



Yayına Geliş Tarihi:09/11/2021
Yayına Kabul Tarihi:23/11/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:224-250
ISSN: 2587-2206

TÜRKİYE'DE GASTRONOMİK HEDİYELEŞME SÜRECİ: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Binali KILIÇ¹

Emel GÖNENÇ GÜLER²

Özet

Hediyeleşmenin insanlar arasında önemli bir bağ kurduğu bilinen bir gerçektir. Hediyeleşmenin insanlar arasında kurduğu bu bağ toplumda birçok sorumluluğun, onurun, duygu yoğunluğunun, dostluğun ve iyiliğin yaşatılmasına katkı sunmaktadır. Ayrıca, hediyeleşme gelenek ve göreneklerin yaşatılmasına ve ekonomiye de büyük bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada ayrıntılı olarak gruplandırılan gastronomi şehri Afyonkarahisar iline ait gıda, tarım, hayvancılık ürünlerinden en çok hediye verilen ve Afyonkarahisar ilindeki çorba, tatlı ve yemekleri arasında en çok ikram edilenlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Gastronomi şehri Afyonkarahisar ilinde gıda ve yemekler ile ilgili yapılan anket çalışmasında öncelikle hediye olarak verilen gıda ürünlerinin ve misafire en çok ikram edilen yemeklerin coğrafi işaretli ürün olması bu ürünlerin yerli ve yabancı turistlere satışının, ihracatının, hediyelik gastronomi ürün olarak tercih edilebilirliğinin daha kolay ve ikna edici özelliğinin olduğu söylenebilir. Çalışmamızda söz konusu ürünlerin ekonomik değerinin artırılması ve ihracat ürünü haline getirilmesi ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Kenti, Yaratıcı Endüstriler, Hediyeleşme, Afyonkarahisar.

GASTRONOMIC GIFT GIVING PROCESS IN TURKEY: A CASE OF AFYONKARAHİSAR PROVINCE

Abstract

It is a common fact that gift giving forges an important bond between people. This bond which gift giving forges between people contributes to the survival of many responsibilities, honor, emotional intensity, friendship and goodness in the society. In addition to these, gift giving makes a great contribution to the survival of traditions and customs and to the economy. In this study, it has been tried to determine which of the food,

¹ Balıkesir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, binali.kilic@balikesir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8345-6617

² Trakya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, emelgguler@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-3214-0206

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
agriculture and livestock products of the gastronomy city Afyonkarahisar province, which has been grouped in detail, are the most gifted and the most served soups, desserts and meals in Afyonkarahisar. In the survey study on food and meals in the gastronomy city of Afyonkarahisar, the fact that the food products given as gifts and the meals most often served to the guests are geographically marked products, it is easier and more convincing to sell these products to local and foreign tourists, to export them, and to prefer them as souvenir gastronomy products. It can be said that it has a feature. In our study, suggestions were made on increasing the economic value of the products in question and making them export products.

Key Words: *Gastronomy City, Creative Industries, Gift Giving, Afyonkarahisar.*

GİRİŞ

Hediye, ister az olsun isterse çok olsun tarih boyunca insan ilişkilerinde önemli roller ve fonksiyonlar üstlendiği bir gerçektir. Tarih boyunca önemini her zaman koruyan hediyeleşme, birçok konuda evrim geçirmiş olsa da karşılıklılık ilkesi hiç değişmemiştir (Tezcan, 2019: 36). Hediye vermenin insanı mutlu ettiği ve buna inanıldığı bilinmektedir (Schmid, 2017: 11). Hediyeleşme, “veresiniz diye veriyorum” sistemine benzetilmektedir. Nedeni ise, hediyeleşmenin karakteristik özelliğinin karşılıklılık amacını taşımasıdır. Öyle ki, verme eylemi alma eylemini ifade eder. Hediye alan kişi veren kişiye karşı karşılık vermekle yükümlü hisseder (Birekul, 2014: 37).

Hediye, ilkel toplumlardan başlayıp günümüze kadar uzanan bir toplumsal olgu ve olay olarak insan yaşamında yer edindiği görülmektedir. Ancak, insanlar arasındaki hediyeleşme olgusunun tarihsel süreç içerisinde değişim gösterdiği görülmektedir (Doğan, 2017: 5). Hediyeleşmek, insanlar arasında var olan olumsuz duygu ve davranışları ortadan kaldırarak, karşılıklı güzel duyguların oluşmasına katkıda bulunur (Tekin, 2018: 62). İnsanlara karşı duyguların iletilmesinde en etkili yolun hediye verme olduğu düşünülmektedir. Bireyler arasındaki hediyeleşmeler, edebiyat ve şiir gibi eserlerle de tasvir edildiği bilinmektedir. Örneğin şair veya âşık; sevgilinin bir anlık bakışını ve gülümsemesi bile hediye sayar. (Önal, 2010: 104). O halde hediyeleşmede geleneksel değişim değeri ve kullanım değeri karşılığına bağ yaratma değerini de eklemeliyiz. Armağan daima kendisinin ötesine geçen bir şey, bir ek içerir bu da bağın değeridir (Godbout, 2003: 251). Modern öncesi toplumlarda bir yaşam biçimi olarak şekillenen potlaç (armağan) geleneği, modern toplumlarda hediyeleşme kavramı üzerinden rasyonel şekilde devam ettiği söylenebilir. Bu süreç, kutsaldan rasyonele doğru olarak ifade edilebilir (Birekul, 2014: 18).

1.HEDİYELEŞME KAVRAMI

Hediye; “bir kimsenin doğrudan bir bedel veya fayda beklentisi olmaksızın fakat karşılıklılık beklentisiyle bir kimseyle ilişkisinde değişim sağlayabilmek adına sosyal ve/veya psikolojik iyilik yapmasıdır”. Diğer bir tanıma göre hediye; “gönüllü olarak başka bir gruba veya bireye verilen ürün veya hizmet” olarak tanımlanmaktadır. Hediyeler, hediye alıcısı ile vericisi arasında bir iletişime de imkân tanımaktadır (Doğan, 2017: 5). Hediye Arapça bir kelime olup (hediyye), “lütuf, iyilik, sevgi veya saygı ifadesi olarak karşılıksız verilen şey, armağan” anlamında kullanılmaktadır. Kelimenin Türkçe ifadesi olan armağan ise “birini sevindirmek, mutlu etmek için verilen şey, ödül, bağış ve ihsan anlamlarında” kullanılmaktadır. Farsça pîşkeş sözcüğü “hediye, armağan” anlamına gelmektedir (Açıkgöz, 2018: 287). Toplumsal ilişkilerde, hediyeler vazgeçilmez unsurlardır. Hediye; bağış, ihsan, ödül, teşvik, takdir, yardımlaşma vb. anlamlar yüklenerek toplumsal ilişkilerdeki sosyal fonksiyonu ön plana çıkarılır (Önal, 2010: 105). Hediye, sevginin ve dostluğun sürdürülmesi ve göstergesi olarak verilen nesne, alan ve vereni hatırlatan önemli bir araç ve tarafları birbirine bağlayan güçtür (Eskin, 2018: 85). Armağan, belki de, her şey unutulduğu zaman ve hiçbir şey öğrenilmeden önce var olan şeydir (Godbout, 2003: 38).

Türk kültüründe hediye; pîşkeş, tuhâf, inâm, câize, ihsân, lutûf, kerem, atâ, atıye, hibe, teberrû, himmet, bahâ, surre, ülüş gibi kelimelerle ifade edildiği görülmektedir. Kaynaklarda hediye alıcısı ise, bağış, bahşiş, mükâfât, etkileme, teşvik, takdir, yardımlaşma, dayanışma, himaye etme, sadakat vb. kavramlarla da ifade edildiği görülmektedir. Bununla birlikte hediye alıcısının bazı gelenekler vardır. Bu gelenekler; saç, mehir, çeyiz, toy, yağma, vakıf olarak karşımıza çıkmaktadır (Açıkgöz, 2012: 5).

Bazı kültürlerde hediye alıcısının zorunluluğunu görmek mümkündür. Örneğin, Kuzey-Batı Amerikalı yerlilerde görülen potlaç geleneğinin merkezinde, bireylerin mallarının kamuya dağıtılması söz konusudur (Doğan, 2017: 6). Potlaç, Kuzey Amerika kıtasının kuzeybatı kıyılarında görülen bir sosyal kurum olarak ifade edilebilir. Şöyle ki, bu bölgede yaşayanlar arasında hiyerarşik topluluklar halinde yaşıyorlardı. Aristokratlar birbirlerine görkemli hediyeler verirlerdi. Öyle ki A şefi B şefine bir hediye verdiğinde, B şefinin karşılık olarak A şefine verdiği hediye alıcısının değeri veya önemi ilkinin geçmesi gerekiyordu. Şefler, birbirlerini, bol yiyecek ve içkinin sunulduğu misafirlere büyük hediyelerin verildiği partilere davet edilirdi. Bazen gösteriş için tuzlu balıklarını denize atar, çadır, halı ve diğer değerli eşyalarını ateşe vererek tahrip ederler (Birekul, 2014: 31). İlk toplumların, ilk sunularını tanrılarına yaptıkları bilinmektedir. Buna göre yüce yaratıcı “Sen bana verirsen ben de sana veririm” ilkesi çerçevesinde, tanrıya sunulan kurban karşılığında, tanrı

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
insanlara merhametini gösterdiğine inanılıyordu. İnsanlar arasındaki değiş tokuş veya hediyeleşme ile insanlar birbirlerine merhamet göstermeye başlamıştır. Böylece, insanlar birbirlerine hediyeler vererek veya sunular yaparak aralarındaki bağı güçlendirmişlerdir (Özünel, 2013: 60).Görüleceği üzere bilinen tüm kültürlerde var olan hediyeleşme geleneği toplumsal hayatın önemli bir parçası olmuştur (Şahbaz ve Taşkiran, 2020).

1.1.Hediyeleşmenin Tarihsel Boyutu

Tarihsel süreç içerisinde hediyeleşme eylemi incelendiğinde, ilk toplumlardan itibaren görüldüğü anlaşılmaktadır. İlk toplumdaki hediyeleşme daha çok yükümlülükten kaynaklanmaktadır. Karşılıklı hediyeleşme aynı zamanda yardımlaşmanın ve paylaşımın özünü oluşturmaktadır. Hediyeleşmenin ilk toplumlarda hem ekonomik bir bağlılık hem de manevi bir bağ oluşmasına neden olduğu görülmektedir (Yıldırım ve Pirende, 2019: 310-311).

Arkaik toplumlarda, hediyeleşmenin ilk örnekleri “Potlaç” geleneğinde karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ilk toplumlarda hediye, tanrılara kurban sunma şeklinde de görülmektedir. Bununla birlikte orta çağda savaş ganimetlerinin askerlere hediye olarak dağıtıldığı görülmektedir (Açıkgöz, 2012:4). Diğer ilk hediyeleşme ilkel bir ticaret örneği olan “Kula” olarak karşımıza çıkmaktadır. Kula ilkel toplumlarda bir çeşit ticaret akrabalığıdır. Kula, denizcilerin gittiği limanlarda kendisini bekleyen ticaret ortaklıklarına kolye ve bilezik ile takas yöntemi ile hediyeleşmesidir (Tezcan, 2019: 30).

Antropologlara göre, hediye “Potlaç” sözcüğünde karşılık bulur. Potlaç ise, kendini sahip olduklarından mahrum etmedir. Potlaç, klan şefinin yiyecek ve nadide mallarını dağıtarak cömert olduğunu göstermeye çalıştığı bir kutlamadır (Açıkgöz, 2012: 2-3). Potlaç, Kuzeybatı Amerika’daki yerlilerde görülen bir hediyeleşme geleneğidir. Potlaç geleneğine göre mallar kamuya hediye edilir veya dağıtılır. Potlaç geleneğinde kabile reisleri ziyafetler verir. Bu ziyafetlerde bol bol eğlenilir ve kabile reisi malını bağışladığı için itibar kazanır. Bu itibar dağıtılan malın miktarı ve değeri ile paralellik gösterir. Bu açıdan bakıldığında Potlaç bir gösteriş olduğu söylenebilir (Tezcan, 2019: 31). Ayrıca Potlaç’ın iki temel unsuru kesin olarak kanıtlanmıştır: Biri onur, itibar ve zenginliğin verdiği "mana," diğeri ise bu "mana"yı, bu otoriteyi, bu tılsımı ve otoritenin kendisi olan bu zenginlik kaynağını kaybetmek kaygısıyla bu armağanları geri vermenin mutlak zorunluluğudur (Mauss, 2016: 83).Potlaçla ilişkilendirilerek açıklanan hediye kültürünün Türklerdeki ilk izlerine VIII. yüzyıla ait Orhun Abidelerinden itibaren rastlanmaktadır. Kitabelerde hükümdarın halkı doyurmak, giydirmek ve zengin etmek anlayışının bir tezahürü olarak Göktürklerden itibaren Türk hakanları

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
tebâsına açık alanlarda, büyük toy ve şölenler yapmayı her zaman kendilerine görev bilmiştir (Açıkgöz, 2012: 7).

Türk hakanlarının hediye ve armağanı halklarına çeşitli şekillerde sunulduğu görülmektedir. Örneğin, XIX. yüzyılda Batı’da Türk tarihinin en ünlü araştırmacılarından biri olan LeonCahun; Türklerde halkı besleyen, giydiren, harçlığını verenin hakan olduğunu ifade etmektedir. Vergi kelimesinin halkın genel masrafı anlamına geldiğini söyler. Selçuklularda başta hastane, kervansaray, zaviye gibi sosyal hizmet kurumları yapılmasında görülür. Kervansaraylarda yolcuların yatak, yemek ve sağlık hizmetleri ücretsiz yerine getirilir (Açıkgöz, 2012: 6).

1.2.Hediyeleşmenin Kültürel Boyutu

Kültür, toplum tarafından ortaya çıkarılan ve sürdürülen tüm maddi ve manevi değerlerdir. Kültürün sürdürülmesi ancak insanlar arasında değiş tokuş aracılığıyla mümkündür (Tomak ve Güney, 2014: 26). İnsanlar arasında bir iletişim şekillerinden birisi olan hediyeleşme, antropologlar tarafından toplumsal ilişkilere verilen önemin ölçüsü olarak görülmüştür. Hediyeleşme, insanların toplumsallaşması yönünde etkili olmuştur. Çünkü toplumun üyeleri, hediye alışverişi yoluyla birbirlerine bağlandığı düşünülmektedir (Ayaz, 2014: 101). Günümüzde sosyal yaşam genellikle karşılıklılık üzerine kurulduğu düşünülmektedir (Tomak ve Güney, 2014: 28). Kültürümüzde, hediye maddi değeri değil manevi ve sembolik değeri “yarım elma gönül alma” deyişi ile ifade edilmektedir (Yıldırım ve Pirende, 2019: 311).Hediyenin özelliği, verene alıcının nelerden hoşlandığını bildiğini gösterme fırsatı vermesidir. Bu alıcının "ticari" tatmininden daha önemlidir, çünkü önemli olan bağıdır (Godbout, 2003: 251).

Tablo 1: Hediyeleşmenin Olası Sonuçları

OLASI SONUÇ	AÇIKLAMA
Güçlendirme Teyit	Hediyeyi alıp veren ile bağı güçlendirme Hediyeyi alıp veren ile bağı güçlendirme ve geliştirme
Önemsiz etki Negatif onaylama	Hediyeyi alanın çok az etkilenmesi Hediyeyi alıp veren ile mevcut olan negatif ilişkinin tekrar deneyimlenmesi
Zayıflama Kopma-kesilme	Hediyeyi alıp veren ile bağı azalması Hediyeyi alıp veren ile bağı tamamen sonlanması

Kaynak: Doğan, 2017: 12.

Tablo 1’de görüleceği üzere hediyeleşme ile ilişkiler; güçlendirilebilmekte, teyit edilmekte, negatif mesaj verebilmekte veya zayıflamakta ve tamamen sonlanabilmektedir.

1.3.Hediyeleşmenin Sosyolojik Boyutu

Armağan evrenseldir. Evrensellik fikri iki şekilde anlaşılmalıdır. İlki, armağan bütün toplumlarla ilgilidir, ikincisi armağan her toplumun bütününe nüfuz etmiştir (Godbout, 2003: 32). Hediye verme bir sanat işidir. Çünkü hediye, hayatı güzelleştirmeye ve zenginleştirmeye katkısı bulunan bir sanattır. Bu anlamda hediye verme, içinde sanatı barındırdığı gibi, bilgiyi, kültürü, gelenek ve görenekleri, dini duygularıda barındırır (Schmid, 2017: 10). Latince de, topluluk kelimesi (community/communitas) anlamındadır. Buradaki munus kökü; görev, zorunluluk, hediye gibi göndermeleri taşımaktadır. Bu nedenle karşılık olarak verilen hediye anlamında yorumlanmaktadır. Munus kökündeki hediye anlamı, nesne veya sahiplik değil, topluluğa dâhil olmanın bir karşılığı olarak yorumlanmaktadır. Burada topluluğun üyeleri belli bir yükümlülük için bir araya gelse de bu bir araya gelme “bana borçlusun” değil, “sana borçluyum” olarak anlam bulur (Başlar ve Ateşalp, 2018: 149).

Hediyeleşmenin temel fonksiyonları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Hediyeleşmenin Temel Fonksiyonları

Kaynak: Doğan, 2017: 10.

Şekil 1’de hediyeleşmenin temel fonksiyonlarına yer verilmiştir. Bu fonksiyonlar; iletişim, sosyal değişim, ekonomik değişim ve sosyalleşme olarak sıralanabilir.

1.4.Hediyeleşmenin Dinsel Boyutu

İnsanlığın başlangıcından itibaren din ve armağan arasında ilişkinin var olduğu görülmektedir. Hz. Peygamberin birçok hadislerinde; hediyeleşmede özenli davranılması gerektiği ve hediyeleşmenin insanlar arasında sevgi bağımlı güçlendirdiği yer almaktadır (Birekul, 2014: 53). İlkel dinlerde tapınakta sunulun tüm hediyeler ve kurbanlar Tanrıları memnun etme ve onlardan daha büyük merhamet ve karşılık bekleme en büyük amaç olmuştur (Köse, 2015: 55). Hz. Peygamber, verilen hediyein kabul edilmemesinde haklı bir sebep bulunmadıkça alınmasını istemiştir. Çünkü Hz. Peygamber hediyeleşmenin, sevgi ve dostluğu geliştirdiğini, özellikle cimrilik gibi kötü duyguları giderdiğini ve rızkın genişlemesine vesile olduğunu belirtmiştir (Atik, 2019: 167).

Tablo 2: Dinlerin Hediyeleşmeye Bakışı

DİNLER	HEDİYEYE BAKIŞI
Hinduizm	Brahmanların geçim kaynağıdır
Budizm	Bağış niteliğinde olup ibadetin bir parçası olarak görülmektedir.
Musevilik	Kralların otoritelerini sağlamlaştırma olarak, toplumsal bağları güçlendirme ve yardımlaşma olarak görmüştür.
Eski Ahit	Rüşvet nitelikli hediyeler konusunda hassas davrandığı ve bunun dinsel olarak yasaklanmıştır
Hıristiyanlık	Tanrı ile insan arasındaki ilişkiler çerçevesinde teolojik bir içeriğe sahiptir.

Kaynak: Köse, 2015: 55.

Dinler hediyeleşmeye farklı boyutlar getirdiği görülmektedir. Örneğin, Hinduizm’de geçim kaynağı, Budizm’de ibadetin bir parçası, Musevilikte toplumsal bağın güçlenmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır.

1.5.Diplomatik Hediyeleşmeler

Araştırmalara göre insanlık tarihi kadar eski olan hediyeleşme, ülkeler arasındaki ilişkilerde büyük önem ve anlam barındırmaktadır. Çünkü devletlerarasındaki hediyeleşme; barışın devamlılığı, güç gösterisi, ikili ilişkilerin sürdürülebilirliği, ekonomik ve siyasi yakınlaşmalara ve toplumlar arası ilişkilerin devamına katkı sağladığı bilinen bir gerçektir (Atik, 2019: 166). Hz. Peygamber devlet başkanları ve kabileler ile hediyeleşerek

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
diplomatik ilişkilerinin dostluk içinde yürütülmesine fırsat verdiği bilinmektedir (Tekin, 2018: 68-69).Osmanlı toplumunda padişaha sunulan hediyeler; kıyafetler, tasarım eşyaları, at, takılar ve taşlar, kokular ve kozmetik malzemeler, gulam ve keniz (köle)ler, kitaplar, mefruşat malzemeleri ve saatlerdir (Önal, 2010: 111).

Tablo 3: Osmanlı Padişahlarına Verilen Bazı Hediyeler

KİMDEN	HEDİYE İÇERİĞİ
Şam Beylerbeyi	Bölgeye has üzüm, şeker, kayısı, meyve kurusu, şerbetler (eşribe)
Erdel	Şahin, doğan, her biri gümüşten yapılmış ve süslü kupa, kadeh, leğen ve ibrik
Dubrovnik	Lengerî; Eflâk’tan cins atlar, av kuşları ve av köpekleri, gümüş evâni
Boğdan	Av kuşları samur ve uşak (vaşak) kürkleri, gümüş kaplar
Çörekçiler	Kendi pişirdikleri çörekleri sunmalarında olduğu gibi yaptıkları işle uyumlu olurdu
Diğer	Nisan suyu ve nevruz macunu gibi şifa veren maddeler

Kaynak: Açıkgöz, 2018:295.

Osmanlı İmparatorluğunda her meslek grubu padişaha kendi mesleği ile ilgili ürünleri hediye olarak sunduğu görülmektedir. Örneğin, Çörekçiler; kendi pişirdikleri çörekleri, Vali veya Beylerbeyi ise; bulunduğu bölgeye ait yiyecek, giyecek ve süs eşyası sunmuşlardır.

2.TÜRK TOPLUMLARINDA HEDİYELEŞME

Tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde Türk devlet geleneği ve ortak kültür coğrafyasında sosyal, ekonomik, kültürel, psikolojik, politik vb. amaç ile hediyeleşme geleneğinin bulunduğu görülmektedir. Osmanlı Devleti’nde XVII. yüzyılda sosyo-ekonomik şartların neticesinde devlet işlerinde ve padişahların gündelik hayatlarında (ziyaret, ziyafet, avlanma, gezi vb.) hediyeleşme önem kazanmıştır. Padişahların gündelik hayatında en önemlisi hiyerarşik yapı pîşkeş uygulamasında görülmektedir. Bu uygulama iktidarın özellikle hâkimiyeti tesis bakımından merasimlerde sıklıkla başvurduğu bir usûl olarak yerini almıştır (Açıkgöz, 2018: 297).Anadolu kültüründe meyve, tatlı, içecek, çocuklara küçük şekerlemeler, bazı yörelerde giyim veya aksesuar götürmek ev sahibi-ne gösterilen değerın önemli bir göstergesidir (Gökçen ve Ulutaş, 2019: 120).

3.GASTRONOMİ ve GASTRONOMİ ŞEHİRİ KAVRAMI

Günümüzde gastronominin en genel tanımı, gıdaların tarladan kaşığa kadar olan tüm süreçlerin bilimsel olarak değerlendirilip ve kültürel olarak sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışan yemek hazırlama, pişirme, sunma sanatları olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2021: 1). Türk Dil Kurumu ise gastronomiyi, “yemek yenme merakı” ve hoş ve lezzetli mutfak” olarak tanımlamıştır (Türk Dil Kurumu, 2021).

Günümüzde her endüstride küresel boyutta yoğun bir rekabetin olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedeni kuşkusuz iletişim ve ulaşım endüstrisindeki gelişmelerdir. Bu nedenle endüstrilerin veya organizasyonların başarısı yaratıcı ve yenilikçi olabilmelerine bağlı olduğu görülmektedir (Esen ve Atay, 2020: 30). Kültür ve yaratıcı endüstrilerin şehirlerin ekonomisine ve kültürüne katma değer kazandırdığı bilinen bir gerçektir. Bu nedenle şehirlerin yöneticileri, şehrin yetenekleri ve yaratıcı endüstrilerin sürdürülebilir olması ve ekonomiye kazandırılması için gerekli ilgiyi ve çabayı göstermektedirler. Yaratıcı sanatlar ve kültürel endüstriler fikri 18. yy’da ortaya çıkmıştır. Literatüre ise 1990’lı yıllarda yaratıcı endüstriler olarak girildiği görülmektedir. “Yaratıcı Şehirler” kavramı ilk olarak Avustralyalı iş insanı ve akademisyen olan David Yencken tarafından 1988 yılında kullanılmıştır. Yencken, yaratıcı şehirler kavramını; insanlara eşsiz deneyimler sunan, yaşam standardının yüksek olduğu, fiziksel ortamında geçmişinden ve kültüründen izler taşıyan şehirler olarak tanımlamıştır (Gülduran ve Arıkan Saltık, 2020: 337).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), şehirlerin tüm yaratıcı unsurlarının korunması gerektiği görüşünün sonucu olarak 2004 yılında “UNESCO Kültürel Çeşitlilik Küresel İttifakı” kapsamında “Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network)” programını oluşturmuştur (Akın ve Bostancı, 2017: 111). Yaratıcı Kentler Ağı’yla “edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatı, tasarım, gastronomi ve medya sanatları” başlıkları altında kümelenen farklı ülkelerin yaratıcı kentleri ve endüstrileri arasında bilgi ve deneyim paylaşımının gerçekleştirilmesi ile ekonomisinin güçlenmesi ve yaratıcı endüstrilerin sürdürülebilirliği temel amaçları arasında olduğu görülmektedir (Özdemir ve Özdemir, 2020: 5)

2020 yılsonu itibariyle 252 şehir Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olmuştur. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında “gastronomi” şehirlerin sayısı ise 36 adede ulaşmıştır (<https://en.unesco.org>). Gastronominin tema olarak belirlenmesi, yerel mutfakların kültürel birer miras olarak ulusal ve uluslararası düzeyde korunmasının gerektiği ve şehirlerin

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
ekonomik ve kültürel olarak kalkınmasının ve gelişmesinin önemli bir kanıtı
olduğu görülmektedir (Akın ve Bostancı, 2017: 111).

Kuşkusuz, Yaratıcı Şehirler Ağı üyeliği, şehirlerin ulusal ve uluslararası tanıtımına büyük katkılar sağlamaktadır. Böylece gastronomi şehri unvanı güçlü bir destinasyon ve pazarlama aracı niteliği taşımaktadır (Gülduran ve Arıkan Saltık, 2020: 337).

Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olan şehirleri ve temaları Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4: Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Dâhil Olan Şehirler ve Temaları

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Dâhil Olma Yılı	İlin Adı	Tema
2015	Gaziantep	Gastronomi
2017	Kütahya	Zanaat ve Halk Sanatları
2017	İstanbul	Tasarım
2017	Hatay	Gastronomi
2019	Afyonkarahisar	Gastronomi
2019	Kırşehir	Müzik

Kaynak: <https://www.unesco.org.tr>, 2021

Gastronomi ulusal ve uluslararası alanda; şehirlerinin yaratıcılık unsurları arasında yer almaktadır. Bu nedenle gastronomi şehirleri açısından gelişmenin bir belirleyicisi olarak görülmektedir Gastronomi şehri olmak için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı tarafından bir takım kriterler belirlenmiştir. Bunlar; Gelişmiş bir yemek kültürüne ve gastronomiye sahip olunması, geleneksel mutfak kültürünü sürdüreceği gastronomi ile ilgili topluluğunun olması, küreselleşme ve teknolojik gelişmelere karşı dirençli yerel, geleneksel bilgi ve mutfak uygulamalarının olması, geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisinin olması, sürdürülebilir yerel ürünlerin olması ve bunların tanıtımının yapılması olarak sayılabilir (Akdu ve Akdu, 2018: 938)

Yapılan çalışmalarda anlaşılacağı üzere, yaratıcı şehirler toplumun refahı arttırmakla birlikte kent kimliğini ve kent imajını güçlendirebilmektedir (Akın ve Bostancı, 2017:112).

4.ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VEYÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, 2019 yılında UNESCO tarafından gastronomi şehri ilen edilen Afyonkarahisar ilinin hediyeleşmelerde kullandıkları gıda ürünlerini ve misafirlere en çok ikram ettikleri yemeği ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın önemi ise, Afyonkarahisar ilinin UNESCO tarafından gastronomi şehri olarak kabul edilmesi ile yemek kültürü ve gastronomisi taçlandırılmıştır. Bu nedenle iç ve dış turist sayısında artış beklenmektedir. Bu vesile ile hediyeleşmede kullanılan gıda ürünlerin öne çıkarılması ile en çok hediyeleşmede kullanılan ürünlere yeni bir sıfat eklenmiş olacak ve bununla birlikte turistlerin dikkatini ve satın alma dürtüsünü destekleyebileceği öngörülmektedir. Araştırmada yer alan gıda ve yemek adları için öncelikle; “Kılıç, B. (2021). Türkiye’nin Pazarlanabilir, Turistik, Gastronomik, Ekonomik ve Kültürel Değeri Olan Yedigâr Lezzetleri”, “Yücel, E., Yücel Şengün, İ. ve Çoban, Z. (2012). Afyonkarahisar Çevresinde Gıda Olarak Tüketilen Yabani Otlar ve Tüketim Biçimleri” adlı akademik çalışmalardan ve “<https://www.kulturportali.gov.tr>” adlı internet sayfasından yararlanılmıştır. Yemekler, tatlılar ve gıda ürünleri anket soruları ile birlikte gruplandırılmıştır. Gruplandırılan yemekler Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birimi ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği’ne teyit ettirilerek ankete hazır hale getirilmiştir. Katılımcılar her soruda birden fazla seçeneğe cevap verebilmektedir.

Ayrıca gastronomi şehri Afyonkarahisar ilinin gastronomi yönüyle incelenmesine ve araştırılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Araştırma için hazırlanan anketin uygulanabilmesi için; Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı (Başkan Yardımcısı Süleyman Karakuş), Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birimi (Zakire Şahin), Afyonkarahisar Belediyesi Kent Konseyi Başkanlığı (Şemseddin Yasan), Afyonkarahisar Muhtarlar Derneği (Suat Uygur) ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği’nden (Hamza Kalkan) destek alınmıştır.

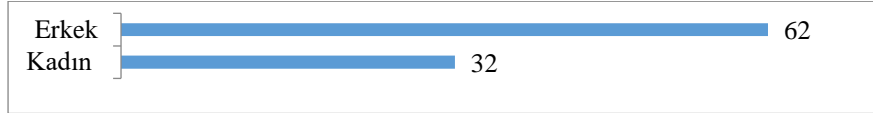
Çalışmanın uygulanabilmesi için; Trakya Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığından anket ile ilgili Etik Kurul Kararı alınmıştır (Evrak Tarih ve Sayısı: 22.10.2021 tarih ve 29563864-050.04.04-144710 Sayı ile Karar No:2021.08.19). Çalışmanın evrenini Afyonkarahisar ilinde yaşayan ve gıda ürününü hediye olarak gönderen vatandaşlardan oluşmaktadır.

Çalışmamıza 94 katılımcı destek vermiştir. Söz konusu çalışmada, soru ve seçenek sayısının fazla olması, katılımcıların anket cevaplamaya yönelik istekli olmamaları vb. sebeplerden dolayı beklenen katılımcı sayısına

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021 ulaşılammıştır. Ancak çalışmanın ilk olmasından dolayı 94 katılımcının cevapları yeterli kabul edilmiştir.

5.BULGULAR

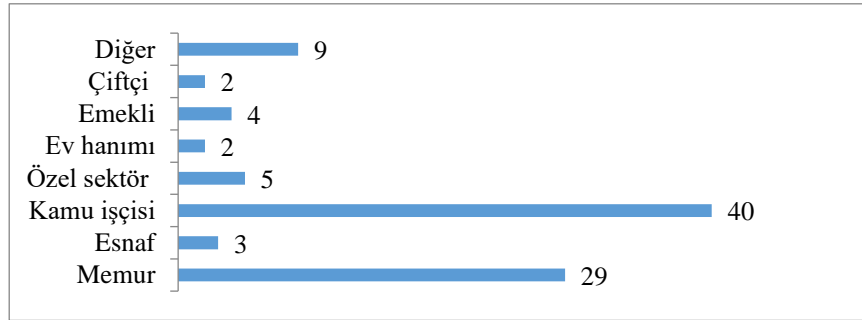
Ankete toplam olarak 94 katılımcı cevap vermiştir. Katılımcıların cinsiyetleri ile ilgili bilgiler Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2: Katılımcıların Cinsiyeti

Şekil 2’de katılımcıların cinsiyeti yer almaktadır. 32 katılımcı kadın ve 62 katılımcı ise erkektir.

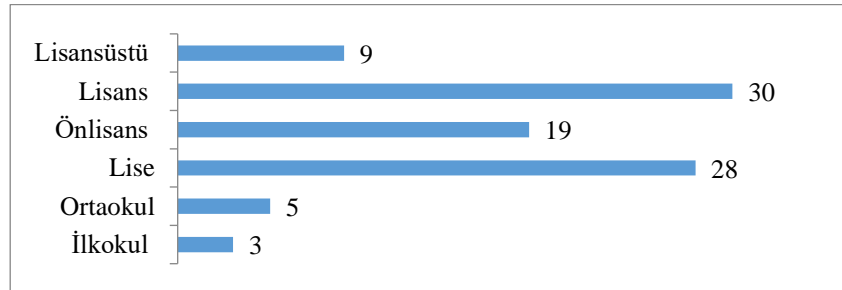
Katılımcıların mesleği ile ilgili bilgilere Şekil 3’te yer verilmiştir.



Şekil 3: Katılımcıların Mesleğininiz

Ankete cevap veren 40 katılımcı kamu işçisi ve 29 katılımcı ise memurdur.

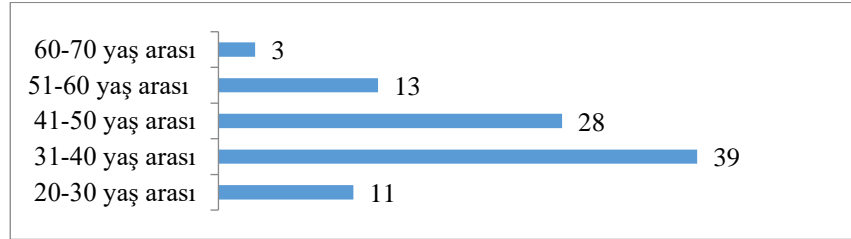
Ankete cevap veren katılımcıların eğitim durumu Şekil 4’de gösterilmiştir.



Şekil 4: Katılımcıların Eğitim Durumu

Şekil 4’te görüleceği üzere, 30 katılımcı lisans mezunu, 28 katılımcı lise mezunu, 19 katılımcı önlisans mezunu, 9 katılımcı lisansüstü mezunu, 5 katılımcı ortaokul mezunu ve 3 katılımcı ise ilkokul mezunudur.

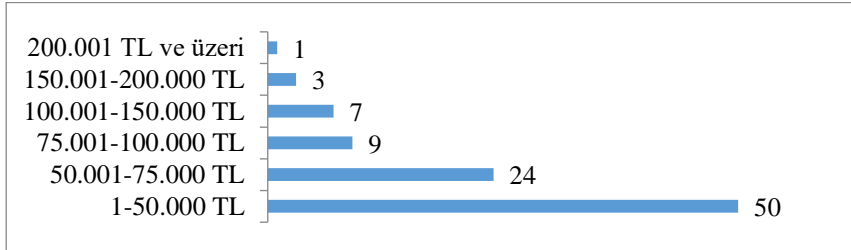
Ankete cevap veren katılımcıların yaş aralığı Şekil 5’te gösterilmiştir.



Şekil 5: Katılımcıların Yaşı

Şekil 5’te, 39 katılımcı 31-40 yaş aralığında, 28 katılımcının ise 41-50 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

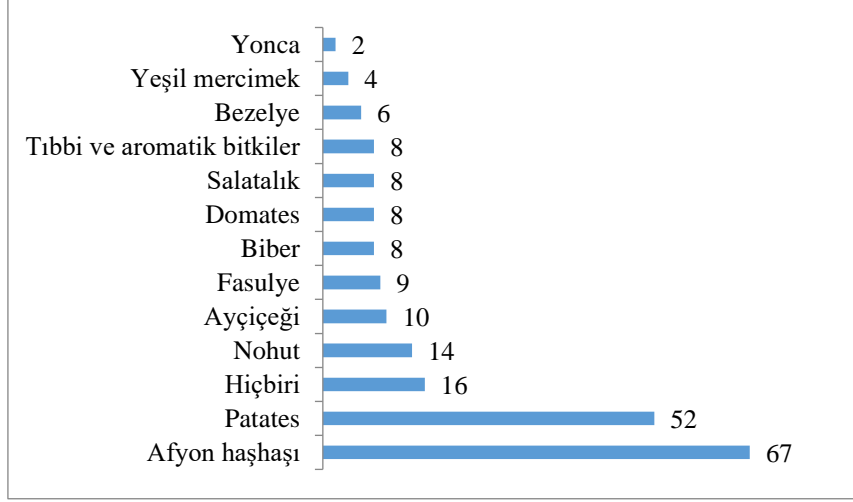
Katılımcıların yıllık toplam hanehalkı gelirine Şekil 6’da yer verilmiştir.



Şekil 6: Katılımcıların Yıllık Toplam Hanehalkı Geliri

Şekil 6’da görüleceği üzere ankete cevap veren 50 katılımcının yıllık hanehalkı geliri 1-50.000 TL arasında ve 24 katılımcının yıllık hanehalkı geliri ise, 50.001-75.000 Türk Lirası arasında olduğu görülmüştür.

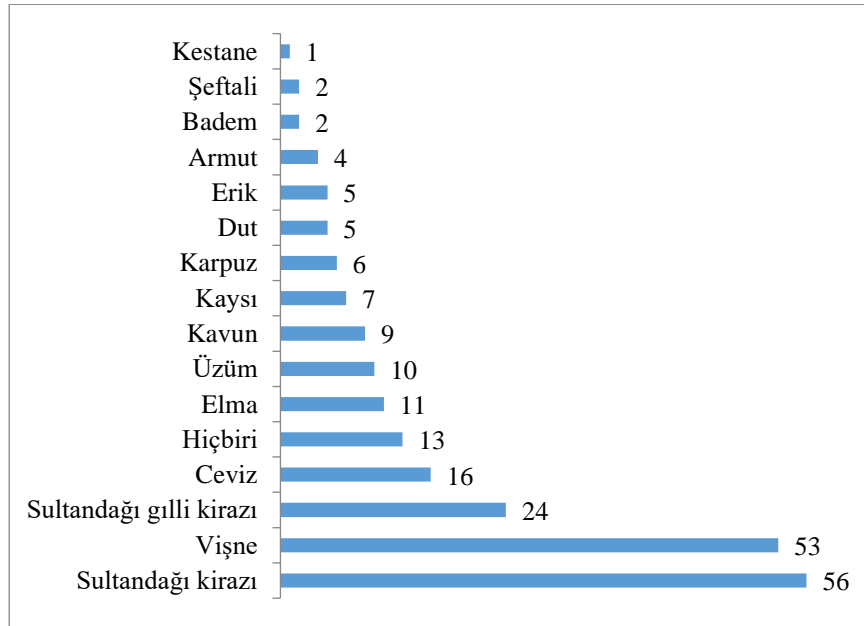
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz gıda ürünleri (tarım ürünleri) hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 7’de yer almaktadır.



Şekil 7: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen Veya Gönderilen Gıda Ürünleri (Tarım Ürünleri)

Şekil 7’de görüleceği üzere, 67 katılımcı Afyon haşhaşını, 52 katılımcı patatesi ve 10 katılımcı ise ayçiçeğini hediye olarak verdiğini veya gönderdiğini belirtmiştir.

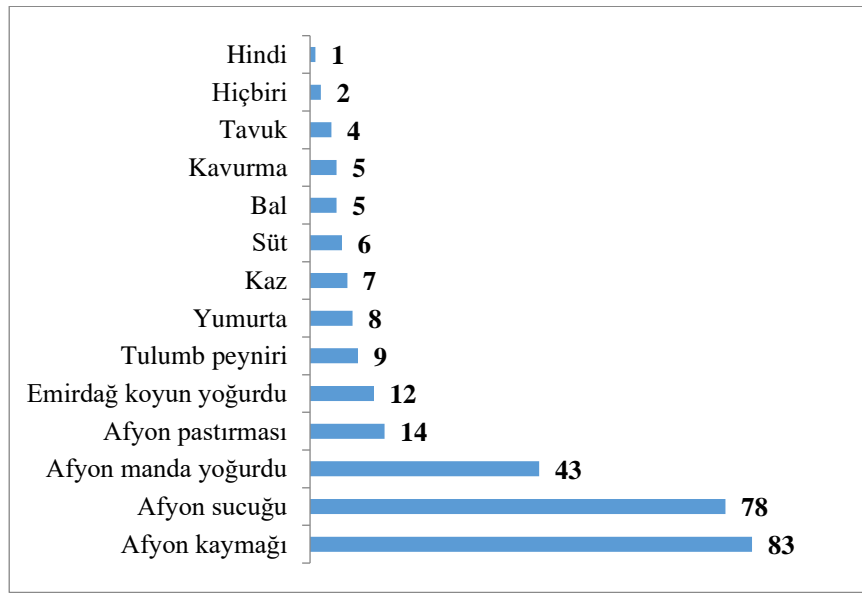
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz meyveler hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 8’de gösterilmiştir.



Şekil 8: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen Veya Gönderilen Meyveler

Şekil 8’de görüleceği üzere, 56 katılımcı hediye olarak verdikleri/gönderdikleri meyvelerin Sultandağı kirazı olduğunu, 53 katılımcı vişne ve 24 katılımcı ise Sultandağı gıllı kirazı olduğunu belirtmiştir.

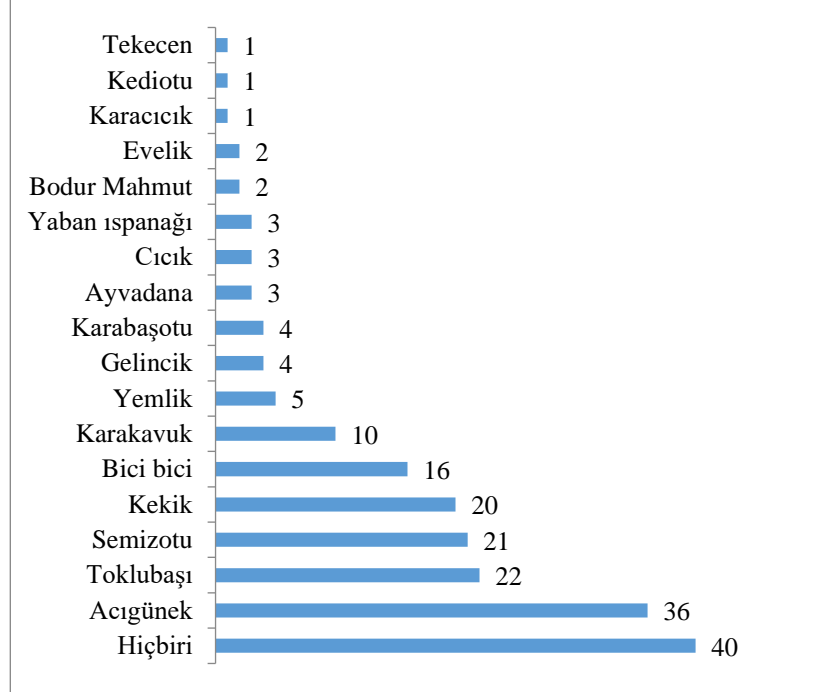
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz hayvan ve hayvansal gıda ürünleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevapların sayıları Şekil 9’da gösterilmiştir.



Şekil 9: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Hayvan ve Hayvansal Gıda Ürünleri

Şekil 9’da görüleceği üzere Afyonkarahisar’da hediye olarak gönderilen veya verilen en önemli hayvan veya hayvansal gıda ürününün sırasıyla Afyonkaymağı, Afyon sucuğu ve Afyon manda yoğurdu olduğunu söyleyebiliriz.

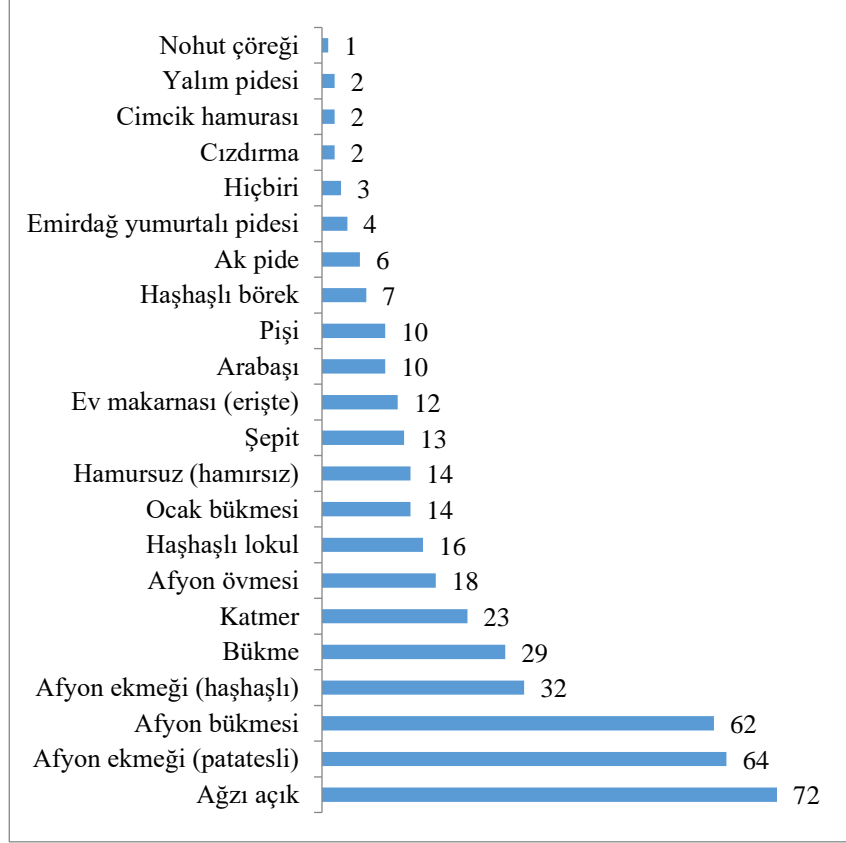
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz gıda olarak tüketilen yabancı bitkiler hangileridir?* Sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 10’da yer almaktadır.



Şekil 10: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Gıda Olarak Tüketilen Yabancı Bitkiler

Şekil 10’da görüleceği üzere Afyonkarahisar’da hediye olarak gönderilen veya verilen en önemli gıda olarak tüketilen yabancı bitkiler ile ilgili olarak 40 katılımcı hiçbiri olarak cevap verirken, 36 katılımcı acıgünek, 22 katılımcı toklubaşı, 21 katılımcı semizotu ve 20 katılımcı ise kekik olarak cevap vermiştir.

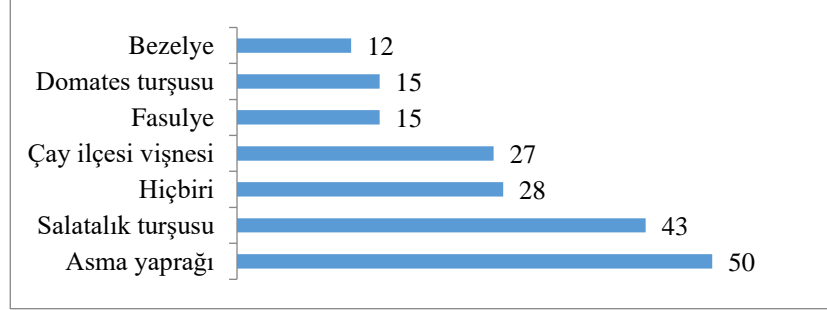
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz hamur işleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 11’de gösterilmiştir.



Şekil 11: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Hamur İşleri

Şekil 11’de 72 katılımcı ağzı açık, 64 katılımcı Afyon ekmeği (patatesli), 62 katılımcı Afyon bükmesi ve 32 katılımcı Afyon ekmeğini (haşhaşlı) hediye olarak verdiği veya gönderdiği görülmektedir.

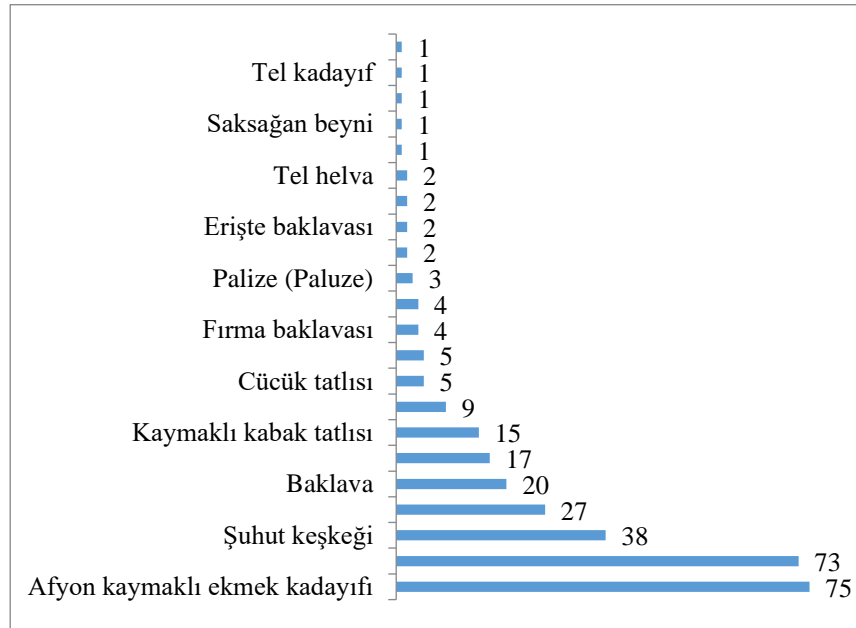
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz konserve ürünleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 12’de gösterilmiştir.



Şekil 12: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Konserve Ürünleri

Şekil 12’de görüleceği üzere, hediye olarak verdiği veya gönderdiğiniz konserve nedir sorusuna, 50 katılımcı asma yaprağı, 43 katılımcı salatalık turşusu ve 28 katılımcı ise hiçbiri olarak cevap vermiştir.

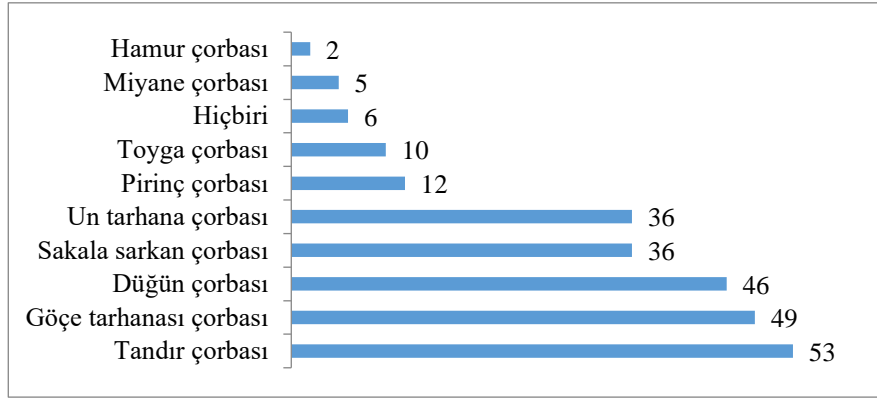
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz tatlılar hangileridir?* sorusuna verdikleri cevapların sonuçlarına Şekil 13’te gösterilmiştir.



Şekil 13: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Tatlılar

Şekil 13’te görüleceği üzere, 75 katılımcı Afyon kaymaklı ekme kadayıfını, 73 katılımcı Afyon lokumunu ve 38 katılımcı ise Şuhut keşkeği tatlısını hediye olarak verdiğini veya gönderdiğini belirtmiştir.

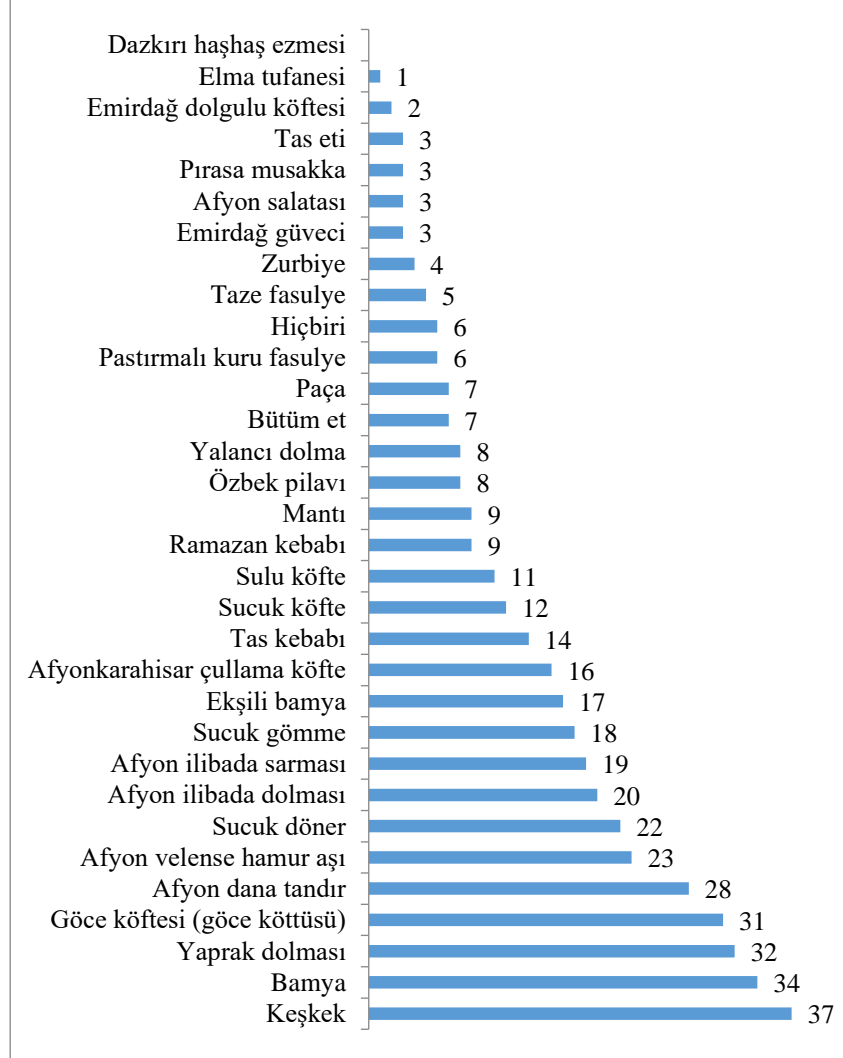
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen çorba yemeklerinin hangileri olduğu* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 14’de yer almaktadır.



Şekil 14: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Çorbalar

Şekil 14’de 53 katılımcı tandır çorbasını, 49 katılımcı göçe tarhana çorbasını ve 46 katılımcı ise düğün çorbasını misafire en çok ikram ettikleri çorbalar olduğu görülmektedir.

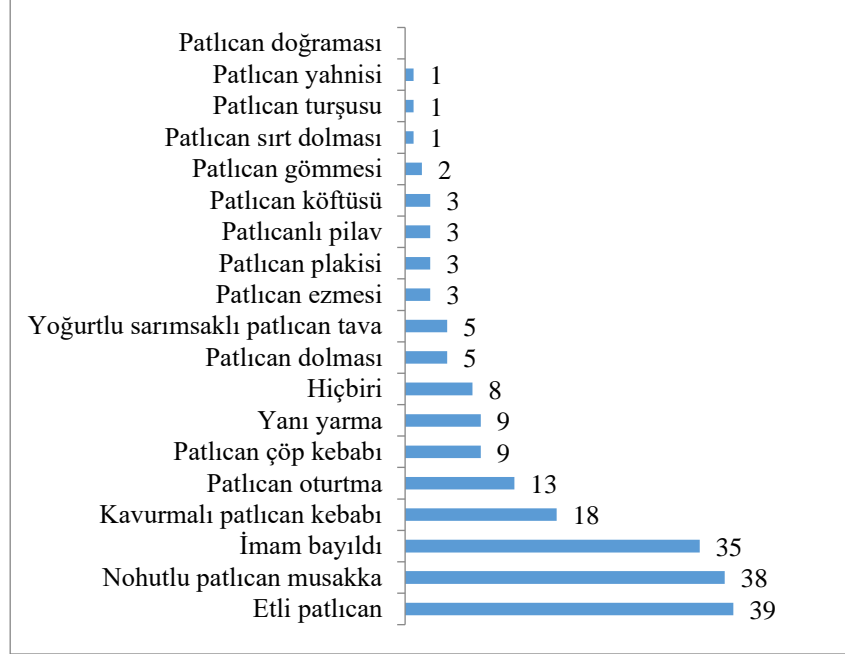
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram ettiğiniz et ve diğer yemekleri hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 15’te yer almaktadır.



Şekil 15: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Et ve Diğer Yemekleri

Şekil 15’te katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri et ve diğer yemekleri sıralaması gösterilmiştir. Bu sıralamaya göre 75 katılımcı Afyon kebabını, 37 katılımcı keşkek ve 34 katılımcı ise bamyayı tercih ettikleri görülmektedir.

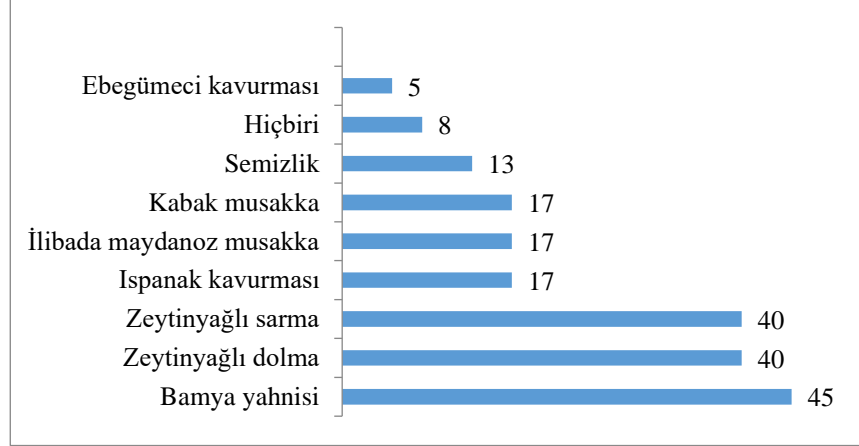
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen patlıcan yemekleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 16’da gösterilmiştir.



Şekil 16: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Patlıcan Yemekleri

Şekil 16’da katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri patlıcan yemekleri ile ilgili olarak, 74 katılımcı Afyon patlıcan böreğini, 39 katılımcı etli patlıcan ve 38 katılımcı ise nohutlu patlıcan musakkeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen sebze yemekleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 17’de gösterilmiştir.



Şekil 17: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Sebze Yemekleri

Şekil 17’de katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri sebze yemekleri ile ilgili cevapları yer almaktadır. 62 katılımcı etli dolma-sarma, 45 katılımcı bamya yahnisi ve 40 katılımcı ise zeytinyağlı dolmayı tercih ettiği görülmüştür.

Katılımcılara, *gıda ürünlerinin hediye olarak vermenizin/göndermenizin nedeni nedir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 18’de yer verilmiştir.



Şekil 18: Gıda Ürünlerinin Hediye Olarak Verilmesinin Nedeni

Katılımcıların gıda ürünlerini hediye olarak vermenin nedenini sırasıyla şu şekilde cevaplamışlardır. 71 katılımcı yörenin en önemli ürünü olduğundan, 60 katılımcı gelenek ve görenek ile ilgili olduğunu, 54 katılımcı ise gurbette olanlar özlemiş olabilir şeklinde cevaplamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda elde edilen verilerin değerlendirmesinde öncelikle, katılımcıların hediye olarak gönderdiği veya misafire öncelikle ikram ettiği yemeklerin coğrafi işaretli ürün olup olmadığına bakılmıştır. Hediye olarak verilen gıda (tarım ürünleri) ürünlerden hiçbirinin coğrafi işaretli olmadığı görülmüştür. Hediye olarak verilen meyvelerden ilk üç sırada yer alan Sultandağı kirazı, vişne ve Sultandağı gıllı kirazının coğrafi işaretli ürün olduğu görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen hayvan ve hayvansal gıda ürünleri sırasıyla ve sıralamada il beşte yer alan Afyon kaymağı, Afyon sucuğu, Afyon manda yoğurdu, Afyon pastırması ve Emirdağ koyun yoğurdu ürünlerinin coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Gıda olarak tüketilen yabancı bitkilerin coğrafi işaretli ürün olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen hamur işlerinden ilk üçü olan Afyon ağzı açık (ağzıaçığı), Afyonkarahisar patatesli ekmeği ve Afyon bükmesi coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen konserve ürünleri coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen tatlılardan ilk sırada yer alan ve sırasıyla Afyon kaymaklı ekme kadayıfı, Afyon lokumu ve Şuhut keşkeğinin coğrafi işaretli ürün olduğu görülmüştür. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen çorbalar coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen et ve diğer yemekleri arasında ilk sırada yer alan Afyon kebabı coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen patlıcan yemeklerinden ve ilk sırada yer alan Afyon patlıcan böreği coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen sebze yemekleri coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Gıda ürünlerinin hediye olarak verilmesinin nedeni arasında sırasıyla yörenin en önemli ürünü olması, gelenek ve görenek ile gurbette olanların bu ürünleri özlemiş olabileceği düşüncisi yer aldığı görülmektedir.

Söz konusu hediyeleşmede ve ikramda tercih edilen ürünlerin ekonomik değerinin artırılması için bu ürünlerin otel ve restoran menülerinde yer alması gerekmektedir. Ayrıca bu ürünlerin hediyeleşmede bilinir olması ve ekonomik bir değer kazanabilmesi için; öncelikle soğuk depo sektörü, ambalaj ve lojistik firmaları ile sıkı bir işbirliğine gidilmelidir. Söz konusu ürünlerin kamu ve özel sektörde yurt içinde ve yurt dışında hediyeleşme aracı

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
olarak kullanılması için lobi faaliyetleri, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri
ile desteklenmelidir.

Hediyeleşmede en çok kullanılan ürünlerin satışı yapılırken coğrafi işaretli ürün ve hediyeleşmede en çok tercih edilen ürün sıfatının eklenmesi ile ekonomik değerinin yanında bilinirliğinin artacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte üreticilerin bu ürünlerin dış pazarlara açılarak ihracatının yapılabilmesi için, üreticilere gerekli olan bilgi, tecrübe ve pazar araştırmalarına destek verilmesi gastronomi şehri ürünlerinin pazar bulması açısından ülkenin ve şehrin tanıtımına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Teşekkür: Afyonkarahisar Belediye Başkan Yardımcısı Süleyman Karakuş, Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birim Sorumlusu Zakire Şahin, Afyonkarahisar Belediyesi Kent Konseyi Başkanı Şemseddin Yasan, Afyonkarahisar Muhtarlar Derneği Başkanı Suat Uygur ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği Başkanı Hamza Kalkan’a desteklerinden dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz Ünay, F. (2012). XVII. Yüzyılda Osmanlı Devleti’nde Hediye ve Hediyeleşme (Padişahlara Sunulan Ve Padişahların Verdiği Hediyeler Üzerine Bir Araştırma) *T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Açıkgöz, F. Ü. (2018). Osmanlı Devleti’nde Pişkeş (XVII. Yüzyıl). *TurkishStudies*. 13/24, 2018, s. 287-300 DOI: 10.7827/TurkishStudies.14515.
- Akdu, U. ve Akdu, S. (2018). Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: UNESCO Gastronomi Şehirleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), s. 933-952. DOI: 10.21325/jotags.2018.342.
- Akın, N. ve Bostancı, B. (2017). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Gaziantep: Mevcut Raporlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (19), s. 110-124. DOI: 10.21076/vizyoner.338323
- Atik, K. (2019). Osmanlı Bürokratlarının Padişaha Sunduğu Hediyeler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 12 Sayı: 65.
- Ayaz, B. (2014). Kan Bağı ve Evlilik Dışı Akrabalık İlişkilerinde Hediyeleşme: Balıkesir Örneği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*. Cilt 3 Sayı 7 Bahar 2014, s.100-107.
- Başlar, G. ve Ateşalp, S.T. (2019). Dijital Hediyeleşme Kültürü Bağlamında Hayran Altyazıları: Puzzle Fansub Topluluğu. *İleğ Dergisi* 2019 6(1), Bahar: s. 147-177.
- Birekul, M. (2014). Armağan Kültürü, Dünden Bugüne Hediyeleşmenin Dönüşen Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Anlamları. *Açılım Kitap*. 2014.
- Doğan, V. (2017). Hediyeleşme Motivasyonları Üzerine Bir Ölçek Geliştirme: Kültürel ve Durumsal Karşılaştırma. *T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Esen, Ü. ve Atay, Ö. (2020). Türkiye’nin Yaratıcı Şehirleri. *Bilig* , (92) , 29-54 . DOI: 10.12995/bilig.9202.
- Eskin, Ü. (2018). Hz. Peygamber’in Devlet Başkanları Ve Yere Liderlerle Hediyeleşmesi. *Siyer Araştırmaları Dergisi* / 4 (Haziran 2018): s. 85-105.

- Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
- Godbout, J. T. (2003). Armağan Dünyası (The World of the Gift) (Çev. Dilek Hattatoğlu), İletişim Yayınları, Araştırma İnceleme Dizisi, 1. Baskı, İstanbul.
- Gökçen, A. ve Ulutaş, E. (2019). Toplumsal Bir Tip: Misafir, *Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), s. 111-136. DOI: 10.31679/adamakademi.544669.
- Gülduran, Ç. ve Arıkan Saltık, I. (2020). Sahnede Şehirler! Türkiye’nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı - Film Alanı Açısından Değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, Milli Mücadele'nin 100. Yılı Özel Sayısı*, s. 335-358 . DOI: 10.21733/ibad.797330.
- Kılıç, B. (2021). Türkiye’nin Pazarlanabilir, Turistik, Gastronomik, Ekonomik ve Kültürel Değeri Olan Yedigâr Lezzetleri. Ekin Basın Yayın Dağıtım. 2021.
- Köse, D. (2015). Tarihsel Boyutuyla Türkçe-Çince Deyim Ve Atasözlerinde Hediyelenmenin Kültürlerarası İlişkisi. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 14 s. 51-69.
- Machiavelli, (1994) Prens, (Çev. Nazım Güvenç) Anahtar Kitaplar Yayınevi, İkinci Baskı, İstanbul
- Mauss, M. (2016). Armağan Üzerine Deneme, Arkaik Toplumlarda Değiş Tokuşun Biçimi ve Nedeni. Alfa Basım Yayım.
- Önal, S. (2010). Edebi Metinlere Yansıyan Yönüyle Osmanlı Toplumunda Hediyelenme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1) , s. 103-113.
- Özdemir, N. ve Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (4) , s. 2-23.
- Özünel, E. Ö. (2014). Halk Anlatılarında Armağan-Erginleme İlişkisi. *Gazi Türkiyat*, Bahar 2013/12: s. 59-65.
- Sahbaz, M. ve Taşkıran H. (2020).Timur Dönemi Hediye ve Hediyelenme. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Der, gisi*Yıl: 2020 Cilt:20 Sayı:1 e-ISSN 2564-6427.
- Schmid, W. (2017). Hediye Vermek ve Hediye Almak Üzerine. (Çev. Tanıl Bora ve Turgut Demir). İletişim Yayınları. 1. Basım. İstanbul.
- Tekin, F. (2018). Hz. Peygamber’in Hediyelenmeye Verdiği Değer. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), s. 61-86.

- Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
- Tezcan, M. (2019). Folklorik ve Antropolojik Yönleriyle Hediye Geleneği ve Türk Kültüründeki Yeri. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 22 (1), s. 29-36.
- Tomak, A. ve Güney, E. (2014). Kültürel Bir Değer Olarak Hediye Geleneği ve Ekslibris, *Uluslararası Ekslibris Dergisi*, Cilt 1 / Bölüm 2.
- Türk Dil Kurumu, (2021). <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 06 Kasım 2021.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021), <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=03&tur=&urunGrubu=&adi=> Erişim tarihi: 24.10.2021.
- Türkiye Kültür Portalı (2021), <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/nealinir/?ilId=0&keyword=&etiket=afyonkarahisar&hariciEtiket=&tur=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=100>, Erişim tarihi: 29.04.2021
- UNESCO Creative Cities Network (2021). <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>, Erişim tarihi: 23.01.2021.
- UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, (2021). <https://www.unesco.org.tr> Erişim tarihi: 06 Kasım 2021.
- Yıldırım, E. ve Pirende, G. (2019). Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özelliği Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 15, Sayı 1, 2019.
- Yücel, E., Yücel Şengün, İ. ve Çoban, Z. (2012). Afyonkarahisar çevresinde gıda olarak tüketilen yabancı otlar ve tüketim biçimleri. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*, 5 (2) , s. 95-105.