

ULUSAL GASTRONOMİ KİMLİĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE TURİSTİK TANITIMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Samuray Hakan BULUT*¹

* University, School of Hospitality and Tourism Management, Department of Gastronomy

Öz

Bu çalışma gastronomi biliminin merkezde tutulduğu akademik turizm araştırmalarının incelenmesi sonucu elde edilen bilgiler ışığında; Türkiye'nin turizm potansiyelinin, ülkenin gastronomi kimliği öne çıkarılarak artırılması ve tanıtılması noktasında karşılaşılan sorunları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada genel çerçevede gastronomi bilimi hakkında bilinmesi gerekenler, yerel gastronomi öğelerinin güncellenerek bilinirliklerinin artırılması, coğrafi işaretleme kavramının anlamlandırılması, turist rehberlerinin gastronomi bilgi-birikimleri, turizm pazarlamasında gastronomi ve mutfak sanatlarının rolü, lisans düzeyinde gastronomi eğitimi, gastronominin üretim-servis-tüketim aşamaları, bölgesel gastronomi, yerli turistlerin gastronomi turizmine katkıları, gastronominin sanatsal boyutu gibi sayısız başlık altında toplanması mümkün olan konularda, ülkemizde yapılmış bir çok akademik çalışmanın değerlendirilmesiyle elde edilen ve ulusal gastronomi kimliğinin turistik tanıtımda daha güçlü kullanılmasına engel teşkil ettiği düşünülen problemlerin üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ulusal, Gastronomi, Turizm, Bilinirlik, Problem

PROBLEMS FACED IN THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL GASTRONOMIC IDENTITY, AND ITS PROMOTION TO TOURISTS

Abstract

This study aims to identify the issues faced in underlining and enhancing the gastronomic identity of Turkey not to mention its potential for tourism-, and the promotion of that identity, in the light of data derived through a review of academic studies on tourism focusing on the science of gastronomy. The study focuses on a number of issues identified through a review of numerous academic studies carried out in Turkey on a number of issues such as the general knowledge regarding the science of gastronomy, updating and increasing awareness about local elements of gastronomy, ascribing meaning to the concept of geographical indications, gastronomy-related expertise/knowledge among tourist guides, the role of gastronomy and culinary arts in the marketing of tourism, gastronomy education at the undergraduate level, production-service-consumption stages of gastronomy, regional gastronomy, the contribution of domestic tourists to gastronomic tourism, and the artistic aspects of gastronomy. The issues will be analyzed also as obstacles to stronger use of the national gastronomic identity, for tourism promotion.

Keywords: National, Gastronomy, Tourism, Recognition, Problem

1.Giriş

Çalışmada kullanılan temel kavramların anlaşılması, araştırmanın sınırlandırılması ve ilerleyen bölümleri açısından faydalı olacaktır. *Gastronomi Kimliği:* İklim ve bu iklimde yaşamış insanların birbirinden bağımsız düşünölmeleri olanaksız şekilde oluşturdukları kümülatif gelişim gösteren kültürel bir öğedir. *Turizm pazarlaması:* Ülkelerin sahip oldukları somut ve soyut turistik değerlerini koruyarak, güncelleyerek, genişleterek ve tanıtılarak evrensel turizm pazarına sunmasıdır. Bu noktada sınıflandırılarak pazarlanabilen turizm değerlerinden birisinin ülkenin gastronomi kimliği olduğu düşünölmürse; bir medeniyetin tarihsel birikim içerisinde sahip olduğu tüm kültürel öğelerin bir araya gelerek oluşturdukları kültürel kimliğin bir parçası olan gastronomi kimliğinin turizm pazarlamasındaki önemi Cömert (2014)'in çalışmasında yöresellik kavramı

¹ Sorumlu Yazar: email: samuraybulut@gmail.com / doi: 10.22252/ijca.563492

üzerinden incelenmiş ve çağdaş turizm anlayışında turistlerin yoğun şekilde gastro-turizme yönelimleri Hatay ili özelinde ele alınmıştır. Türkiye: Coğrafi konumunun sağladığı avantajlar ile birden fazla medeniyete ev sahipliği yapmış Anadolu'nun, kültürel kimliğini ve bu kimliği oluşturan tüm öğelerini barındıran, evrensel bilinirliği yüksek bir turizm destinasyonudur. *Ulusallık*: Anadolu'nun uygarlık tarihinin anlatıldığı bir kitapta kültürel kimliğin oluşumu ve ulusallık kavramı; bölgede etkili olmuş tüm medeniyetlerin kültürel öğelerinin harmanlanması ve benimsenmesi olarak anlatılmıştır. Çalışmanın daha net kavranabilmesi amacıyla giriş bölümünde tanımlanmış tüm bu kavramlar yine aynı kitaptan alınmış; "Bir zamanlar tarih sahnesini doldurmuş olan uluslar, bırakmış oldukları uygarlık mirasıyla anılmaktadır" (Ohri, İ., 1977) cümlesi ile ilişkilendirilmiştir. Yedi bölge ve seksen bir ilden oluşan Türkiye Cumhuriyeti; Akdeniz, Ege, Anadolu, Ortadoğu mutfaklarının çeşitlilikte sınır tanımayacak düzeyde örneklerine sahip olduğu kadar; siyasi, ticari, turistik, dini ve benzeri bir çok açıdan kültürel etkileşim içerisinde olduğu tüm medeniyetlerin mutfak kültürlerini yansıtabilecek altyapı ve birikime de sahiptir. Tüm bu olumlu faktörlere rağmen, turistik tanıtım ve ulusal gastronomi kimliği farkındalığı noktalarında ise hem ulusal hem de evrensel boyutta çeşitli teorik kavram karmaşalarının yaşanması ve sürekli değişim-gelişim halinde olan turizm pazarı hakkında yetersiz sayılabilecek çalışmaların bir türlü istenilen düzeye getirilememesi gibi sorunlar bu alanda yapılacak akademik çalışmaların nicel ve nitel açıdan geliştirilmesi gerekliliğini doğurmaktadır.

2.2.İlgili Çalışmalar

1.Ulusal Gastronomi Kimliğinin ve Gastro-Turizm Destinasyonlarının Anadolu ve İstanbul Üzerinden İncelenmesi

Yılın on iki ayı boyunca gerçekleştirilmesi mümkün olan ve Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında yapılan bir araştırmaya göre konaklama hizmetlerine oranla yaklaşık iki buçuk kat daha fazla katma değer sağlayan gastronomi turizmi; Türkiye'de Urfa, Adana, Antep, Mersin, Hatay, Mardin ve daha birçok ilde yöreye özel tatları ile gastronomi kimliği kazanmış şehirlerin aktif çalışmaları ve tanıtımı sayesinde destinasyon pazarlama aracı olarak başarıyla kullanılmakta, İstanbul'da ise Osmanlı Mutfağı'nın ağırlıklı olduğu çeşitli gastronomi etkinlikleri ve Anadolu'nun sahip olduğu yöresel tatların bir arada tek şehirde bulunması imkanı ile gastro-turizmde uluslararası bilinirlik arttırılmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015). Sims (2009: 324)'ten aktaran Akdağ ve Üzülmüş (2017: 302), günümüz turistik faaliyetlerinde farklılık arayışının oluştuğunu belirtmiş, bunun sonucunda ortaya çıkan turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi hakkında çalışmalar ortaya koymuştur. "Bölgeden bölgeye değişiklik gösteren yemek kültürü, ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve bu doğrultuda oluşan gastronomi turizmi, turistik çekicilik unsuru olarak turizm çeşitleri arasında yerini almaktadır" (Karaca vd., 2015: 36). Türkiye'nin ulusal gastronomi kimliği incelenirken Anadolu ve İstanbul olarak ayrılarak incelenmesi, araştırmaların birbirleriyle karşılaştırılarak kontrol edilmesi olanağını sağlayacaktır. Bahsedilen gastronomi kimliği ve turizmi üzerine Anadolu Gastronomisi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, kırsal turizmde yerli ve yabancı turistlerin ilgisini en çok çeken ve harcamanın en çok yapıldığı alanın gastronomi oluşu, bölgede turizm ürün ve hizmetleri arz eden tarafların yerel kaliteli yiyecek-içecekleri sunarak tercih edilen turizm destinasyonları oluşturma konusuyla birlikte ilerleyen süreçte bölgenin gastronomi öğelerini ihraç edilebilecek potansiyele taşımaları ve gerekli girişimler ile coğrafi işaretlerin alınarak bölgenin gastronomi turizminde markalaşmasının sağlanması bir çalışmada Bigadiç özelinde incelenirken, Bigadiç güvecinin coğrafi işaretlemesinin yapılması ile Anadolu'nun gastronomi kimliğinin güçlendirilmesi hedeflenmiştir (Deveci., vd. 2013). Bir başka çalışmada Konya ilinin Selçuklu ilçesine bağlı bir mahalle olan Sille'nin evlerindeki mutfak yapısından, mutfak araç gereçleri ve ocaklarından, tarihsel geçmişindeki medeniyetlerin izlerinden ve destanlara konu olmuş gastronomi öğelerinden bahsedilmiş, gastro-turizmde yerli ve yabancı turistlerin ilgisinin çekilmesiyle beldenin turizm destinasyonu haline getirilmesi hedeflenmiştir (SOLAK, B.B. 2016). Yine bir başka çalışmada Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü(UNWTO)'nün istatistiki verilerine dayanarak ve evrensel bilinirlik kazanmış gastro-turizm destinasyonları örnek gösterilerek, genel olarak Akdeniz mutfağı özelliklerini taşıyan Balıkesir'in Ayvalık ilçesinin, Anadolu'nun marka gastronomi turizmi destinasyonu haline getirilmesi için çalışmalar yapılması gerekliliğinden bahsedilmektedir (Gökdeniz., vd. 2015) . Benzeri birçok çalışmada ele alınan bölgelerin sahip oldukları gastronomi öğelerinin; şehirlere, ilçelere, köylere ve hatta mahallelere kadar farklılaşmış ürünler, gelenekler ve sofrası kültürleriyle ulusal ve/veya uluslararası gastronomi turizmi pazarına tanıtılmak ve markalaşmak için hazır beklediklerinden bahsedilmiştir.. "Gastronomi turizmi ve bileşenlerinden biri olan yöresel mutfak unsurlarının Türkiye'de birçok destinasyona değer katabilme potansiyeli oldukça yüksektir. Özellikle ülkenin sahip olduğu mutfak kültürünün bölgesel olarak farklılaşması ve her bölgenin kendine özgü bir özelliğinin bulunması gastronomi turizminin farklı turizm çeşitleri içerisinde kullanılabilmesi için oldukça büyük bir avantaj sağlayabilecektir" (Şengül ve Türkay, 2016: 91). Anadolu'nun sahip olduğu tüm bu

zenginliklerin bir arada bulunduğu küçük Türkiye modeli olarak nitelendirilebilecek turizm şehri ise İstanbul'dur. Türkiye İstatistik Kurumu'nun açıkladığı 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçlarına göre toplam nüfusun %18.6'sı'nın ikamet ettiği İstanbul; ülkenin gastronomi turizmine çeşitlilik katan 7 bölgenin şehirlerinden yoğun göç alması sebebiyle, Anadolu'da yapılan akademik çalışmalarda rastlanılan neredeyse tüm özellikleri içerisinde barındırabilecek, Ayvalık'ta bulunabilen bölgeye özel zeytinyağından, Konya Sille Beldesi'ne has üzümlere ya da Bigadiç Güveci'ne kadar yerel gastronomi unsurlarının tanıtımını ulusal kimlikte yapabilecek ve Türkiye'nin en yoğun turist hareketliliğine sahip dünya şehridir. "Dünyanın önde gelen mutfaklarından biri olan Türk mutfağı doğu-batı sentezinin en güzel örneklerinden biridir. Tarihi, kültürü, sanatı ve coğrafi konumuyla kozmopolit bir mega kent olan İstanbul ise Türk mutfağı ile ilgili seçkin örneklerle rastlanabilecek en doğru şehirdir. İstanbul, yüzyıllar boyu büyük imparatorluklara başkentlik yapmış ve birçok uygarlığın buluşma noktası olmuştur. Temel olarak Osmanlı saray mutfağından beslenen İstanbul mutfağı aynı zamanda Yahudi, Ermeni ve Rum kültürlerinden de oldukça etkilenmiştir. Diğer yandan İstanbul'un günümüzdeki nüfus yoğunluğuna ulaşması ile birlikte Anadolu'ya ait lezzetler de İstanbul mutfağına girmiş ve günümüzde Anadolu'ya has lezzetler İstanbul mutfağında önemli yer kaplamaktadır "(Demir., vd. 2018: 594).

2.2. Gastronomi Kimliğinin ve Gastro-Turizm Destinasyonlarının Yerli ve Yabancı Turiste Tanıtımı

Günümüz Türkiye'sinde turizm alanında görev alan şef,akademisyen, turist rehberi, personel, garson,yönetici, öğrenci ve benzeri gastronomi temelli tanıtımda direkt rol üstlenen insan faktörünün kalifikasyonunun yanında; sanatsal yeterlilik, aktivite-faaliyet çeşitliliği, servis-sunum teknikleri gibi kavramların teorik ve uygulama yeterliliğinin de sağlanması ve tüm çalışmaların yazılı-görsel basında daha fazla yer bulması sayesinde hem ulusal hem de evrensel gastronomi turizmi destinasyon bilinirliği arttırılmaktadır. Ahıpaşaoğlu (2006) çağdaş turist rehberliğinden bahsettiği bir çalışmada, iyi bir rehberin aynı zamanda iyi bir psikolog, öğretmen ve öğrenci olması gerekliliğini açıklamıştır. Bu tanıma ek olarak günümüzde gastro-turizme olan ilginin artması göz önünde bulundurulursa, turist rehberlerinin iyi birer gastronom da olarak; hem turistlerin aldıkları hizmetten elde ettikleri faydanın/tatminin arttırılması hem de ülkenin gastronomi kimliğinin ve gastro-turizm destinasyonu olarak sahip olduğu potansiyelinin tanıtılması açısından rol oynamaları da gerekmektedir. Seyitoğlu ve Çalışkan (2014: 31) Türk Mutfağı üzerine yaptıkları bir araştırmada yetmiş iki turist rehberi ile görüşmüş, turistler tarafından mutfak kültürü ile ilgili birçok sorunun turist rehberlerine yöneltildiği bilgisini almış ve çalışmanın sonlandırılmasında turizm alanında çalışan personel, yönetici ve rehberlerin gerekli seminerler ile bilgilendirilerek Türk Gastronomisi'nin tanıtımının olabildiğince az hatayla yapılması gerekliliğini vurgulamışlardır. Bir başka tanıtım aracı olarak Mankan (2017) yaptığı bir çalışmada, dünyadaki gastronomi temalı müzelerin sürdürülebilir turizm konseptine katkılarından ve bu müzelere olan yoğun turistik ilgiden bahsetmiştir. Türkiye'de ilk gastronomi temalı müze örneği " Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nde, özel vitrinlerde sergilenen çeşitli mutfak eşyaları geçmiş dönemlerdeki mutfak kültürü hakkında bilgiler vermektedir. Dar sokakları ile ünlü Gaziantep Kalesi eteklerinde, tarihi Göğüş Konağında hayat bulan ülkemizin ilk mutfak müzesinde; bayram yemeği yuvalamanın yapılması, soğuk kış gecelerinde tandır başında verilen bastık, sucuk, ceviz, kahve-mırna pişirilmesi vb. yöresel detaylar, Antep yöresine özgü kıyafetler eşliğinde mankenlerle canlandırılmaktadır" (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü) cümleleriyle internet üzerinden tanıtılmıştır. Bir diğer çalışmada; otellerin yiyecek-içecek bölümlerinde ve otellerin haricinde bölgesel yiyecek-içecek işletmelerinde yöresel tatlılara; standart reçetelerine ve sunumlarına sadık kalınacak şekilde yer verilmesinin gerekliliği de gastronomi kimliğinin korunması ve tanıtılması açısından izlenmesi gereken bir turizm politikası olarak sunulmuştur (Cömert, 2014: 69). Ayrıca yapılan gözlemlere göre bazı gastronomi öğelerinin coğrafi işaret patentini almış illerin, peyzaj çalışmalarında bu öğelere heykeller, duvar resimleri, afişler ve benzeri sanatsal kabul edilebilecek çalışmalarda yer verdikleri tespit edilmiştir. Bütün bunlara ek olarak, bilim, teknoloji ve sanatın gastronomi bilimine getirdiği yeniliklerden olan füzyon mutfak uygulamalarının ve moleküler gastronomi ile ilgilenen genç şeflerin Türkiye'de belirli bölgelerde kendilerine yer bulmaya başladıkları da yine basın-yayın organları tarafından özellikle yerli turistlerin ilgisini çekmek ve geri dönüşler olarak bu alanlarda da gelişim sağlamak amacıyla çalışmalara sıklıkla konu edilmektedir.

3.Yöntem

Çalışma, ulusal ve uluslararası düzeyde yayınlanmış, gastronomi ve turizm kavramları üzerinde yoğunlaşan akademik çalışmaların, gazete yazılarının ve Anadolu kültür-turizm-sanat tarihi konularının ele alındığı bilimsel ve edebi kitapların incelenmesi ile bir derleme makale olarak kurgulanmıştır. Araştırmada ulusal gastronomi kimliğinin geliştirilmesi ve yerli-yabancı turistlere etkili şekilde tanıtılmasının gastronomi turizmine

katkılarının vurgulanması amacıyla hazırlanmış ve ağırlıklı olarak henüz ulusal bilinirliğe erişmemiş ancak akademik çalışmalar sayesinde bölgesel bilinirliğinin yanında ulusal ve sonrasında uluslararası düzeyde tanıtılması hedeflenen gastronomi öğeleri hakkında yapılmış akademik çalışmalar; toplanan verilerin konu yoğunluğunu oluştururken, veriler kaynak tarama yöntemi ile toplanmıştır. Sonuçlandırma yöntemi olarak mantıksal akıl yürütme (Hipotetic Deductive) seçilmiştir.

4.Bulguların Yorumlanması

4.1.Gastronomi Öğelerinin Bölgesel Dejenerasyonu, Aşırı Tüketimi ve Yetersiz Gastronomi Etkinlikleri

Eksen (2003)'in kebab kültürünün İstanbul'a gelişi ve zamanla gelişimini anlattığı kitabı hakkında verdiği bir röportajda, "Kebabın yanında ne yenir?" sorusuna verdiği cevap şu şekildedir: "Yöreyle göre değişiyor, öncesinde çiğ köfte, fındık lahmacun. Soğan yenir, Antep'te sarımsak verirler, Çukurova'da yeşillikler" (Milliyet Gazetesi Pazar Eki 2003: 17). Gastronomi alanında disiplinlerarası çalışmalar yapan bir akademisyen, Sami Zubaida'nın bir çalışmasından aktardığı; toplumların yemek kültürlerinde küçük değişikliklere giderek kendilerini ve komşularını birbirlerinden farklılaştırdıklarını, örneğin ızgara ete sarımsak katmayanların, katanları Musullular olarak tanımlamaları ya da Müslüman Bağdatlı bir kimsenin, komşusunun evinde yediği dolmada tatlı ve ekşiyi yan yana görünce şaşırması ve bunun İranlılara özgü olduğunu belirtmesi gibi kültürel farklılıklarla etnik rekabetin geliştirildiği örneği ile yemek-ırk ve etnik farklılık konusundan bahsetmiştir (Kanık, İ. "Gastro-Sinema", 2018). Bu noktada problem gidermek ve ulusal gastronomi kimliğinin güçlendirilmesi amacı güderek izlenecek örnek turizm politikaları üzerine düşünüldüğünde, Türkiye'nin çok uluslu demografik yapısı, iklimsel ve coğrafik yapılarının çeşitliliği, sahip olduğu endemik flora-fauna yapısı göz önünde tutularak, küçük farklılıklarla mahreç işaret almış gastronomi öğelerinden daha çok menşe işaret alması mümkün olan ürünlerin ağırlıklı olduğu, örneğin; sadece Bigadiç ilçesinde yetişen dalsı bitkilerle beslenmiş süt oğlağının ana malzeme olarak kullanıldığı Bigadiç güvenci, kasaplarda bulunan taş fırınlarda geleneksel pişirme tekniklerinin ve standart reçetesinin korunması kaydı ile başta yerli turist pazarında, festival, ki festivaller hakkında "Festivallerin hedef kitleleri öncelikle yerel halk, daha sonra gelen ziyaretçilerdir" (Bakırcı., vd. 2017: 231) üzerinde durulması fikri bir turizm politikası olarak benimsenmeli ve destekleyici gastronomi aktivitelerinin nicel ve nitel kalitelerinin artırımı sonrası yeterli tanıtım ile dönemsel gastro-turizm destinasyonu olacak şekilde konumlandırılmaları yer verilmelidir. Bu noktada karşılaşılabilecek muhtemel sorunlar ve bu sorunların giderilmesi için gerekli çözümler üzerine yapılacak çalışmalar; örneğin pırnal bitkisinin ki bu bitki bahsedilen yemeğin yapım aşamasında aktif olarak kullanılmamakla birlikte, yemekte ana gıda olan süt oğlağının beslenme aşamasında rol alır, endemik gastronomi öğelerinin korunarak bilinçli tüketiminin sağlanması ya da yöreye özel yemeklerin evrensel turist pazarında başrol olan İstanbul'a taşınması sonrası geleneksel üretim-sunum ve tüketim aşamalarının değişime uğramadan gerçekleştirilmesinin sağlanması gibi konular üzerinde durulması, böylelikle ulusal gastronomi kimliğinin Türkiye sınırları içerisinde bölgesel dejenerasyona uğramasının engellenmesi olarak tanımlanabilir. Yöresel-bölgesel gastronominin ulusal gastronomi kimliğine aktarımında bozulmaların ve eksikliklerin oluşmaması için standart reçetelerin akademik çalışmalarda, ilgili bakanlık tarafından hazırlanan çalışmalarda ve basın-yayın organlarında vurgulanması önemlidir. Başka bir çalışma konusu ise, Kastamonu'da geçtiğimiz yıllarda yapılmış bir mantar toplama şenliği örneğinde olduğu gibi çalıştay (workshop), konser, seminer gibi sanatsal ve bilimsel faaliyetlerin artırılması ile sanat-bilim dünyasında kitleler tarafından değer gören etkili kişiliklerin desteği de alınarak, gastronomi turizminin ve bilincinin geliştirilmesi olabilir. (turizm gazetesini.com)

4.2.Gastronomi Turizmi Destinasyonlarında Yaşayan Yerel Halkın Eğitim ve Bilinç Düzeyinde Yetersizlik

Bir başka sorun olarak Pekyaman (2008)' dan aktaran Kargiglioğlu ve Akbaba (2016) iklim etkisi ile farklılaşan tarımsal ürünlerin etkileriyle komşu şehirler arasında bile gastronomi öğeleri ve mutfak kültürlerinde belirgin farklılıklar olduğundan bahsetmiş, yüzlerce patentli yemeğe sahip Gaziantep şehrinin yerel toplumu ile yapılan ankete dayalı görüşmelerinde gerek gastro-turizm gerekse diğer turistik olanaklar açısından yetersiz bilince sahip olunduğunun belirlenmesi nedeniyle, her gelir sınıfına hitap eden restoranların, gastronomi müzesinin, gastronomi öğeleriyle ilgili hediyelik eşya ve gıda maddelerinin şehrin dört bir yanında satışa sunulma imkanlarının bulunmasına rağmen, hakedilen turizm pazar payının hepsinin alınmadığını ve turist sayısında beklenenin çok altında kaldığını belirtmişlerdir. Bu konuda gözlemlenen durum, istisnai durumlar haricinde, Kapadokya bölgesinin yerel halkının, lisan bilgisi ve turizmde güler yüzlü,

misafirperver davranışı etkin ve örnek teşkil edecek şekilde kullandıkları yönünde tarafımca yorumlanmıştır. Sonuçta turistlerin mutluluk ve tatmin duygusu ile evlerine dönmeleri, ileride tekrar bölgeye gelme arzusu ile beraber en önemli tanıtım ve reklam organı olan insan faktörünü devreye sokarak bölgenin bilinirliği ve çekiciliğini arttıracaktır.

5.Sonuç ve Öneriler

Anadolu, tarih öncesi çağlardan günümüze çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmış, etnik çeşitlilik ve kültürel mirasların toprağına sindiği, iklimsel olanaklarının da etkisiyle çeşitlilik konusunda sıkıntı yaşamayan bir gastronomi hafızasını barındıran, tüm bu farklı mutfak kültür ve ürünlerini yeterli finansal yatırımı sağlayamaması ve turistik bilince sahip olmaması gibi pürüzler nedeniyle ağırlıklı olarak İstanbul üzerinden uluslararası turizm pazarına sunan ve sunmaya devam edecek vatan topraklarıdır. Çalışmada ele alınan sorunlar, turistik bölge halklarının yetersiz turizm bilinci, sektörde çalışan kişilerin güncel gelişmeleri takip ve alan temel eğitimleri konusunda eksik oluşları, bölgesel çeşitliliğin aşırılığının avantajları haricinde dejenerasyona sebebiyet verebilecek dezavantajları, sanatsal bakış açısı ve gastronomi turizminde yetersiz miktar ve/veya kalitede etkinlikler olarak belirlenmiştir. Her ülkenin gastronomi kimliği oluşturma aşamalarında karşılaşılmış, ulusların güçlü gastronomi öğeleri bulundurmasına rağmen karşılaşılan sorunları belirleyemeyişi ya da çözüme ulaştıramayışi gibi problemler bu çalışmanın odak noktası olmuş, gastronomi turizminin ülkenin evrensel bilinirlik ve tercih edilirlilik konusunda hızla gelişen turizm potansiyeline katkı sağlayacağı konusu üzerinde geliştirilmiş ulusal bir bakış açısı ile durulması ve konu hakkında daha derin araştırmalar yapılması fikri çalışmanın önerisi haline gelmiştir.

6.Kaynakça

- AHİPAŞAOĞLU, S. (2006), *Turizmde Rehberlik*, Ankara: Gazi Kitabevi
- AKDAĞ, G., ÜZÜLMEZ, M. (2017), Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 301-309
- BAKIRCI, T, G., BUCAK, T., TURHAN, N,K. (2017), Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği, *Journal of Toursim and Gastronomy Studies*, 230-240
- CÖMERT, M. (2014), Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 64-70
- DEMİR, Ş., AKDAĞ, G., SORMAZ, Ü., ÖZATA, E. (2018), Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 589-601
- DEVECİ, B., TÜRKMEN, S., AVCIKURT, C. (2013), Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34
- EKSEN, E. (2003), *kebabistanbul*, İstanbul: Sel Yayıncılık
- GÖKDENİZ, A., ERDEM, B., DİNÇ, Y., UĞUZ, Ç,S. (2015), Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 14-29
<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/3767/001503228006.pdf?sequence=3> Erişim Tarihi: 06.02.2019, 05.56
<http://tuik.gov.tr/Start.do> Erişim Tarihi: 06. 02. 2019, 02.59
<http://www.gaziantepkulturturizm.gov.tr/TR-174064/emine-gogus-mutfak-muzesi.html> Erişim Tarihi: 06. 02. 2019, 07.34
<http://www2.unwto.org/> Erişim Tarihi: 06.02.2019, 10.37
<https://www.turizm gazetesesi.com/news.aspx?id=78462> Erişim Tarihi: 06. 02. 2019, 10.35
- KANIK, İ. (2018), *Gastro Sinema*, İstanbul: Alfa Basım Yayım
- KARACA, B, O., YILDIRIM, O., ÇAKICI, C. (2015), Gastronomi Turizminde Otlar, Ot Yemekleri ve Sağlıkla İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 27-42
- KARGİGLİOĞLU, Ş., AKBABA, A. (2016), Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep'i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 87-95
- MANKAN, E. (2017), Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Electronic Turkish Studies*, 157-176
- OHRİ, İ. (1977), *Yurdumuzun Öyküsü*, İstanbul: Zafer Matbaası

- SEYİTOĞLU, F., ÇALIŞKAN, O. (2014), Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 23-35
- SOLAK, B.B. (2016), Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine Bir Model: Sille Beldesi Örneği, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1-12
- ŞAHİN, G.G., ÜNVER, G. (2015), Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi":İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 63-73
- ŞENGÜL, S., TÜRKAY, O. (2016), Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29): 63-87