. Tarihsel süreçte “Yörük” adı verilen toplum ve İç Anadolu ve Güneydoğu başta olmak üzere civar şehirlere Mersin’ e göç eden insanlar Mersin mutfağına katkı sağlamışlardır. Mersin tarih boyunca göç almış ve almaya devam etmektedir. Mersin’de yaşayan yerli halkın kendine özgü bir inancı ve kültürü olmasına rağmen şehirde yaşayan halk kaynaşarak ortak bir kültürü paylaşmıştır. İklimi ve verimli toprakları şehrin önemini ve güzelliğini artırmaktadır (Yenipınar ve Yedigöz, 2015, s. 504).

Mersin mutfağı sahil şeridinden Torosların yaylarına uzanan coğrafyada kendi içinde farklılık gösteren bir özelliğe sahiptir. Kebap çeşitleri mutfağın esas yemeklerinin en başındadır. Kebap bölgede sabah kahvaltısında bazen de ara zamanlarda atıştırılabilir olarak tüketilebilmektedir. Ayrıca, Mersin mutfağının en önemli ürünü şehrin neredeyse her mahallesinde tüketilen Tantunidir (Oğuz, 2016, s. 153). Mersin ilinin batı bölümüne düşen Aydıncık, Erdemli, Silifke, Mut, Gülnar, Anamur, Bozyazı ilçelerinde Yörük halkın mutfak kültürünün hüküm sürdüğü görülmektedir. Mersin merkezde ve Tarsus ilçesinde ise daha çok Güneydoğu ve Arap mutfağının izleri kendini göstermektedir (Bektarım, Yalınkaya ve Can, 2019, s. 57). Mersin, yöresel ürünleri, doğal güzellikleri, tarihi ve turistik bölgeleri bakımından zengin bir şehirdir. Bu özellikleri bir marka haline getirebilmek için ise bünyesinde barındırdığı bu özelliklerin tanıtımının çok iyi bir şekilde yapılması gerekmektedir. Mersin’e ait olan ve tanıtımının iyi yapılması gereken ürünler; Batırık, Cezerye, Silifke yoğurdu, Kerebiç, Sıkma, Anamur muz, Göleve ve Kaynar olarak sınıflandırılabilir (Koşar, Kadıoğlu ve Karaaslan, 2019, s. 619).

Osmaniye Mutfağı

Osmaniye coğrafyası ve iklimi Osmaniye mutfağına zenginlik katmaktadır. Çukurova’nın verimli tarım arazilerinde yetişen ürünler Osmaniye mutfağında birçok ürünün işlenmesine olanak sağlamaktadır. Yöre mutfağında, bulgur ile yapılan yemekler ön plandadır. Türkiye’deki bütün yöreler gibi Osmaniye İlinin de kendisine has lezzetleri bulunmaktadır. Türk mutfağı ve Akdeniz mutfak kültürünü içeren Osmaniye mutfağında, et önemli bir yere sahiptir. Kebap çeşitleri ve etli yemeklere şehrin genelindeki restoranlarda rastlanmaktadır.

Osmaniye ilinde el lezzeti olan herkes cinsiyet ayrımı yapmaksızın yemek yapabilmektedir. Yemek kültürünün bölge halkı için önemli olduğunu, yörede yapılan

yemek yarışmaları, yemek programları ve yerel yemekleri tanıtmaya çabaları ispatlamaktadır (Akçaözoğlu ve Koday, 2019, s. 540). Gastronomi turizminde ulusal ve uluslararası düzeyde önemli bir coğrafya olan, Adana, Kahramanmaraş, Hatay ve Gaziantep illerinin komşusu ve geçiş noktası olmasından dolayı Osmaniye mutfağı ile bu illerin mutfakları arasında benzerlikler bulunmaktadır. Günümüzde Türk-Arap kültürünün etkileşim içinde olduğu, bu etkileşimden yöresel mutfağın da etkilendiği görülmektedir. Arap yemeklerine gerek aynı isimle gerek farklı isimlerle Osmaniye mutfağında da rastlanmaktadır. Arap kökenli vatandaşların yıllardır Osmaniye’de yaşaması bu kültürel etkileşimi doğurmuş ve şehrin bir parçası haline getirmiştir (Ünal, 2015, s. 61).

MATERYAL ve YÖNTEM

Çalışmanın amacı, Doğu Akdeniz Bölgesi sınırlarının içerisinde bulunan Adana, Mersin, Hatay, Osmaniye, Kahramanmaraş illerinin gastronomi ürünlerinin belirlenmesidir. Bu nedenle araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, doğal ortamda gerçekleşen bütün olayları ve algıları gerçekçi bir biçimde açıklayan nitel bir sürecin izlendiği araştırma modeli olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 40). Araştırmada kullanılan sorular Taştan ve İflazoğlu’nun (2018) çalışmalarından yola çıkılarak hazırlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

- Gastronomi kavramını tanımlar mısınız?
- Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?
- Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?
- Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?
- Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?
- Şehrinizdeki gastronomi turizmini arttırmak için neler yapılmalıdır?

Araştırmanın evrenini Doğu Akdeniz Bölgesi sınırları içinde bulunan Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay ve Kahramanmaraş illerinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise Doğu Akdeniz Bölgesi’nde Mersin, Adana, Osmaniye, Hatay ve Kahramanmaraş illerinde yaşayan, gastronomi, aşçılık ve yöresel yemekler konusunda bilgi sahibi olan yetkin kişilerdir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme ve doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Araştırma verileri 2 Ekim-4 Kasım 2019 tarihleri arasında ses kaydı ve not alma yöntemleri ile toplanmıştır.

Nitel araştırmalarda veri toplama süreci ve veri analiz süreci aynı anda hareket etmektedir. Bu bağlamda nitel bir çalışmanın veri analizi araştırmanın en başından en sonuna kadar devam etmektedir. Nitel veriler genel olarak gözlem, görüşme ve doküman incelemesi ile elde edilmektedir. Verilerin işlenmesi, betimleme, analiz ve yorumlama aşamalarından meydana gelmektedir. Betimleme, elde edilen verilerin araştırma sorusu ile ilgili ifade ettikleri ve ortaya çıkan sonuçları belirtme sürecini kapsamaktadır. Analiz ise veriler içinde saklı olan temaların kodlama ve gruplandırılmalarıyla ortaya çıkarılması ve elde edilen temalar arasındaki bağı açıklama sürecidir (Arı, 2019, s. 20). Yapılan bu çalışmada ilk olarak toplanan veriler olduğu gibi gösterilip raporlanmış, tanımlanıp kodlandırılmıştır. Son olarak da elde edilen veriler araştırmacı tarafından yorumlanmıştır.

BULGULAR

Adana ili Gastronomi Ürünleri

Araştırma kapsamında, Adana ilinin çeşitli ilçelerinden 6 kişi ile yüz yüze görüşülmüştür. Katılımcılar ile ilgili bilgilere Tablo 1’de yer verilmiştir. Araştırmada, gastronomi kavramı hakkında bilgi düzeyinin ölçüldüğü ilk soru “*Gastronomi kavramını tanımlar mısınız?*” şeklinde sorulmuştur.

Tablo 1.

Adana İlinde Görüşülen Kişiler İle İlgili Bilgiler

KOD	Yaş	Cinsiyet	Meslek
KA1	60	Kadın	Aşçı
KA2	45	Erkek	Aşçı
KA3	62	Erkek	Aşçı
KA4	46	Kadın	Ziraat Mühendisi
KA5	48	Kadın	Ev Hanımı
KA6	26	Kadın	Aşçı Eğitmeni

KA1 kodlu katılımcının cevabı, “*gastronomi yenilebilir yemeklerin bilim dalıdır*” şeklinde olmuştur. KA2 kodlu katılımcı, “*yemek kültürü ile geleneksel kültür arasındaki ilişkiyi incelen bir kavramdır*” ifadelerini kullanarak cevap vermiştir. KA3 kodlu katılımcı “*bizler eskiden mutfak akademisi derdik, şimdiler de ise gastronomi adını taşımakta*” ifadesini vurgulamaktadır. KA4 kodlu katılımcı, “*Gastronomi bence yemeklerin yapım aşamasından servis aşamasına kadar olan her şeydir*” şeklinde görüş belirtmiştir. KA5 kodlu katılımcı, “*lezzetli ve sağlığa uygun yemekler*” olarak gastronomi kavramını açıklarken KA6 kodlu katılımcı ise, “*gastronomi yemekten anlama ve iyi yemek sanatı*” diyerek görüş belirtmiştir.

Araştırmada ikinci olarak “*Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?*” sorusu sorulmuştur. KA6 kodlu katılımcı sadece coğrafi işaretli ürün olarak Adana kebab olarak bildiğini ifade ederken KA1 kodlu katılımcı, Adana kebab ve Adana böreği cevaplarını vermiştir. KA2 kodlu katılımcı tescilli ürünlerin Adana kebab ve Şırdan olduğunu belirtmiştir. KA3 kodlu katılımcı, Adana kebab, Karakuş tatlısı, Halka tatlı ve Taş kadayıf ürünlerinin tescilli olduğunu ifade etmiştir. KA4 kodlu katılımcı, “*şehrimize ait coğrafi işaretli ürün olmadığını düşünüyorum. Ancak Karaisalı biberi ve Adana toprak patlıcanının almak üzere olduğunu söylemek isterim*” ifadelerini kullanmıştır. KA5 kodlu katılımcı, Adana kebabın tek tescilli ürün olabileceğini ifade etmektedir. KA6 kodlu katılımcı ise, “*Adana kebab, Şalgam, ve Şırdan olarak biliyorum*” ifadelerini kullanmıştır.

“*Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?*” sorusuna, KA1 kodlu katılımcı, “*Adana kebab, İçli köfte, Adana böreği, Kozan portakalı, Halka tatlı, Karakuş tatlısı, Taş kadayıf ve Bulgur yemekleri*” olarak belirtmiştir. KA2 kodlu katılımcı, Adana kebab, Adana ciğeri, Adana usulü içli köfte, fellah köftesi, lahmacun, deniz mahsulleri, su böreği, sıkma, Adana simidi, karakuş ve taş kadayıf ürünlerini ön plana çıkartmıştır. KA3 kodlu katılımcı, “*sarımsaklı köfte, mantı, içli köfte olarak biliyorum*” ifadelerini kullanmıştır. KA4 kodlu katılımcı, “*Adana kebab, şalgam, bici bici, içli köfte, kuru patlıcan dolması, tandırda yufka ekmek, etli yaprak sarma şehrimize ait gastronomik ürünlerdir*” ifadelerini kullanırken KA5 kodlu katılımcı, “*Adana kebab, şırdan ve bici bici tatlısı en bilinen yiyeceklerimizdir*” ifadelerini kullanmıştır. KA6 kodlu katılımcı, “*Adana*

kebabı, ciğer, şalgam, şırdan, karakuş tatlısı ve halka tatlı” ürünlerinin Adana’nın en bilindik ürünleri olduğunu belirtmiştir.

“Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?” sorusuna KA1 kodlu katılımcı, “tahinli lahana sarması, ceviz içi ve sarımsakla hazırlanan bir yemek olan Mettuş yemeği unutulmaya yüz tutmuş yemekler arasında. Şeyh El Mahşi dolmaların şahı diye bilinen bir yemek olan kabağın içine kıyma doldurularak ve kızartılarak yapılır” şeklinde yanıtlamıştır. KA2,KA3 ve KA4 kodlu katılımcılar, Adana’nın kaybolmaya yüz tutmuş bir yemeğinin olmadığını belirtmişlerdir. KA5 kodlu katılımcı, “Mileytüt ve çingene kebabı şeklinde belirtmiştir. KA6 kodlu katılımcı, “Berbuşe, Ayyış ve Kepse” yemeklerinin kaybolmaya yüz tutmuş ürünler olduğunu belirtmiştir.

“Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?” sorusuna KA1 kodlu katılımcı, “Salmabeyi köyünde bir kooperatif kuruldu, köy yemeklerini yapmaya çalıştığımız ve tanıtıma çalıştığımız bir kooperatiftir. Bu tür kuruluşlar gastronomi turizmine olumlu yönde etkisi olacağını düşünmekteyim” şeklinde cevap vermiştir. KA2 kodlu katılımcı aynı soruya, “gastronomik ürünlerin şehrimize farklı yönlerden katkısı olduğu gibi gastronomi turizmine de etkisinin olumlu yönde olduğunu söyleyebilirim” şeklinde belirtmiştir. KA3 kodlu katılımcı, “Adana kebabımız ülkede hatta dünyada çoğu kişi tarafından bilindiği için Adana bu yönden avantajlıdır. Adana’ya yöresel yemek yemeye başka şehirlerden birçok kişi gelmektedir”. KA4 kodlu katılımcı, “şehrimizin gastronomik ürünlerinin gastronomi turizmine etkisi oldukça fazladır. Uluslararası boyutta Adana Lezzet Festivali şehrimizde gerçekleşmektedir” ifadelerini kullanmıştır. KA5 kodlu katılımcı, “Adana mutfağı Dünya’da tanınmayı hak eden bir mutfak ve şu anda hak ettiği yerde değildir. Şehirdeki gastronomik ürünlerinde gastronomi turizmine etkisi yetersiz tanıtımdan dolayı çok iyi değildir maalesef” şeklinde cevap vermiştir. KA6 kodlu katılımcı, “Adana kebabı ve Şırdan öncelikle tadılmak istenen ürünler arasındadır. Özellikle bu iki lezzet şehrin gastronomi turizmine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Hemen hemen yılın her ayında gastronomi turizmi için gelen farklı turist gruplarına rastlamak mümkündür” ifadelerini kullanmıştır.

Araştırmanın son sorusu olan “Şehrinizdeki gastronomi turizmini arttırmak için neler yapılmalıdır?” sorusuna KA1 kodlu katılımcı, “şehirde düzenlenen gastronomi etkinliklerinin artırılması gerekmektedir. Yöresel yemekleri tanıtırken, ziyaretçilere hazırlanışından sunumuna kadar olan bölümün tanıtımının yapılması gerekmektedir ve bu şekilde gastronomi turizminin daha çok artış göstereceğine inanmaktayım” ifadelerini belirtmiştir. KA2 ve KA3 kodlu katılımcılar yöresel yemeklerin yapıldığı işletmelerin sayısının artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. KA4 kodlu katılımcı ise, “Adana’da ekoturizm kolaylıkla yapılabilir. Çünkü tarihi güzelliklerin yanında buraya gelecek turistler hem bu yörenin lezzetlerini hem de dönemine göre portakal, pamuk, limon vb. gibi ürünleri tarlada toplama keyfine erişebilirler. Yöresel ürünlere yönelik markalaşma çalışmaları yapılabilir. Yapılan araştırmalarla unutulmaya yüz tutmuş ürünler gün yüzüne çıkarılabilir” şeklinde belirtmiştir. KA5 kodlu katılımcı, “dışardan gelen misafirlerimizi yöresel yemekleri tattırabileceğimiz işletmelerin sayısının artırılması gerekmektedir. Genelde işletmeler kebab ve ciğer üretimi üzerine kurulmuş durumda” şeklinde yanıtlamıştır. Son olarak KA6 kodlu katılımcı, “sanal pazarlama ve sosyal medyadaki reklam ve tanıtımlarla daha büyük kitlelere şehrin gastronomik değerleri yansıtılabilir. Ulusal ya da uluslararası gastronomi alanında düzenlenen yarışmalar veya organizasyonlar aracılığıyla şehrimize özgü yöresel yemekleri yapıp sunmak etkili olabilir” ifadelerini belirtmişlerdir.

Hatay İli Gastronomi Ürünleri

Hatay ilinin çeşitli ilçelerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak 6 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerle ilgili bilgilere Tablo 2’ de yer verilmiştir. Sorulardan ilki “*Gastronomi kavramını tanımlar mısınız?*” şeklinde sorulmuştur

Tablo 2.

Hatay İlinde Görüşülen Kişiler ile İlgili Bilgiler

Kod	Yaş	Cinsiyet	Meslek
KH1	34	Kadın	Aşçı
KH2	44	Erkek	Aşçı
KH3	34	Kadın	Ev Hanımı
KH4	58	Erkek	Çiftçi
KH5	49	Erkek	İşletmeci
KH6	68	Erkek	İşletmeci

KH1 kodlu katılımcı “*gastronomi yiyecek içecek sektörünün gelişmiş halidir*” şeklinde cevap verirken, KH2 kodlu katılımcı “*Gastronomi kelime anlamıyla bildiğimiz gibi yemek yapım ve sunum sanatı. Yemeği yapmanın ve sunmanın birleştiği bir sanat dalı olarak görüyorum*” şeklinde cevap vermiştir. Diğer yandan KH3 ve KH4 kodlu katılımcılar “*yemeklerle ilgili bir kavram*” cevabını vermişlerdir. KH5 “*gastronominin farklı tatlar ve lezzetler*” olduğunu vurgularken KH6 “*gastronominin yöresel lezzet ve kültürlerinin modern mutfakla birleşimi*” olduğunu düşünmektedir.

“*Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?*” sorusuna KH1 kodlu katılımcı, “*evet, şu anda 5 tane coğrafi işaretle işaretlenmiş ürünümüz bulunmakta Zahterin de coğrafi işaret aldığını hatırlıyorum*” şeklinde cevap vermiştir. KH2 kodlu katılımcı, “*coğrafi işaretli ürünlerimiz arasında öncelikle karakılçık buğdayımız bulunmakta. Diğer coğrafi işaretli ürünlerimiz, zahter, halhalı zeytini ve ceviz reçeli ürünlerimizdir*” şeklinde belirtmiştir. KH3 kodlu katılımcı, “*Hatay iline ait coğrafi işaretli ürünlerin, Künefe, Oruk, Tuzlu yoğurt, Biber salçası ve Hatay peyniri*” olduğunu dile getirmiştir. KH4 kodlu katılımcı, sağlık yönünden faydalı olduğu düşünülen meyan şerbetinin coğrafi işaretli ürün olduğunu belirtmiştir. KH5 kodlu katılımcı coğrafi işaretli ürünlerin, *Künefe, Zahter ve Küflü çökelek*” olduğu vurgulamaktadır. KH6 kodlu katılımcı ise, “*Antakya'nın tescilli gastronomi ürününün Künefe ve Sürk çökeleği*” olduğunu belirtmektedir.

Araştırmanın üçüncü sorusu; “*Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?*” olarak sorulmuştur. KH1 kodlu katılımcı, en çok tüketilen yöresel yiyeceklerin, künefe, irmik tatlısı, kabak tatlısı, ceviz reçeli ve kebab çeşitleri olduğunu belirtmiştir. Andız, üzüm ve dut pekmezinin de yöreye ait ürün olduğunu, mevsimsel bir ürün olan, ilkbaharda yetişen ve daha çok salamura şeklinde tüketilen sakız murcunun da şehirde bilinen gastronomik ürünler arasında olduğunu belirtmiştir. KH2 kodlu katılımcı bu soruya yönelik “*gastronomik ürünlerimizin en başında gelen yemekler, tepsi kebabı, kâğıt kebabı, Anadolu’da keşkek olarak bilinen Hatay yöresinde adı Aşur yemeği olan, yoğurt aşu yemeğidir*” demiştir. KH3 kodlu katılımcı, “*yörede en bilinen gastronomik ürünün Oruk yemeği olduğunu, bir çorba çeşidi olan ayran çorbası ile çoğu kişi tarafından bilinen meşhur künefe tatlısının da gastronomik ürünler arasında olduğunu belirtmektedir.* KH4 kodlu katılımcı bir kazan içerisinde etle beraber saatlerce dövülerek, genellikle düğünlerde yapılan döğme pilavı, bölgenin vazgeçilmezi olan künefe tatlısı, genellikle köylerde yapılan içli çörek, doğada kendiliğinden yetişen gömeç otu, ayrıca hamurun

üzerine biber, zeytin ve zahter konularak tandırda pişirilerek yapılan ve ayrılan servis edilen biberli ekmeğin de gastronomik ürünler arasında olduğunu belirtmiştir. KH5 kodlu katılımcı Hatay iline ait gastronomik ürünlerin “peynirli künefe, zahter, küflü çökelek, tepsi kebabı, oruk, hünnap meyvesi, humus, kekik salatası, çökelek salatası, ekşi aşı, Babagannuş, belen tava, siyah Hatay hurması, Belen kahkesi, Hatay otlu peyniri” olduğunu söylemektedir. KH6 kodlu katılımcı ise “Oruk, Fellah köftesi, Muhammara, Mutebbel, Kömbe, Kâğıt kebabı, Zahter salatası ve Sürk’ün ilk akla gelen ürünler” olduğunu vurgulamaktadır.

Araştırmanın dördüncü sorusu “Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?” olarak sorulmuştur. KH1 kodlu katılımcı Ege dolmasının eskisi kadar çok yapılmadığını ve Kinnep kebabının da nadiren yapıldığını belirtirken, tatlı incir ve Menengiç ile yapılan bir tatlı olan Hattuş tatlısının da gün geçtikçe unutulduğunu belirtmektedir. “Çocukluğumuzda domates dolması çok yapılırdı, sakatat yemeklerimiz de eskisi kadar çok yapılmamaktadır. Soğuk buğday çorbası da günümüzde az yapılan bir çorbamızdır” ifadelerini kullanmaktadır. KH2 kodlu katılımcı “Roma döneminden kalma etli enginar kapama, Kinnep kebabı şu zamanda hemen hemen hiçbir yerde yapılmamaktadır. Hatay da Hristiyan halkın yapmış olduğu Mortadella yemeği kaybolmaya yüz tutmuş yemekler arasındadır. Carra denilen bir küpün içine keçi sütü ile yapılan Carra peynirimiz de çok az yapılmaktadır” şeklinde bilgi vermektedir. KH3 kodlu katılımcı “İçli köftayı örnek verebilirim, ancak şu anda yapıldığı gibi yapılmazdı. Tepsinin altına bulguru serip, arasına etini koyup, tekrar bulgurla kapatılırdı ancak şu anda neredeyse hiç yapılmamakta ve adı Oruk olarak bilinmekte. Bayat ekmeği güneşte kurularak daha sonra salçalı su ile ve sarımsak ekleyerek pişirerek elde edilen Ekmek aşı yemeği de çok az yapılmakta” ifadelerine yer vermiştir. KH4 kodlu katılımcı, “çok güzel bir çorbamız olan ayrılan çorbası artık eskisi kadar fazla yapılmamakta, eski bir tatlımız olan ve kadayıftan daha önce üretilen Züngül tatlısı, Şilliki tatlısı, bunlar unutulmuş gastronomik ürünlerimizdir” yorumunda bulunmuştur. KH5 kodlu katılımcı ise “Kaytaş böreği ve semirsek çok fazla yapılmamakla birlikte genelde özel günlerde yapılmaktadır” ifadelerine yer vermiştir. KH6 kodlu katılımcı ise, “Şeşberek, Fettüş, Kömeç, unutulmaya yüz tutan lezzetlerin başında gelmektedir” şeklinde yanıtlamıştır.

Araştırmanın beşinci sorusu olan “Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?” sorusuna KH1 kodlu katılımcı, “şehrimizin doğal güzelliklerinden dolayı birçok kişi şehrimizi ziyaret etmek istemektedir. Bunun yanı sıra yöresel yiyeceklerimizde turistleri cezbetmektedir. Bu yüzden gastronomik ürünlerin turizme etkisi olumlu yöndedir” şeklinde cevap verirken KH2 kodlu katılımcı, “olumlu yönde etkisi olduğunu düşünüyorum. Çevre illerden insanlar daha çok Hatay yemekleri yemek için şehri ziyaret etmektedirler” şeklinde cevap vermişlerdir. KH3 kodlu katılımcı, “özellikle Hatay künefesinin bu yönde çok büyük bir etkisi vardır. İnsanlar künefe tatlısını ülkenin herhangi bir şehrinde istedikleri zaman tüketebilmektedirler ancak bu tatlıyı yerinde yemek için Hatay’a gelmektedirler” düşüncesini savunmaktadır. KH4 kodlu katılımcı bu soruya, “ciddi bir ölçüde olumlu yönde olduğunu düşünüyorum” şeklinde ifade etmiştir. KH5 kodlu katılımcı, “yöresel yemeklerin Hatay yöresinde turizme etkisi oldukça fazladır. Özellikle çevre illerden Hatay ilinin yöresel yemeklerini tatmak için birçok ziyaretçi ziyaret etmektedir” ifadesini belirtmiştir. Son olarak KH6 kodlu katılımcı bu soruya, “Hatay dünya gastronomi şehridir. Gıda turizminde öncü şehirlerden olup turizme katkısı yadsınamayacak seviyededir” ifadesini kullanmıştır.

Araştırmanın son sorusu olan, “Şehrinizdeki gastronomi turizmini arttırmak için neler yapılmalıdır?” sorusuna KH4 ve KH6 kodlu katılımcılar “Daha fazla ulusal reklam

ve tanıtım faaliyetleri yapılmalıdır. Bu yöreye ait yemeklerin tüm ülke halkına duyurulması gerekmektedir” şeklinde birbirine yakın yorumlarda bulunmuşlardır. KH1 kodlu katılımcı, “yöresel yiyeceklerin tanıtımı yapılmalıdır. Daha çok yöresel yemek yapmayı bilen aşçılar eğitilmelidir” şeklinde belirtirken, KH2 kodlu katılımcı, “şehre yapılan turların sayısı artırılmalıdır” şeklinde cevap vermiştir. KH3 kodlu katılımcı, “yöresel yemek yapan işletmelerin sayısının artması gerekmektedir. Yöresel yemek festivalleri devlet desteği tarafından daha sıklıkla yapılmalıdır” düşüncesini belirtmiştir. KH5 kodlu katılımcı, “farklı illerde Hatay mutfak kültürünü iyi temsil edebilecek restoranların çoğalması gerekmektedir. Gastronomi eğitimi veren eğitim kurumlarının Hatay mutfağı gibi yöresel mutfaklara yönelik eğitimleri artırması gerekmektedir” şeklinde görüş bildirmiştir.

Kahramanmaraş İli Gastronomi Ürünleri

Araştırma kapsamında Kahramanmaraş ilinin çeşitli bölgelerindeki kişilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak 6 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerle ilgili bilgilere Tablo 3’te yer verilmiştir.

Tablo 3.

Kahramanmaraş İlinde Görüşülen Kişiler İle İlgili Bilgiler

Kod	Yaş	Cinsiyet	Meslek
KK1	51	Erkek	Aşçı
KK2	47	Erkek	Aşçı
KK3	34	Kadın	Aşçı
KK4	44	Kadın	Aşçı
KK5	52	Erkek	Aşçı
KK6	47	Erkek	Aşçı

Araştırmada Kahramanmaraş ilinde yapılan görüşmelerde soruların başında gelen “Gastronomi kavramı hakkında bilginiz var mı?” KK1 kodlu katılımcının cevabı, “gastronomi yeme ve içmeyi bünyesinde barındıran, mideye hizmet veren her türlü kavramı başında barındırır. Benim için gastronomi bir ülkenin turizmini her şeyden önce tanıtılabilecek tek anahtardır” şeklinde belirtmektedir. KK2 kodlu katılımcı, “gastronomi günümüzün yemek lezzeti, genel olarak da lezzetler ve sunumlardır. Gastronomi bir yörenin kültürüdür” ifadelerini kullanmıştır. KK3 kodlu katılımcı bu soruya, “gastronomi deyince ilk olarak yöresel lezzetler ve Türk mutfağı akla gelen ilk izlenim olarak düşünüyorum” şeklinde cevap vermiş, KK4 kodlu katılımcı, “gastronomi yemekle ilgili her şeydir bence” ifadesini kullanmıştır. KK5 kodlu katılımcı, “gastronomi iyi yemek düşkünlüğü, yemek bilimi, yemekten anlamaktır. Gastronomi mide kuralıdır yani insanların temel ihtiyacı beslenmedir, yemeği iyi yeme merakıdır. Gastronomi kavramı tarih boyunca birçok etki altında kalmıştır ve evrimleşmiştir” şeklinde görüşünü belirtmiştir. KK6 kodlu katılımcı ise, “gastronomi bir şehrin tanıtımı sağlayan en önemli unsurdur” şeklinde cevap vermiştir.

Kahramanmaraş ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin araştırıldığı “Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?” sorusuna KK1 ve KK2 kodlu katılımcılar “coğrafi işaretli ürünler; Tarhana, Pul biber, Dondurma, Ceviz, Şıra ve Pestil’dir” şeklinde cevap vermişlerdir. KK3 kodlu katılımcı Kahramanmaraş’ın coğrafi işaretli ürünlerinin Maraş yaprak sarması, Pul biber, Maraş paça ve Maraş dondurma olduğunu ifade etmiştir. KK4 kodlu katılımcı; Tarhana, Dondurma, Tırşik, Sumak ekşisi cevaplarını vermiştir. KK5 kodlu katılımcı coğrafi işaretli ürünlerin, Maraş biberi, Andırın

tırşığı, Maraş burması ve dondurma olduğunu belirtmiştir. Son olarak KK6 kodlu katılımcı ise bu soruya, pul biber, dondurma ve kelle paça coğrafi işaretli olduğunu ifade etmiştir.

Kahramanmaraş iline ait olan yöresel yiyeceklerin araştırıldığı, “Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?” sorusuna KK1 kodlu katılımcının cevabı, “Tarhana, Maraş dondurması, Pul biber, Reyhan, Kurutulmuş sebzeler, Şıra ürünleri, Un sucuğu, Üzümlü sucuğu, Maraş kelle paçası, Sumak ekşisi, Şalgamlı tarhana çorbası ve İçli köfte” şeklinde olmuştur. KK2 kodlu katılımcı, “Dondurma, Paça, Tarhana, Çullama tatlısı, Maraş çöreği, Sumak, Kabarcık üzümü, Tarhana çorbası, Ekşili çorba, Paşa kebabı, Fıstıklı börek, Salep, Keçi sütü, Afşin sarımsağı, Acem pilavı, Ekşili turşu, Yağlama” cevaplarını vermiştir. KK3 kodlu katılımcı, “Maraş eli böğründe yemeğimiz gelen misafirlerimize olmazsa olmazdır, muhakkak bu yemeği tadarlar. Maraş dondurmamız hem coğrafi işaretli hem de dünya çapında bilinen bir tatlımızdır. Ekşili çorbamız, Maraş tarhana çorbamız, tarhana kavurması, Bu lezzetler Maraş ziyaret edildiğinde tadılabilecek lezzetler arasındadır” ifadelerini kullanmıştır. KK4 kodlu katılımcı bu soruya, “tarhana, zeytin, zeytinyağı, sumak ekşi, sumak külü, keçi peyniri, keçi tereyağı, kekik ve keçi sütü” ürünlerinin en bilinen gastronomik ürünler olduğunu belirtmiştir. KK5 kodlu katılımcı ise, “maraş tavası, maraş kebabı, maraş taraklığı, içli köfte, ekşili köfte, sömelek köfte, yavan köfte, simit köfte, etli tırşik çorbası, tarhana çorbası mumbar dolması, kurutulmuş biber dolması, kurutulmuş salatalık dolması, kurutulmuş kabak dolması, yoğurtlu dövme aşı, şekerli peynirli börek ve söğürmedir”. KK6 kodlu katılımcı, “pul biber, dondurma, kelle paça, tarhana, maraş çöreği, tarhana çorbası, sumak ekşisi” Kahramanmaraş’ın en bilinen gastronomik ürünleri olduğunu belirtmiştir.

“Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?” sorusuna KK1 kodlu katılımcı, “karsambaç tatlısı, yağlama, Marul cacığı, ekşili patlıcan turşusu, Hakiki keçi sütü ile yapılan maraş dondurması” ifadeleri ile cevap vermiştir. KK2 kodlu katılımcı aynı soruya, “çullama tatlısı, kırma, mercimek köftesi, simit köftesi, yufka ekmek, borani, döğme aşı, et kabağı sulusu ve soğanlama” ürünlerinin olduğunu belirtmiştir. KK3 kodlu katılımcı, “kabak kabuğu kurusu kavurması ve Acem pilavını örnek verebilirim ifadeleri ile belirtmiştir. KK4 kodlu katılımcı “Şıralar, Sulu Yemekler, Üzümden yapılan doğal tatlılar, Kırma, Pestil” olduğunu söylemektedir. KK5 kodlu katılımcı, “erik sulusu, çullama tatlısı, hatun tatlısı, karsambaç ve tas pilavidir” şeklinde ifade etmiştir. KK6 kodlu katılımcı, “Ekşili köfte, mumbar, soğan ve kuşbaşı et ile yapılan Kahramanmaraş tas pilavının” kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik ürünler olduğunu belirtmektedir.

“Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?” sorusuna KK1 kodlu katılımcı, “son zamanlarda, farklı şehirlerden gastronomi turları düzenlenmektedir. Bu turlar Kahramanmaraş gastronomisine çok azda olsa ivme kazandırmıştır” cümleleri ile cevap vermiştir. Aynı soruya KK2 kodlu katılımcı, “Kahramanmaraş gastronomisi dondurma ve kelle paça ile tanınmaktadır. Bu ürünlerin turizme katkısı oldukça fazladır. Kahramanmaraş’a dışardan gelen bir kimse ilk olarak dondurma ya da paça arayışına girmektedir. Sumak ekşimiz, tarhanamız, biberimiz ve çöreğimiz meşhur yiyeceklerimizdir” cevabını vermiştir. KK3 kodlu katılımcı, “Yöreyle ait yöresel ürünleri bilen başka şehirdeki insanlar şehrimizi gastronomi turizm adı altında ziyaret etmektedir” ifadelerini kullanmıştır. KK4 kodlu katılımcı, “Yiyecek ve içeceklerin katkısı var ama daha fazla olması gerektiğini düşünüyorum” ifadelerini kullanarak KK3 kodlu katılımcıyla benzer bir cevap vermiştir.

KK5 kodlu katılımcı, “Şehrimizde turistler öncelikle dondurma ve kelle paçamızı tatmak istemektedirler. Ardından biber, tarhana gibi birçok yöresel lezzetlerimizi tatmak için sabırsızlanmaktadırlar. Son yıllarda gözle görülebilecek şekilde turist sayısı artış göstermiştir” ifadeleri ile yöresel ürünlerin gastronomi turizmine etkisinin iyi derecede olduğunu vurgulamaktadır. KK6 kodlu katılımcı bu soruya, “gastronomi kavramı adı altında ulaşım, yemek ve turizm birbiriyle etkileşim içindedir. Son yıllarda Kahramanmaraş gastronomi ürünleri dikkat çekici bir hal aldı ve insanların merakını uyandırmayı başardı” ifadelerini kullanmıştır.

Araştırmanın son sorusunda “Şehrinizdeki gastronomi turizmini artırmak için neler yapılmalıdır?” sorusuna KK1 kodlu katılımcı, “Altyapı çok zayıf, oteller yetersiz, Dondurma, tarhana ve baharat dışında gastronomi ürünlerinin tanıtımı çok zayıf. Yöresel yiyeceklerin kebab kültürünün önüne geçmesi gerekmektedir.” ifadelerini kullanmıştır. KK2 kodlu katılımcı, “çekirdekten yetiştirme tecrübeli ustaların önü açılmalıdır. Bu tür ustalara imkân ve olanak sağlanmalıdır. Bu işi maddi imkânı olan kişiler değil, emek veren kişiler yapmalıdır. Kahramanmaraş dünyada tanıtılmak isteniliyorsa bir gastronomi müzesi oluşturulmalıdır” şeklinde belirtmiştir. KK3 kodlu katılımcı, “şehrimize özgü ürünlerin tanıtımı, büyük yatırımlar, yöresel işletmelerin artırılması ve devletin bu konuda desteğinin tam olması şeklindedir” ifadeleri ile cevaplamıştır. KK4 kodlu katılımcı, “Kaliteden taviz verilmeden daha detaylı tanıtımlar ve organizasyonlar yapılmalı” cümlesi ile cevaplamıştır. KK5 kodlu katılımcı, “şehrimizde gastronomi festivalleri düzenlenmelidir ve festivallere çağrılarını iyi yapılması gerekmektedir” şeklinde belirtmiştir. KK6 kodlu katılımcı bu soruyu, “Kahramanmaraş’ı ziyaret etmeye gelen turistlere hizmetin iyi yapılması gerekmektedir. Fiyatların abartılı olmaması gerekir. Belediye ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün bunun takibini iyi bir şekilde yapması gerekir” şeklinde çözümler önermiştir.

Mersin ili Gastronomi Ürünleri

Araştırma kapsamında Mersin ilinin çeşitli bölgelerindeki kişilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak 6 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerle ilgili bilgilere Tablo 4’te yer verilmiştir.

Tablo 4.

Mersin İlinde Görüşülen Kişiler ile İlgili Bilgiler

	Yaş	Cinsiyet	Meslek
KM1	60	Kadın	Aşçı
KM2	80	Kadın	Ev Hanımı
KM3	50	Kadın	İşletmeci
KM4	47	Erkek	Aşçı
KM5	51	Erkek	Aşçı Eğitmeni
KM6	54	Kadın	Ev Hanımı

Sorulardan ilki olan “Gastronomi kavramı hakkında bilginiz var mı?” sorusuna, KM1 kodlu katılımcı, gastronominin kısaca “yemek” olduğunu ifade ederken, KM2 ve KM3 kodlu katılımcılar gastronomi kavramı hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmadıklarını söylemişlerdir. KM4 kodlu katılımcı bu soruya, “gastronomi kavramı mutfak bilimidir. Gastronomi kavramı insanların midelerini okşamaktır” şeklinde cevap vermiştir. KM5 kodlu katılımcı, “yiyecek ve içecek dalında yapılan etkinliklerin tümü olduğunu düşünüyorum” ifadelerini kullanırken, KM6 kodlu katılımcı, “gastronominin yemeklerin

sunumunu, tarifini, dekorunu ve hazırlanma aşaması kapsayan sanatsal bir faaliyet olduğunu düşünüyorum” şeklinde ifade etmiştir.

“Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?” sorusuna KM1 kodlu katılımcı, “sarıulak zeytini, humus ve şalgam olduğunu belirtirken, KM2 ve KM3 kodlu katılımcılar coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir. KM4 kodlu katılımcı, “humus, sarıulak zeytini, cezerye Mersin’ in coğrafi işaretli ürünüdür” şeklinde belirtmiştir. KM5 kodlu katılımcı, “sıcak yemek olarak Humus yemeğinin olduğunu biliyorum” ifadesini kullanmıştır. KM6 kodlu katılımcı ise coğrafi işaretli ürünlerin, tantuni, kerebiç ve cezerye olduğunu belirtmiştir.

“Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?” sorusuna KM1 kodlu katılımcı, “düğünlerde ve cenazelerde genellikle yapılan döğme pilavı ve içeriğinde tarçın, yenibahar ve baharatlarının bulunduğu, genellikle misafirlere ikram edilen kaynar, cenaze evlerinde yapılan un helvası, cevizli sucuk olarak bilinen şekerleme türü olan bandırma, Yörüklerin sıklıkla yaptığı ayranlı çorba, mercimekle pişirilen tutmaç çorbası, tereyağı ile yapılan mercimekli bulgur pilavı, Tarsus kebabı, tahinli lahana sarması, yufka ekmeğini küçük parçalara kırarak içerisine domates, soğan, yeşilbiber ve maydanoz ilave ederek yoğrularak yapılan ommaç veya öfeleme, nar ekşisi gibi yapılan turunç ekşisi, patlıcandan yapılan dilme yemeği, biberli ekmek, topalak, sütlü döğme çorbası, fındık lahmacun, sıkma, sac böreği, kaburga dolması, keçiboynuzu pekmezi, Mersin’e ait gastronomik ürünlerdir” şeklinde cevap vermiştir. KM2 kodlu katılımcı bu konudaki görüşlerini; sulu patates yemeği ve bol etli beyaz fasulye yemeği, bazı yerlerde yuvalama ancak bizlerin topalak dediğimiz bir yemek, bol zeytinyağlı sarımsaklı köfte, irmik helvası, içli köfte bilinen yöresel yemeklerdir” şeklinde belirtmiştir. KM3 kodlu katılımcı aynı soruyu, “genellikle düğünlerde ve cenazelerde pişirilen yüzük çorbası, mantı ve döğme pilavı, Keçi yoğurdundan yapılan ayran,” şeklinde cevaplamıştır. KM4 kodlu katılımcı “Mersin’in ilk akla gelen gastronomik ürünü tantunidir. Şalgam da şehrimizde bilinen bir içecektir. Deniz mahsulleri de Mersin’de ilk sıralardadır diyebilirim. Tatlılardan kerebiç ve cezerye de en çok bilinen yöresel yiyeceklerdir. Sac üzerinde yapılan sıkma ve böreklerimiz de meşhur yöresel yiyeceklerimizdir” şeklinde görüşlerini belirtmiştir. KM5 kodlu katılımcı, “tantuni, humus, çiğ Köfte, içli köfte, cezerye, fındık lahmacundur” şeklinde cevap verirken KM6 kodlu katılımcı, “tantuni en bilinen Mersin yemeğidir. İçli köfte ülkemizin çoğu şehrinde olduğu gibi bizim memleketimizde de oldukça sık yapılmaktadır. Yüzük çorbası ve döğme pilavı da ilimiz genelinde yapılan yemeklerdir. Humus şehrimize ait bir yemektir. Halka tatlısı olarak bilinen ancak bizim yöremizde sarı burma tatlısı dediğimiz tatlı da Mersin iline ait bir tatlı çeşididir. Silifke Yoğurdu Mersin iline ait bir yoğurt çeşididir. Bulguru yoğurarak ve top hale getirilerek çorba şeklinde servis edilen topalak yemeği de şehrimize özgü yemeklerden bir tanesidir” cevabını vermiştir.

“Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?” sorusuna KM1 kodlu katılımcı, “tutmaç çorbasının, küncülü çiğ köftenin, batırık yemeğinin, patatesli çiğ köftenin çok az yapıldığını, eskiden aşurenin şekersiz yapıldığını söyleyebilirim” şeklinde cevap vermiştir. KM2 kodlu katılımcı “Batırık ve Evin pilavı son zamanlarda çok fazla yapılmamakta. Dilme yemeğinin de yapımı günden güne azalmakta.” şeklinde belirtmiştir. KM3 kodlu katılımcı, “topalak yemeği, Mercimekli köfte ve Batırık eskilerden yapılan bir yemektir” ifadelerini kullanırken KM4 kodlu katılımcı bu soruya “batırık adındaki yemek pek yapılmıyor. Bunun yanında bu yörelere ait zengin denilen bir yiyeceğimiz var, sadece çok büyüklerimiz yaptığı zaman görebiliyoruz” şeklinde cevap vermiştir. KM5 kodlu katılımcı kaybolmaya yüz tutmuş

yemeklerin “kerebiç, şalgam ve eskimo” olduğunu belirtmiştir. KM6 kodlu katılımcı, “Yufka ekmeği ufalayarak içine bazı sebze çeşitlerinin karıştırılmasıyla oluşan ommaç yemeğini söyleyebilirim. Ege dolması çoğu kişi tarafından bilinmesine rağmen çok fazla yapılmadığını düşünüyorum. Gençlik yıllarımdan bildiğim bir pilav çeşidi olan evin pilavı da son yıllarda çok fazla yapılmamaktadır” ifadeleriyle cevap vermiştir.

“Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?” sorusuna KM3 ve KM6 kodlu katılımcılar, “Tantuni yemeğinin gastronomi turizmine artısı olduğunu düşünüyorum. Diğer illerden insanların sadece tantuni yemek için Mersin’e geldiğini duymuştum” ifadelerini kullanmışlardır. KM1 kodlu katılımcı, “Mersin çok fazla göç alan bir il olduğu için, yemek kültürü de birbirine karışmış bir şehirdir. Bu yüzden kendine has yöresel yemekleri gün yüzüne çok fazla çıkamamaktadır” şeklinde cevap vermiştir. KM2 kodlu katılımcı ise, bu konu hakkında bir bilgisi olmadığını belirtmiştir. KM4 kodlu katılımcı, “yöresel yemeklerimizin turizm sektöründe önemli bir payının olduğunu düşünüyorum. Çünkü insanlar yemek turizmi adı altında yöresel yiyecekleriyle tanınmış şehirleri ziyaret etmektedirler” ifadelerini kullanmıştır. KM5 kodlu katılımcı bu soruya, “yöremizin gastronomik ürünlerinin turizme katkısının oldukça etkili ve olumlu olduğunu düşünüyorum” şeklinde belirtmiştir.

Araştırmanın son sorusu “Şehrinizdeki gastronomi turizmini arttırmak için neler yapılmalıdır?” sorusuna KM6 kodlu katılımcı, “yiyecek içecek üzerine yapılan festivallerin artırılması gerektiğini, yöresel gıdalarımızı tüm ülkeye hatta tüm dünyaya duyurabilmek için tanıtımların sık sık yapılması gerektiğini düşünüyorum”. KM1 kodlu katılımcı, “yöresel ürünlerin tanıtımın çok iyi yapılması gerekmektedir. Ülkenin her ilinde yöresel yemeklerle ilgili kermesler, festivaller yapılmalıdır” ifadeleri ile cevaplamıştır. KM2 kodlu katılımcı, “yöresel yemeklerin ikramını gelen turistlere daha iyi bir şekilde yapmamız gerekmektedir” ifadelerini kullanırken, KM3 kodlu katılımcı ise, “yöresel yemek işletmelerinin artırılması gerekmektedir. Devletimizin bu konuda teşvik vermesi gerekir ve şehir tanıtımına daha fazla özen gösterilmesi gerekir” ifadelerini kullanmıştır. KM4 kodlu katılımcı, “yöresel yemeklerimizin tanıtımı çok iyi yapılmalıdır. Mersin’in yöresel yemeklerinin yazdığı kitaplar çıkarılmalı, sosyal medya ve televizyonda yöresel yemeklerimizin reklamı yapılmalı” şeklinde belirtmiştir. KM5 kodlu katılımcı ise, “şehrimizin ve şehrimize ait yöresel yemeklerin reklamının iyi yapılması gerektiğini düşünüyorum” cevabını vermiştir.

Osmaniye İli Gastronomi Ürünleri

Araştırma kapsamında Osmaniye ilinin çeşitli bölgelerindeki kişilerle yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak 6 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerle ilgili bilgilere Tablo 5’de yer verilmiştir.

Tablo 5.

Osmaniye İlinde Görüşülen Kişiler ile İlgili Bilgiler

	Yaş	Cinsiyet	Meslek
KO1	44	Erkek	Aşçı
KO2	52	Erkek	İşletmeci
KO3	38	Kadın	Ev Hanımı
KO4	49	Kadın	Aşçı
KO5	35	Erkek	Aşçı
KO6	46	Kadın	Ev Hanımı

Araştırmada katılımcılara öncelikle “Gastronomi Kavramı hakkında bilginiz var mı?” sorusu yönlendirilmiştir. KO1 kodlu katılımcı bu soruya, “gastronomi, bütün yemekleri içinde barındıran, yemeğin tüm özelliklerini tüketiciye hissettiren bir kavramdır” şeklinde cevap vermiştir. KO2 kodlu katılımcı gastronomiyi “yemek yapabilmek ve yemeği yapan kişinin el lezzetini yemeğe aktarabilmesidir” şeklinde tanımlamıştır. KO3 kodlu katılımcı “gastronomi kavramı bir gıda ürününün işlenmesi sonucu ortaya çıkan yemek sanatı” olduğunu dile getirmiştir. KO4 katılımcı, “Bence gastronomi yemek yapım ve yemeği sunum sanatıdır” şeklinde görüş bildirmiştir. KO5 kodlu katılımcı, “gastronomi kavramı bir gıda ürününe bazı işlemlerin yapılması sonucu lezzet almasıdır” şeklinde belirtmektedir. Son olarak KO6 kodlu katılımcının cevabı ise “gastronomi bence yemekle ilgili her şeydir” şeklinde olmuştur.

“Şehrinize özgü coğrafi işaretle tescillenmiş ürünler nelerdir?” sorusuna KO1 ve KO2 kodlu katılımcılar Osmaniye yer fıstığı cevabını verirken, KO3 kodlu katılımcı Osmaniye etli kömbe ve Osmaniye simidinin coğrafi işaretli ürünler olduğunu belirtmişlerdir. KO4 kodlu katılımcı ise coğrafi işaretli ürünleri bilmediğini dile getirmiştir. KO5 kodlu katılımcı, Osmaniye yer fıstığı, incir tatlısı ve Osmaniye bayram kömbesi cevabını vermiştir. KO6 kodlu katılımcı ise tescilli ürünlerin hakkında bir bilgi vermemiştir.

“Şehrinize özgü en bilinen gastronomik ürünler nelerdir?” sorusudur. KO1 kodlu katılımcı, “Osmaniye kömbesi ile meşhurdur. Bayramlarda bayram kömbesi yapılmaktadır. Zorkun yaylamızın meşhur zorkun tavası vardır. Osmaniye yer fıstığı bilinen ürünlerimiz arasındadır” şeklinde cevap vermiştir. KO2 kodlu katılımcı, “Osmaniye etli kömbe, süllüm, tavuklu firik pilavı, gavurdağ salatası, yağlı ballı, incir tatlısı, bulgur pilavı ve mercimek köftesi” olduğunu dile getirmiştir. KO3 kodlu katılımcı “bayram kömbemiz meşhurdur. El turşumuz vardır” şeklinde belirtmiştir. KO4 kodlu katılımcı, “Toğğa çorbası Osmaniye’ye ait bir çorbadır. Ana malzemeleri döğme, süzme yoğurt ve nanedir. Osmaniye’ye ait bir başka yöresel yemek te etli kömbedir. Kömbenin birkaç çeşidi mevcuttur, etli kömbe, bayram kömbesi ve sac kömbesi olarak adlandırılmaktadır. Osmaniye simidi de adından anlaşılacağı üzere bu yöreye ait bir üründür. Gavurdağı salatası da Osmaniye de sıklıkla tüketilmektedir” cevaplarını vermiştir. KO5 kodlu katılımcı, “Osmaniye’nin en bilinen yemekleri, öncelikle zorkun tavasıdır. Daha sonra şehrin genelinde yapılan etli kömbe bilinen gastronomik ürünlerdir. Çorbalarımızdan toğğa ve çakıldaklı çorba bu yöreye ait çorbalardır. Bir salata çeşidi olan gavurdağ salatası da bu yörelerin salatasıdır. Tatlılarımızdan yoğurt tatlısı, bal kabağı tatlısı ve fıstıklı şekerlemedir” ifadelerini kullanmıştır. KO6 kodlu katılımcı, “Osmaniye simidi, gavurdağı salatası, süllüm, teleme, lahana sarması, etli kömbe, toğğa çorbası, tavuklu firik pilavı ve yeşil mercimekli bulgur pilavı” yemeklerinin Osmaniye’nin en bilinen gastronomi ürünleri olduğunu belirtmiştir.

“Şehrinize özgü olan ancak kaybolmaya yüz tutmuş gastronomik değerler nelerdir?” sorusuna KO1 kodlu katılımcı, “teleme yemeği eskisi kadar çok yapılmamakta. Yemeğin yapımında keçi sütü kullanıldığı için keçi sütünü herkes eskisi kadar tedarik edemiyor” şeklinde cevaplarırken; KO2 kodlu katılımcı unutulmaya yüz tutmuş Osmaniye yemeğinin ekşili kömeç olduğunu belirtmiştir. KO3 kodlu katılımcı Osmaniye yöresel yemeklerinin hepsinin halen yapılmaya devam ettiğini, mutfak kültürünün koruduğunu ifade etmiştir. KO4 kodlu katılımcı, “sarımsaklı köftenin geçmiş tarihlere göre az yapıldığını, yağlı ballı tatlısının da tüketiminin azaldığını söyleyebilirim” şeklinde belirtmektedir. KO5 kodlu katılımcı, “yoğurt tatlısı, mercimekli köfte kaburga dolması unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerdir” şeklinde cevaplamaktadır. KO6 katılımcı,

“pirpirim yani semizotu yemeğinin yapımı azalmıştır kaybolmaya yüz tutmuş diyebilirim” şeklinde ifade etmektedir.

“Şehrinizdeki gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisi sizce ne ölçüdedir?” sorusuna KO1 kodlu katılımcının cevabı, “öncelikle Osmaniye yer fıstığı önemli bir üründür. Osmaniye’ye gelip Osmaniye etli kömbesi ve Osmaniye kebabını tatmadan gidenler hata yaparlar. Yöresel lezzetlerin bence gastronomi turizmine etkisi olumlu yöndedir” şeklinde cevaplamıştır. KO2 kodlu katılımcı bu soruya, “gastronomi turizminin Osmaniye’ye çok etkili olduğunu düşünmüyorum. Bir işletmeci olarak bunu görebiliyorum. Müşterilerimizin %90’ını yerli halk. Şehir dışından gelen müşterilerimizin de gastronomi turizmi için Osmaniye’ye geldiğini sanmıyorum” ifadelerine yer vermektedir. KO3 kodlu katılımcı “insanlar yemek yemek için Osmaniye’ye gelmek yerine Hatay’a ya da Adana’ya gitmeyi tercih ediyorlar. Bilindiği üzere Hatay ve Adana yemekleri Osmaniye yemeklerine göre daha meşhur” şeklinde cevaplamaktadır. KO4 kodlu katılımcı, “Osmaniye kömbesiyle ve yer fıstığıyla meşhurdur. Kebabı da meşhur yiyecekler arasındadır. Ancak insanlar kömbe ya da yer fıstığı için Osmaniye’ye gelmemektedirler. Kebap içinde Adana’yı tercih etmektedirler” ifadelerini kullanmıştır. KO5 kodlu katılımcı, “Osmaniye gastronomi turizminde çok daha ileri seviyelere kendini çıkarabilir. Ancak bunun için yöresel ürünlerinin tanıtımının daha iyi yapılması gerekmektedir. Şu anda şehirde gastronomi turizminin çok iyi olduğunu söyleyemem” şeklinde cevaplamaktadır. KO6 kodlu katılımcı KO3 kodlu katılımcıyla aynı düşünceleri paylaşarak ziyaretçilerin gastronomi turizmi için Osmaniye yerine Adana ve Hatay illerini tercih ettiklerini belirtmektedir.

Araştırmanın son sorusu olan ve gastronomi turizminin arttırılması için önerilerin sorulduğu “Şehrinizdeki gastronomi turizmini arttırmak için neler yapılmalıdır?” sorusuna KO1 kodlu katılımcı, “öncelikle yöresel ürünlerin tadının, kalitesinin ve tarihinin korunması gerekmektedir. Bu ürünlerin tanıtımı için yemek yarışmaları gibi etkinliklerin daha fazla yapılması gerekmektedir” şeklinde cevaplamıştır. KO2 kodlu katılımcı “yöresel yemek aşçıları yetiştirilmelidir. Festivaller düzenlenmeli ve bu festivallerde yöresel yemekler tanıtılmalıdır” ifadelerini belirtmektedir. KO3 kodlu katılımcı, “gastronomi turizmini arttırmak için sosyal medyada yöresel ürünlerin tanıtımı yapılabilir, farklı illerde Osmaniye yöresel yemekler için kermesler kurulabilir” ifadelerini kullanılmıştır. KO4 kodlu katılımcı, “yabancı şefler bölgeye getirilip yöresel ürünlerin tanıtımı yapılabilir. Gelen şefler vasıtasıyla medyada bu ürünler daha çok ön plana çıkacaktır. İnsanların ilgisini çekecektir. Daha sonra yöresel ürünlerin şehirde çok daha fazla işletmelerde yer alması gerekmektedir” diyerek görüşlerini belirtmektedir. KO5 kodlu katılımcı, “gelen ziyaretçilerin ağırlıklı olarak ziyaret ettikleri yerlere yöresel yemek stantlarının kurulması, yöresel ürünlerin yazılı, işitsel ve görsel reklamların yapılması ve nitelikli sabit yöresel yemek işletmelerinin açılması gerekmektedir” ifadelerine yer vermektedir. KO6 kodlu katılımcı, “gastronomi turizmi için Osmaniye’ye gerçekleştirilen yemek turları olmalıdır, bu turları resmi kuruluşların uygun fiyatlarda yapması gerekmektedir. Yöresel yemek tanıtımların bütün ülkede yaygınlaştırılması gerekmektedir. İnsanları gastronomi turizmine teşvik edecek olanakların sağlanması gerekmektedir” şeklinde cevaplamaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Doğu Akdeniz bölgesinde, özellikle kırsal turizm alanlarının yöresel yiyecek ve içeceklerini tespit etmek, Doğu Akdeniz illerinin gastronomi ürünlerinin ortaya çıkarılması açısından son derece önemlidir. Sözü edilen illerdeki mevcut gastronomik mirasın kırsal turizm perspektifinden kullanılabilir olması alternatif turizm faaliyetlerinin ve dolayısıyla turizmin gelişiminin önünü açacaktır.

Çalışma neticesinde, Doğu Akdeniz’de gastronomi ürünlerinin gastronomi turizmine etkisinin fazla olduğu ve olumlu sonuçlar doğurduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bölgedeki yöresel ürünlerin turist çekmek için önemli bir faktör olduğu bulgulanmıştır. Bölgede, gastronomi turizmini artırmak için, gastronomi ürünlerinin tanıtımının daha iyi yapılması, ön plana çıkan talepler arasındadır. Yöresel yemekler konusunda tecrübeli ustalara daha fazla imkânın sağlanması, yöresel yemek işletmelerin çoğaltılması ve bunun için bazı desteklerin sağlanması, gastronomi festivallerinin düzenlenmesi gibi beklentiler de kırsal turizmin gastronomi odaklı gelişimine imkân sağlayacaktır.

Bölgeye yapılan kırsal turizm faaliyetlerinin artırılabilmesi için bölgedeki karayolu, demiryolu ve havayolu ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi gerekmektedir. Kırsal alanlarda yaşayan insanlarla iş birliği yapılarak kırsal alanlara gelen ziyaretçilerin konaklama ihtiyacına gerekli çözümler bulunmalıdır. Kırsal alanlarla ziyaretçiler için kamp alanları, yürüyüş yolları, bisiklet turları gibi sosyal olanaklar sağlanmalıdır. Kırsal alanların dağlık alanlar olma dışında bir kırsal turizm destinasyonu olması için gerekli çalışmaların yapılması gerekmektedir. Denize kıyısı olan bölgelerde konaklama ihtiyacının giderilmesi kırsal alanların tanıtımında fayda sağlayacaktır. Gastronomi turizmini ve gastronomi ürünlerinin ön plana çıkması için, bölge bazında yöresel lezzetler ortaya çıkarılıp gastronomi turları düzenlenmelidir. Düzenlenen bu turlar sayesinde ziyaretçilere bölgedeki yöresel ürünlerin tanıtımı sağlanabilecektir. Bölgedeki yöresel ürünlere ve hazırlanma evrelerine sahip çıkılmalı ve bu değerler korunmalıdır. Gastronomi rotaları oluşturulup ziyaretçilerin gastronomi ürünlerine ulaşımı kolaylaştırılmalıdır. Gastronomi üzerine festivaller, yarışmalar, sunumlar gibi etkinlikler düzenlenmelidir. Bölgede üretilen organik gastronomi ürünlerinin satışı için yöresel pazarlar kurulmalıdır. Yiyecek içecek işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları ve yemek kültürü ve tarihi alanında çalışan akademisyen, mutfak şefleri ve mutfak eğitmenlerinin katılımının sağlanacağı sempozyum ve kongreler düzenlenmeli ve bu organizasyonlara kurum ve kuruluşlar tarafından destek sağlanmalıdır.

Gastronomi ve kırsal turizm faaliyetlerine katılan turistler üzerinde yöresel yiyeceklerin etkisi oldukça fazladır. Birçok turist için yöresel yiyecekler, katılım gösterilen turizm faaliyetinde temel motivasyon kaynağı olabilmektedir. Yöresel yiyeceklerin diğer etkilerinden bir tanesi de kırsal turizm faaliyetlerinde bölgenin kalkınmasına önemli derecede olumlu etki göstermesidir. Ulusal ve uluslararası alan yazın incelendiğinde, yöresel yiyeceklerin gastronomi ve kırsal turizm açısından farklı faktörler altında boyutlandığı tespit edilmektedir. Mevcut alan yazın genel olarak değerlendirildiğinde ise yerli ve yabancı turistlerin yöresel yiyeceklere karşı tutumu, seyahat tercihlerindeki etkisi, bölge kalkınmasındaki etkisi ve yöresel ürünlerin tanıtımının yetersizliği olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum yöresel yiyeceklerin yerli ve yabancı turistler açısından benzer faktörleri önemsediklerini göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Akçaözoglu, E. Y. & Koday, S. (2019). Kültürel coğrafya bakımından Osmaniye ilinin mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 537-552.
- Akdağ, G. & Yetim, A. (2020). Hatay Yayladağı'nda farklı bir lezzet olarak lokum: Bir sözlü tarih çalışması. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 71-78.
- Arı, A. (2019). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Eğitim Yayınevi.
- Artun, E. (2002). *Adana mutfak kültürü ve Adana yemeklerinden örnekler*. Kitabevi.
- Ataberk, E. (2017). Tire (İzmir)'de turizm türlerini bütünleştirme olanakları: Kültür turizmi, kırsal turizm, agroturizm ve gastronomi turizmi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 153-164.
- Aydın, O. (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14(23), 39-46.
- Ballı, E. (2013, Nisan, 12). *Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü*. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Adana, Türkiye.
- Bektarım, N., Yalınkaya, S. & Can, D. (2019, Eylül, 26-28). *Mersin Boynunceli Yörüklerinde yemek kültürü*. Uluslararası Turizmin Geleceği: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi, Mersin, Türkiye.
- Blandino, A., Al-Aseeri, M. E., Pandiella, S. S., Cantero, D., & Webb, C. (2003). Cereal based fermented foods and beverage. *Food Research International*, 36(6), 527-543.
- Bozkurt, H. Ö. (2018). Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-55.
- Cankül, D. (2017, December, 7-9). *Gastronomy tourism and destination competitiveness. 3rd. International Gastronomic Tourism Congress*, İzmir, Turkey.
- Christou, P., Farmakia, A., & Evangelou, G. (2018). Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. *Tourism Management*, 69, 42-51.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Çeken, H., Karadağ, L. & Dalgın, T. (2007). Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım kırsal turizm ve Türkiye'ye yönelik teorik bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Deveci, B., Türkmen, S. & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dikel, S. & Demirkale, İ. (2019, Şubat, 8-10). *Su ürünlerinde gastronomi*. International Science and Research Congress (SR Congress), Antalya, Türkiye.
- Dönmez, B., Taştan, H., Soylu, A. G. & Yetim, A. (2019). Yerel yiyecek tüketim motivasyonlarının analizi: Hatay restoran ziyaretçileri üzerine bir uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 751-771.
- Fields, K. (2002). *Demand of the gastronomy tourism product: Motivational factors*. in, *Tourism and Gastronomy*. A.M. Hjlager & G. Richards (Ed.) (pp. 36-50). Routledge.
- Gözgeç, H. & Aydemir, B. (2019). Gastronomide kadın sokak gıda satıcıları: Bir örnek olay çalışması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3854-3870.
- Birsen, A. G. & Dinç, A. (2018). Kırsal turizm planlaması kapsamında gastronomi etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 120-132.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.
- Güzel, M.O. & Öncel, S. (2018). Destinasyonların çekicilik unsuru olmasında gastronomi turizminin rolü: Hatay mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *International Gastronomy Tourism Studies Congress*, 64-78.

- Kan, M., Gülçubuk, B. & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A. & Küçükali, S. (2014). Yöresel mutfağın kırsal turizm işletmelerinde uygulanması: Uzungöl örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1), 75-83.
- Kodaş, D. & Dikici, E. (2012). Ahlat, kırsal bölgesinde gastronomi turizminin muhtemel toplumsal etkileri üzerine nitel bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 51-68.
- Koşar, A., Kadioğlu, C. & Karaaslan, O. (2019, Eylül, 26-28). Mersin İl'inin markalaşmasını etkileyen faktörlerin incelenmesi. *Uluslararası Turizmin Geleceği: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, Mersin, Türkiye.
- Leroy, P., & Varga, P. (2019). The symbolic understanding of milk in Swiss gastronomy. *Research in Hospitality Management*, 9(1), 25-34.
- Lewis, C., & D'Alessandro, S. (2019). Understanding why: Push-factors that drive rural tourism amongst senior travellers. *Tourism Management Perspectives*, 32, 1-10.
- Mnguni, E. M., & Giampiccoli, A. (2019). Proposing a model on the recognition of indigenous food in tourism attraction and beyond. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-13.
- Oğuz, S. (2016). *Gastronomi turizminde stratejik gelişme: Doğu Akdeniz Bölgesi perspektifi*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Mersin Üniversitesi.
- Özdemir, F. & Güngör, B. (2016). Kültürel bir değer olarak unutulmaya yüz tutmuş geleneksel Hatay yemekleri ve bu kültürel değerlerin korunması önerileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special issue1, 190-199.
- Ray, U. C. & Demirtaş, N. (2019, Haziran, 25-27). *Hatay mutfağı yöresel yemeklerinin turizm işletme belgeli lokanta menülerinde kullanımı: Antakya örneği*. III. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, Nevşehir, Türkiye.
- Solmaz, Y. & Altın, D. D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sormaz, Ü., Onur, N., Güneş, E. & Nizamlıoğlu, H. F. (2019). Türk mutfağı geleneksel ürünlerinde yöresel farklılıklar: Tarhana örneği. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 1-9.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Sökmen, C. & Özkanlı, O. (2018). Gastronomi turizmi alan yazının gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisinde yayımlanan makaleler üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 99-127.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Taştan, H. ve İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/Special issue 3, 384-393.
- Tiryaki, G.Y. & Akbay, C. (2009). Kahramanmaraş'ta dondurma tüketim alışkanlığı. *Gıda*, 34(3), 143-148.
- Ünal, İ. (2015, Ekim, 15-16). *Kültürlerarası ilişki bağlamında Türk ve Arap mutfak kültürü*. Kültürlerarası İletişim Öğrenci Sempozyumu, Gümüşhane, Türkiye.
- Yenipinar, U. & Yedigöz, R. (2015, Mayıs, 28-30). Geçmişin anılarını taşıyan tören yemeklerinin turistik ürün potansiyeli açısından değerlendirilmesi-Mersin örneği. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators*, Konya, Türkiye.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, O., Karaca, O. B. & Çakıcı, A. C. (2018). Yöresel yemeklere konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer verilme durumu: Adana ve Mersin bölgesinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 376-398.

- Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*,14(2), 171-191.
- Yılmaz, G. Ö. & Gürol, N. K. (2012). Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 23-32.
- Yılmazoğlu, H. İ. (2014). *Kahramanmaraş mutfak ve beslenme kültürü. Akdeniz'in altın kenti Kahramanmaraş*, Kahramanmaraş Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- Zengin, B., Uyar, H. & Erkol, G. (2014). *Gastronomi üzerine kavramsal bir inceleme*. 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara, Türkiye.