



Antep Fıstığı ve Türevlerinin Gaziantep Yerel Gastronomik Kimliğindeki Yeri

The Role of Pistachios and Its Derivatives in the Local Gastronomic Identity of Gaziantep

Abdullah Baycar¹ 

Geliş Tarihi (Received): 03.04.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 30.05.2022

Yayın Tarihi (Published): 31.07.2022

Öz: Dünyanın önemli Antep fıstığı yetiştiricilerinden birisi Türkiye'dir. Fıstığın; Gaziantep yerel gastronomik kimliğindeki pozisyonundan dolayı ülke sınırları içerisinde ilin ismiyle anılan ender ürünlerdendir. Tarihi, ekonomideki yeri ve diğer sosyal yapılarla bütünleşmesi Antep fıstığının lokal gastronomideki konumunu taklit edilemeyecek bir seviyeye ulaştırmıştır. Bu çalışmadaki amaç, yöresel ürünler içerisinde yer alan Antep fıstığı ve türevlerinin yerel gastronomik kimlik gelişim aşamalarındaki yerlerini açığa çıkarmaktır. Araştırma verileri; saha ziyaretleri, ziyaret esnasındaki görüşmeler, medya analizleri, birincil ve ikincil kaynak taramalarıyla elde edilmiştir. Antep fıstığının lokal gastronomik kimlikte yer alan; çerezlik fıstık, fıstıklı baklava, fıstıklı kadayıf, fıstıklı katmer, Antep fıstık şekeri, Antep fıstık ezmesi, Antep fıstıklı cezerye, Gaziantep Fıstık Müzesi, fıstık heykelleri, gastronomi kursları ve Uluslararası Antepfıstığı Kültür ve Sanat Festivali gibi birçok ögesi mevcuttur. Çalışma sonucunda Antep fıstığına ait her unsurun yerel gastronomik kimlikteki yeri saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Antep fıstığı, Fıstık türevleri, Gastronomik kimlik, Gaziantep, Yerel mutfak.

&

Abstract: Turkey is one of the most important pistachios (*Pistacia vera L.*) producers in the world. Due to its position in Gaziantep's local gastronomic identity, pistachio is one of the rare products known with the province's name within the country's borders. Because it has a long historical background, its place in the economy, and its integration with other social structures, pistachio has reached a level that cannot be imitated in local gastronomy. This study aims to reveal the place and role of pistachio and its derivatives, which is one of its local products, in the development stages of Gaziantep's local gastronomic identity. The study is limited to the administrative borders of Gaziantep. The research data were obtained by observation and interviews during the fieldwork. Media (traditional and social) analyses and the review of primary and secondary sources are also used. Gaziantep has many products and initiatives that pistachios are used as part of the local gastronomic identity, such as pistachio nuts, pistachio baklava, pistachio kadaif, pistachio katmer, pistachio candy, pistachio butter, pistachio cezerye, Gaziantep Pistachio Museum, pistachio sculptures, gastronomy courses and International Pistachio Culture and Art Festival. The place of each element belonging to pistachio in the local gastronomic identity was determined.

Keywords: Gastronomic identity, Gaziantep, Local food, Pistachios, Pistachios derivative.

Atıf/Cite as: Baycar, A. (2022). Antep Fıstığı ve Türevlerinin Gaziantep Yerel Gastronomik Kimliğindeki Yeri. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 749 - 764. doi: 10.11616/asbi.1097983

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Abdullah Baycar, Siirt Üniversitesi, abaycar@siirt.edu.tr.

1. Giriş

Bir yörenin gastronomik kimliğinin oluşmasında; doğal (iklim, yer şekilleri, toprak vb.) ve beşerî (tarihi geçmiş, idari yapı, göç, etnisite, dini yapı, farklı yaşam tarzına sahip toplumların varlığı, farklı toplumlarla ilişki, insan iş gücü, ekonomi vb.) coğrafi faktörler etkili olmaktadır (De Jong, vd., 2018; Harrington, 2005). Antep fıstığı (*Pistacia vera L.*), kullanılan anacın türüne göre farklı istekleri olmasına rağmen genellikle toprağa toleranslıdır. İklim olarak yazları uzun, sıcak ve kurak isteyen ürün kışları ise nispeten soğuk olmaya en ideal uyumu göstermektedir (Demircan, 2010). Antep fıstık yetiştiriciliği için Gaziantep yöresinin iklim ve toprak isteklerinin yanında nüfus, endüstri ve idari yapı gibi beşerî faktörler de uygundur (Turan, 2015).

Hjalager ve Richards'a (2002) göre gastronomik kimlik gelişimi dört aşamada [yerel, yatay gelişim, dikey gelişim ve çapraz (köşegen) gelişim aşamaları] sınıflandırılmaktadır. Yerel gelişim aşaması, yöreye özgü bitkisel ve hayvansal mahsulün hiçbir işlem görmeksizin yörenin mahalli yerlerinde (pazar, çarşı ve mağaza vb.) sunulan öğelerin yer aldığı aşamadır. Unsurların turizm faaliyetine katılmaya başladığı ilk aşama olan yatay gelişim aşaması ise ürünlerin yöreye özgü teknik, yöntem ve işlemlerle işlenip popülerleştiği seviyedir. Dikey gelişim aşamasına ulaşmak için ise yerel ve yatay gelişim aşamasındaki ürünlerin başka bir turizm faaliyetiyle bütünleşmeleri gerekmektedir. En üst aşama ise çapraz (köşegen) gelişim aşamasıdır. Bu aşamada gastronomik öğelerin sürdürülebilirliklerinin temin edildiği, inovasyonlarla zamanın gelişimine uyum sağlayabildikleri aşamadır. Böylece söz konusu öğeler bu seviyeyle bölgesel, ulusal ve/veya küresel çapta markalaşmaktadırlar (Özkaya ve Kaya, 2021).

Demir Çağı'ndan bu yana gastronomik varlığıyla ön planda olan Gaziantep, ülkemizin güneyinde kültürel kimlik merkezlerinin kesiştiği yerde kuruludur. İki milyona yaklaşan nüfusunun %60'ı gıda ve bağlantılı sektörlerde istihdam olmaktadır. Toplam işletmelerin %49'u da bu alanlarda faaliyet yürütmektedirler. Gaziantep, bu mahiyetiyle Hatay ve Afyonkarahisar ile beraber gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler listesinde yer alan üç ilimizden bir tanesidir (UNESCO, 2015). Gaziantep, gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Listesinde yer alma tecrübesini diğer yerel ürünlerde olduğu gibi Antep fıstığında da göstermiştir. Gaziantep'te Antep fıstığına dair lokal gastronomik kimlikte yer alan geçmişten gelen birçok unsur mevcut iken şehrin UNESCO Yaratıcı Şehirler Listesi'nde yer aldıktan sonra bu unsurlara müze ve anıt gibi yeni birçok öğe eklenmiştir.

Antep fıstığı isminden de anlaşılacağı gibi Gaziantep'in önemli ürünlerinden biridir. Antep fıstığının tarım, işleme ve pazarlanması aşamalarında birçok kişi istihdam olmaktadır (Ertürk, vd., 2015). Antep fıstığı yörenin mahalli çerezi, tatlısı ve unlu mamullerinde oldukça fazla yer almaktadır. Gaziantep ili idari ve mahalli yapıların kazandırdıkları Antep fıstığı konulu sanatsal, turistik ve kültürel öğeler ürünün yerel gastronomik kimlikteki yerini perçinlemektedir (Kargiglioğlu, 2015). Tamamlayıcı turizm faaliyeti olarak yerel ürünlerin turizme kazandırılması turistlere sıra dışı deneyimler yaşamalarını sağlayarak seyahat motivasyonlarını artırmaktadır (Zengin, vd., 2015). Lokal mutfakların turizm destinasyonlarına dahil edilmesi bu açıdan son yıllarda önemi artan konulardandır (Deveci, vd., 2013).

Ülkemize ait birçok yörenin gastronomik kimliği, o kimliği oluşturan birçok unsuruyla ele alındığı; Safranbolu (Özmen ve Eren, 2020), Giresun (Paslı, 2021), Mardin (Yarış, 2014), Gaziantep (Suna ve Alvarez, 2019), Zigana (Çavuş, vd., 2018), Ardahan (Çimen, 2016), Ege Bölgesi (Keskin ve Dağ, 2020), Erzincan (Şen ve Silahşör, 2018), Ayfonkarahisar (Aydın, 2015; Özkan, 2019), Eğirdir (Tüfekçi, vd., 2016), Bandırma-Erdek (Yıldırım, vd., 2018), Giresun (Gürsoy, 2017) ve Konya (Akbulut, 2020) gibi bir çok araştırma yapılmıştır. Ayrıca lokal ürünlerin gastronomik kimlikteki yerlerinin belirlenmesine ait çalışmalar da mevcuttur. Simit (Özbay, 2020), Osmanlı çileği (Köşker, vd., 2018), bulgur (Ören, vd., 2021), Kars kazı (Diker ve deniz, 2017), sokak yemekleri (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018), Van kahvaltısı (Kılıçhan ve Köşker, 2015), Peynir (Dağ ve Keskin, 2021), Abhaz mutfağı (Erbil, 2019), Ardahan kazı (Özbay, vd., 2020) gibi araştırmalar bu örneklerden bazılarıdır. Fakat Antep fıstığı, Gaziantep yöresinin gastronomik kimliğinde eşsiz bir yere sahip olmasına rağmen hakkında müstakil bir çalışma yapılmamıştır.

Bu çalışmada; Antep fıstığına dair Gaziantep ilindeki yerel, yatay, dikey ve köşegen gelişim aşamalarındaki unsurlar ele alınmıştır. Çalışmada, Antep fıstığının Gaziantep yöresindeki yerel kimlik gelişim aşamaları ve bu aşamaları sağlamanın neticesinde elde ettiği konumun belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu çalışmada; ulusal mevzuat ve standartlar çerçevesinde bu ürünlere ait coğrafi işaret, patent ve tescil çabalarına da yer verilmiştir. Çalışmada Gaziantep kimliğinin önemli bir unsuru olan fıstık ve türevlerinin kayıt altına alınmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bilimsel araştırmaların yerel ürünlerin tanıtım ve gelişimine katkı sağlayacağı göz önüne alındığında çalışmanın ekonomik önemi söz konusudur.

2. Literatür

2.1 Gaziantep ve Yerel Gastronomik Kimliği

Diker ve Deniz'e (2007) göre kimlik; topluma benlik katan, biz duygusunu oluşturan ve toplumları birbirlerinden ayıran bir olgu şeklinde tanımlanmaktadır. Kültürel kimliğin oluşum ve desteklenmesinde yiyecek ve içecek ile ilgili somut ve soyut varlıkların önemli büyüktür (Çalışkan, 2013). Gastronomik kimlik; yöreye ait yemek lezzet profili, yeme alışkanlıkları, görgü kuralları, yemek tarifleri, hazırlama ekipmanları, bileşen ve tekniklerin füzyonu, yemek dizayn ve stilleri gibi birçok faktörü ihtiva etmektedir. Oluşmasında ise yöreye ait çevre ve kültür elemanları etkili olmaktadır. Gastronomik kimliği oluşturan çevresel faktörlerin başında; iklim, topografya, mikroklima, flora, fauna, yöresel ürün, yerel yemekler ve yeni ürünler sayılabilir. Kültürel faktörlerin başında ise nüfus demografisi, tarih, deneyimler (savaş, göç, kuraklık, açlık, kıtlık vb.), kabiliyet, etnik çeşitlilik, gelenek, inanç, değerler ve inovasyonlar gelmektedir (Harrington, 2005). Turizm bakımından gastronomiyi özel kılan kültürel bağlantının destinasyona kazandırdığı özgünlüktür (Çalışkan, 2013). Gastro turizm; yeknesaklaşan kitle turizm (deniz, kum, güneş anlayışı içerisinde yer alan eğlence turizm) faaliyetlerine alternatif olarak turizmdeki payını her geçen gün artırmaktadır (Cömert ve Özkaya 2014). Yerelliği deneyimlemek isteyen turistler için gastro turizm ilave doyumlar sağlayarak tercih motivasyonu artırmaktadır (Erşahin ve Kızıllırmak, 2019).

UNESCO, yerel mutfakların ulusal ve uluslararası düzeyde korunmasına yönelik farkındalığı artırmak ve buna ilişkin ekonomik ve kültürel gelişmelere katkı sağlamak amacıyla Yaratıcı Gastronomi Şehri tesciliyle program geliştirmiştir. Gaziantep bu kapsamda söz konusu bu listeye dünyada kaydedilen 35 ilden bir tanesidir (Dağdelen ve Pamuk, 2021). Gaziantep ilinin yaratıcı şehirler listesinde yer alma gerekçesi UNESCO'ya (2015) göre;

- İlin Demir Çağı'ndan bu yana kültürel kimliğinin merkezinde yer alan köklü gastronomi tarihi ile tanınması,
- İl ekonomisinin ana itici gücünün yiyecek ve içecek sektörüne dayalı olması,
- Şehir aktif nüfusunun (toplam nüfus 1.890.000) %60'ının gıda sektöründe istihdam olması,
- İşletmelerin %49'unun baharat, tahıl ve kuru meyve ağırlıklı gıda sektöründen oluşması,
- Yiyecek ve içecek konulu festival, şenlik ve etkinliklerin mevcudiyeti,
- Gaziantep Fıstık Kültür ve Sanat Festivali'nin; gastronomi, müzik, edebiyat ve halk sanatını bir araya getiren geniş yelpazede şehri hareketlendirme niteliğinde olması,
- Yerel mutfakların çeşitliliğini paylaşmak için şehri üç gün boyunca bir araya getiren Şire festivali gibi etkinliklerin varlığı,
- Yoksulluk ve çevre sorunlarıyla mücadele eden kardeş şehirlerle iş birliğini geliştirmesine teşvik olacak seçkin jeokültürel konumu,

- Belediyenin, iklim değişikliği eylem planı, çevre koruma planı ve eko-park oluşturulma taahhüdü dahil olmak üzere birçok çevresel ve ekolojik program aracılığıyla kentsel yaşam kalitesini iyileştirme ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemeye güçlü bir bağlılık bildirgesi,
- Fıstık kabuklarının hem endüstriyel hem de konutlarda kullanımına fayda sağlaması öngörülen yenilikçi bir enerji kaynağına dönüştürülmesi yoluyla yenilenebilir enerji üretim projeleri

maddeleriyle gerekçelendirilmiştir. UNESCO, Gaziantep ilin gastronomi alanında yaratıcı şehirler listesinde yer almasında;

- *İlçe Mutfakları* projesi aracılığıyla kültürlerarası diyalogu beslemek, düşük gelire sahip kesimlerin ekonomik kazanç sağlama kapsamında yemek pişirip, bilgilerini paylaşabilecekleri alanlar oluşturmak,
- *Engelsiz Atölye* projesi aracılığıyla sosyal katılımı artırmak, hassas gruplara ve engelli bireylere eğitim kursları sunmak,
- Diğer Yaratıcı Gastronomi Şehirleri ile özellikle antik İpek Yolu yemek kültürünün tarihi hakkında araştırma ve veri toplayarak iş birliğine teşvik edici olmak,
- Uluslararası Gastronomi Festivali düzenleyerek deneyim ve bilgi birikimini diğer Yaratıcı Gastronomi Şehirleri ile paylaşmak gibi faydalar öngörülmektedir.

2.2 Gaziantep Mutfak Kültürü

Bütün besin gruplarını (et, tahıl, baharat, meyve ve sebzeleri) sofrada önemli ölçüde barındıran Gaziantep mutfak; dünyada ülkesinin isminden ziyade ilin adıyla ünlenen nadir mutfaklardandır. Köklü geçmişi, kültürel zenginliği, ipek yolu ve güney geçiş yolu güzergâhında bulunurluğu, iklim ve mevcut idari yapı gibi etmenler Gaziantep'in geniş profilde unsur barındıran bir mutfakın teşekkülüne sebep olmuştur (T.C. Kültür Bakanlığı, 2022). Gaziantep ili, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında en fazla coğrafi işaretlerle tescillenen gıda ürüne sahiptir. 2022 yılı itibarıyla Gaziantep coğrafi işaretli ürünler Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1: Gaziantep Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri (Türk Patent, 2022)

No	Ürün	No	Ürün	No	Ürün	No	Ürün
1	Antep Allı Yeşilli Dolma /Antep Nakışlı Dolma /Antep Yaz Dolması	21	Gaziantep Doğrama/ Antep Doğrama	40	Antep Peyniri / Gaziantep Peyniri / Antep Sıkma Peyniri	59	Gaziantep Tene Katması / Antep Tene Katması
2	Antep Baklavası	22	Gaziantep Fasulyeli Kabak Dolması	41	Antep Peynirli İrmik Helvası / Gaziantep Peynirli İrmik Helvası	60	Gaziantep Yağlı Köfte / Antep Yağlı Köfte
3	Antep Beyranı	23	Gaziantep Haveydi Köfte / Antep Haveydi Köfte	42	Antep Sumağı	61	Gaziantep Yenidünya Kebabı/Antep Yenidünya Kebabı
4	Antep Bulguru / Gaziantep Bulguru	24	Gaziantep Kabaklama/ Antep Kabaklama	43	Antep Tırnaklı Pidesi / Gaziantep Tırnaklı Pidesi / Antep Pidesi	62	Gaziantep Yeşil Zeytin Böreği
5	Antep Dolmalık Biber Kuru / Gaziantep Dolmalık Biber Kuru	25	Gaziantep Kuymağı/Antep Kuymağı	44	Antep Urmu Dut Şurubu / Gaziantep Urmu Dut Şurubu	63	Gaziantep Yoğurtlu Patates/Antep Yoğurtlu Patates
6	Antep Firiği	26	Gaziantep Küşleme Kebabı/Antep Küşleme	45	Antep Yuvarlaması / Antep Yuvalaması	64	Gaziantep Yoğurtlu Taze Fasulye/Antep Yoğurtlu Taze Fasulye

Antep Fıstığı ve Türevlerinin Gaziantep Yerel Gastronomik Kimliğindeki Yeri
The Role of Pistachios and Its Derivatives in the Local Gastronomic Identity of Gaziantep

			Kebabı				
7	Antep Fıstık Ezmesi (Antep Fıstığı Ezmesi / Gaziantep Fıstık Ezmesi)	27	Gaziantep Lebeniye Çorbası/Antep Lebeniye Çorbası	46	Antep Şiveydizi	65	Gaziantep Öz Çorba/Antep Öz Çorba
8	Antep Fıstığı	28	Gaziantep Malhıtalı Köftesi/Gaziantep Mercimekli Köftesi	47	Arabın Sarımsağı	66	Gaziantep İçli Köftesi / Antep İçli Köftesi
9	Antep Katmeri	29	Gaziantep Mumbar Dolması/ Antep Mumbar Dolması	48	Gaziantep / Antep Altı Ezmeli Kebab, Gaziantep / Antep Altı Ezmeli Kuşbaşı Kebabı, Gaziantep / Antep Altı Ezmeli Kıyma Kebabı	67	Gaziantep Şekerli Peynirli Böreği/ Antep Şekerli Peynirli Böreği
10	Antep Kurabiyesi	30	Gaziantep Nohut Dürümü/Antep Nohut Dürümü	49	Gaziantep / Antep Ekşili / Akıtmalı Ufak Köfte	68	Gaziantep/Antep Alaca Çorba
11	Antep Kuruluk Patlıcanı (Gaziantep Kuru Patlıcanı)	31	Gaziantep Oğuzeli Narı /Antep Oğuzeli Narı	50	Gaziantep Alenaziği /Antep Alenaziği	69	Gaziantep/Antep Erik Tavası
12	Antep Köy Kahvesi (Gaziantep Köy Kahvesi)	32	Gaziantep Pirpirim Aşı/Antep Pirpirim Aşı	51	Gaziantep Arap Köftesi / Antep Arap Köftesi	70	Gaziantep/Antep Firik Pilavı
13	Antep Kübban Ekmeği	33	Gaziantep Sarımsak Aşı	52	Gaziantep Buhara Pilavı / Antep Buhara Pilavı	71	Gaziantep/Antep Firikli Acur Dolması
14	Antep Lahmacunu / Gaziantep Lahmacunu	34	Gaziantep Sarımsak Kebabı	53	Gaziantep Börek Çorbası / Antep Börek Çorbası	72	Gaziantep/Antep Keme Kebabı
15	Antep Menengiç Kahvesi / Gaziantep Menengiç Kahvesi / Antep Melengiç Kahvesi / Gaziantep Melengiç Kahvesi	35	Gaziantep Sebzeli Peynirli Böreği /Antep Sebzeli Peynirli Böreği	54	Gaziantep Börk Aşı / Gaziantep Mıcırık Aşı	73	Gaziantep/Antep Maş Piyazı
16	Antep Meyan Şerbeti (Gaziantep Meyan Şerbeti, Antep Meyankökü Şerbeti)	36	Gaziantep Simit Kebabı/Antep Simit Kebabı	55	Gaziantep Çağırtlak Kebabı/ Antep Çağırtlak Kebabı / Gaziantep Cartlak Kebabı / Antep Cartlak Kebabı	74	Gaziantep/Antep Maş Çorbası
17	Antep Muskası (Gaziantep Muskası)	37	Gaziantep Sütü Zerdesi/Gaziantep Astarlı Sütü	56	Gaziantep Damat Dolması / Gaziantep Kuzu İçli Kabak Dolma	75	Gaziantep/Antep Çağla Aşı
18	Antep Pekmezi / Gaziantep Pekmezi	38	Gaziantep Süzek	57	Gaziantep Dolangel Tatlısı	76	Nizip Nanesi

			Yapması / Antep Süzek Yapması				
19	Oğuzeli Nar Ekşisi	39	İslahiye Biberi	58	Oğuzeli Kurutmalığı	77	Nizip Patlıcanı
20	Nizip Zeytinyağı						

Birçok popüler yöresel mutfak sadece tek bir besin grubuyla (Ege mutfağı- sebze yemekleri, Doğu mutfağı- et yemekleri gibi) ünlenmektedir. Gaziantep sofrası bütün besin gruplarını yoğun bir şekilde içerecek çeşitliliğe sahip olmasıyla bu tür mutfaklardan ayrılmaktadır. Gaziantep mutfak çeşitliliğine aynı zamanda sahip olduğu birçok pişirme tekniklerinin varlığı da katkı sağlamaktadır. Nitekim mutfağında; tencere, tava, kavurma, sote, fırınlama ve haşlama gibi birçok yöntem kullanılmaktadır (Sabbağ, 2015). Gaziantep mutfağında toplamda 400'ün üstünde yemek çeşidinin varlığı tespit edilmektedir (Yavuz, 2019).

2.3 Gaziantep Gastronomi Yapı ve Etkinlikleri

Yörelere mutfağın kültürlerini kayıt altına alan gastronomi müzelerinin Türkiye'deki ilk örneği Gaziantep'teki Emine Göğüş Mutfak Müzesi'dir (Yeşilyurt ve Arıca, 2018). Gastronomi müzeleri, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği ile direkt ilişkilidir. Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nde, Gaziantep geleneksel mutfağında kullanılan (ve bir zamanlar kullanılmış) araç ve gereçler teşhir edilmekte unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemekler yaşatılmaya çalışılmaktadır (Sezgin, 2018). Zamanla gastronomi konulu müzeler yeni yenilerini ilave eden şehir hem genç nesillere hem de şehri gezen turistlere geleneksel kültürü aktarmaktadır. Bunun yanında gastronomik unsurları tanıma ve tadımlama imkânı sağlamaktadırlar. Bu konseptle Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından 2019 yılında kurulan Gaziantep Fıstık Müzesi bunlardan birisidir. Gaziantep Fıstık Müzesi, geleneksel üretim yöntemlerinden teknolojik üretim yöntemlerine kadar birçok işleme aşamasını modern müzecilik anlayışı ile aktarmaktadır. Müze girişi, fıstık tanesini andırarak mimariyle mekânsal algı oluşturmaktadır. Bu suretle müze mimarisıyla müze muhteviyatı bütünlük teşkil ederek ziyaretçi ilgisini artırılması sağlanmaktadır (Ateş ve Üzüm, 2021).

Son zamanlarda turizm aracı olarak hızlı bir şekilde popülerlik kazanan öğelerden biri de festivallerdir (Olçay ve Yavuz, 2020). Festivallerin hem iç hem dış turizme önemli derecede katkı sağladığı bilinmektedir (Olçay ve Yavuz, 2020). Hjalager ve Richards'a (2002) göre gastronomi festivalleri, gastronomik kimlik gelişiminde rekreasyon ve gastronominin sentezi olarak üçüncü gelişim aşaması olan dikey gelişim aşamasında yer alan unsurlardır. Gaziantep zengin kültürünü, gastronomi festivalleriyle de yansıtmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: Gaziantep Gastronomi Etkinlikleri (Ekerim ve Tanrısever, 2020)

Festival Adı	Tema	Düzenlenme Süresi	Düzenlenme Tarihi	Festival Süresi
Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali	Antep Fıstığı	12. Kez	19-20 Ağustos	2 gün
Oğuzeli Nar ve Kültür Festivali	Nar	10. Kez	29-30 Eylül	2 Gün
İslahiye Üzüm, Biber ve Kültür Festivali	Üzüm ve Biber	-	24 Ağustos	1 Gün
Uluslararası Gastronomi Festivali ve Lezzet Şöleni	Yöresel Lezzetler	1. Kez	20-22 Eylül	3 gün

UNESCO, Gaziantep'in yaratıcı şehirler ağına katılım gerekçeleri arasında; gastronomi festivalleri ve bu festivallerin içeriğindeki yarışma, ödül, sergi, fuar ve diğer tanıtım faaliyetlerini zikretmiştir (UNESCO, 2015). Şehri hareketlendiren, ulusal ve uluslararası düzeyde markalaşmasını sağlayan bu tür etkinlikler Gaziantep'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılmasıyla daha profesyonel bir organizasyona ulaşmıştır (Erciyas ve Yılmaz, 2021).

3. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Bulguları

3.1 Amaç, Yöntem ve Model

Bu çalışma, Gaziantep ili idari sınırları içerisinde yer alan Antep fıstığı ve türevlerinin Hjalager ve Richards (2002)'in lokal (ve ulusal) gastronomik kimlik oluşumundaki konumu değerlendirmeyi amaçlamıştır. Saha çalışması esnasında her bir gelişim aşamasına ait elementler belirlenmiş ve yerinde deneyimlenmiştir. Saha ziyareti esnasında yapılan gözlem ve görüşmeler doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir süreç takip edilerek veriler elde edilmiştir. Ayrıca bu gözlem ve görüşmeler sırasında belirlenen unsurların gastronomik kimlik derinliklerinin saptanması için birincil ve ikincil kaynaklardan istifade edilmiştir (Diker ve Deniz, 2017; Köşker, vd., 2018).

Gaziantep Fıstık Müzesi'nin gastronomik kimlikteki konumu; yapı, obje, ambiyans ve uygulama açısından müze gezi gözlemleri (*method of observation*), müze görevlileri anlatımları ve geleneksel medya analizleriyle araştırılmıştır. Araştırmacıların bunlara karşı gösterdikleri fenomenolojik (eğlenme, keyif hissi, heyecanlandırma, şaşkınlık ve merak gibi duyguların) analiz (Bollo ve Dal Pozzolo, 2005; Filiz, 2010) sonuçları veri olarak kullanılmıştır.

Yerel ürünlerin tanıtılmasına katkı sağlamak amacıyla Gaziantep il ve ilçe kurumların (valilik, kaymakamlık, sanayi ve ticaret odaları) logolarında kullandıkları fıstık figürleri Başarangel'in (2021a) logolarında kullandıkları simgelerin doğal, kültürel, tarihi ve temel değerler açısından yansıtılma çalışma yöntemine göre analiz edilmiştir. Ayrıca müze bina giriş mimarisi Başarangel'in (2021b) şehirlerin markalaşmasında sembollerin şehir pazarlaması açısından önemi çalışmasındaki yöntemi kullanılmıştır.

Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali'nin Gaziantep gastronomik kimlik yeri belirlenmesi için Yavuz'un (2019) destinasyon pazarlamasında festivallerin yararları konulu çalışmasından yararlanılmıştır. Söz konusu unsurların tanıtım ve markalaşma çabaları amacıyla yapılan geleneksel ve sosyal medya araçları analiz edilmiştir (Albayrak, vd., 2017; Öztekin, 2015; Seyitoğlu ve Alphan 2021).

3.2 Bulgu ve Tartışmalar

Gastronomik kimlik, yöreyi diğer yörelerden ayıran yörenin kendine has yeme alışkanlık ve bileşenleri oluşturan öğelerin toplamı için kullanılmaktadır (Diker & Deniz, 2017). Gastronomik kimlik gelişim aşamalarını Hjalager ve Richards (2002) dört aşamada sınıflandırmaktadır. Bu çalışmada Antep fıstığı ve türevlerinin bu dört aşamaya göre Gaziantep ili gastronomik kimlikteki yerine göre tasnifi yapılmıştır.

Yerel Gelişim Aşaması: Yöreye ait yiyecek ve içeceklerin hiçbir işlem görmeksizin direkt turizmde kullanıldığı aşamadır (Nebioğlu, 2017). Gaziantep yöresi, Antep fıstığına ait bu aşamada birçok unsuru barındırmaktadır. Antep fıstığı ürün niteliğine göre olgunlaşma seviyelerine göre hasat edilmektedir. Olgunlaşmanın ilk aşamasında; baklavacı ve kadayıfçıların tercih ettiği kuşgözü diye tanımlanan yeşil renkli fıstık hasat edilmektedir. Orta olgunlaşma seviyesinde ağaç altı denen erken olgunlaşmış ağaçtan yere düşen ağızları çatlak fıstık elde edilmektedir (T.C. Kültür Bakanlığı, 2022). Yöreye ait bu aşamada yer alan bazı ürün çeşitleri;

- taze dış kabuklu fıstık,
- dış kabuklu fıstık,
- kabuklu fıstık,
- kavrulmuş tuzlu fıstık,
- ana çatlak ayıklanmış kavrulmuş tuzlu fıstık,
- iç fıstık,
- soyulmuş (tane zarı) fıstık,

- öğütülmüş fıstık şeklindedir.

Ekonomik değer ve çok yönlü kullanımı fıstığın ulusal medyada yeşil altın olarak anılmasını sağlamıştır (Gaziantep Ticaret Odası, 2013a, 2013b, 2013c, 2013d).

Yatay Gelişim Aşaması: Yerel gastronomik gelişim aşamasındaki varlıkların geleneksel teknik ve yöntemlerle işlendikten sonra sunulduğu aşamadır (Nebioğlu, 2017). Yöreyle ait yemek ve ürünlerin belli bir kalite ve standarda göre modernize edilerek destinasyon aracılığıyla turizme kazandırılması bu aşamanın bir yansımasıdır (Çırak, 2020). Fıstığa dair Gaziantep mutfağında yatay gelişim aşamasına ait birçok unsur mevcuttur. Fıstıklı baklava, fıstıklı kadayıf, fıstıklı katmer, fıstık ezmesi gibi öğeler fıstığın, Gaziantep'in diğer yemek ve ürünleriyle bütünleştiği bu gelişim aşamasına ait örnekler olarak gösterilebilir. Fıstığın ana bileşen olduğu baklava Gaziantep'in şehir sembolleri arasında yer almaktadır (Köşer, vd., 2019).

Dikey Gelişim Aşaması: Lokal yiyecek ve içeceklerin bir başka turizm ürün ve/veya faaliyetiyle birleşip bütünleştiği aşamadır (Nebioğlu, 2017). Yiyeceklerin seyahat ile bütünleştiği gastronomi rotaları, rekreasyon ile bütünleştiği gastronomi festivalleri ve kültürel varlık ile bütünleştiği gastronomi müzeleri bu aşamanın en belirgin örnekleri olarak kabul edilmektedirler (Hjalager ve Richards, 2002). Gaziantep yöresi bu aşamaya ait Antep fıstık konulu birçok varlığı barındırmaktadır. Gaziantep yerel gastronomik kimlik aşamalarında fıstığa dair öğelerden en önemlisi Gaziantep Fıstık Müzesi ve Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali'dir.

- **Gaziantep Fıstık Müzesi:** Müzeler, yöre halkına yerel kültürü en etkili aktaran araç olmanın yanında iç ve dış turistlere bu kültürü öğretme ve deneyimleme olanağı sağlamaktadır. Kültürel varlıkların gelişmesi, toplumun modernleşme ve sosyalleşmesine vasıta olmaktadır (Mankan, 2017). Somut olmayan kültürel varlıklardan birisi lokal gastronomidir (Çapar ve Yenipınar, 2016). Gastronomi temalı dünyada 150'den fazla, ülkemizde ise 8 adet müze bulunmaktadır (Mankan, 2017). Ülkemizde kurulan ilk gastronomi müzesi Gaziantep ilindeki Emine Göğüş Mutfak Müzesi'dir (Sezgin, 2018). Gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler listesinde yer almanın oluşturduğu atmosfer ve motivasyonla ikinci gastronomi müzesi 2018 yılında Gaziantep Fıstık Müzesi, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi tarafından kurulmuştur (Yurtman, 2021). Gaziantep'in tarım, ekonomi, mutfak, bayram ve eğlence gibi birçok yerinde kullanılan Antep fıstığını konu alması mahiyetinde müze, somut olmayan mirasın korunmasına da önemli katkı sağlamaktadır. Müzede Antep fıstığının geleneksel ve teknolojik yöntemlerle aşılama, budama, ilaçlama, toplama, işleme gibi aşamaları görsel, animasyon ve materyallerle modern müzecilik anlayışıyla sunulmaktadır (Ateş ve Üzümlü, 2021). Gaziantep Fıstık Müzesi; dünyanın ilk ve tek fıstık müzesi olarak ziyaretçilere hizmet sunmaktadır. Bu niteliğin sloganlaştırılmasıyla yerel, bölgesel ve ulusal birçok medya aracında yer edinmiştir (TRT Haber, 2020; Habertürk, 2018; Gaziantep Güneş, 2018). Gaziantep Antep Fıstığı Araştırma Enstitüsünün yerleşkesindeki fıstık bahçesinde kurulmuş olması tarım alanıyla kombine müze olma özelliğiyle önemli bir anlam taşımaktadır (Ateş ve Üzümlü, 2021). Bunun yanında Gaziantep Fıstık Müze yapısı soyulmuş tane Antep fıstık şeklinde tasarlanmıştır (Şekil 1).



(a) Müze Girişi (Anonim, 2022)

(b) Müze Girişi

Şekil 1: Müze Giriş Kapısı

Müze yapısının fıstık şeklinde inşa edilmesi mekânsal algı ile içerikle bütünlüğü sağlamakta ve ziyaretçilerin dikkatini yoğunlaştırmaktadır. Semboller; şehrin tanıtımı ve bilinirliğinin artırılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda şehir ve şehre ait ürünlerin markalaşması için önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Şehirlerin tanıtım ve pazarlamasında ürün sembol ve sembolik yapılar kullanılmaktadırlar. Şehirler bu sembollerden daha fazla turist çekmek için yararlanarak hem şehir ekonomisine hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaktadırlar (Ateş ve Üzüm, 2021). Her ne kadar gastronomi müzeleri gastronomi kimlik gelişim aşamalarında dikey gelişim aşamada yer alıyor olsa da Gaziantep Fıstık müzesi sahip olduğu yapı ve mimarisiyle sembolik anlamlarından dolayı çapraz (köşegen) gelişim aşamasına ait bir öge olarak kabul edilir. Avcı'ya (2021) göre Gaziantep Fıstık Müzesi, Gaziantep'te kültürel belleğin müzeye dönüşümün önemli bir örneğidir. Müze bahçesindeki Antep fıstığı ağaçları ziyaretçilerin mekân girişine bir girizgâh oluşturmaktadırlar. Ziyaretçiler müze içerisinde taze fıstığa dokunma (hasat döneminde) ve ürünleri tatma imkânına ulaşmaktadırlar. Ayrıca müzede Antep fıstığıyla ilgili teknik ve kültürel bilgilerin yer aldığı görsel, dijital ve uygulamalar mevcuttur. Müze; obje ve animasyon zenginliğiyle ziyaretçilere doyurucu vakit geçirme olanağı sağlamaktadır. Müzenin Fıstık Parkında kurulmuş olması ve ayrıca bulunduğu yerleşke içerisinde Fıstık Kafe ve Fıstık Restoran gibi çeşitli yapılarla fıstık odaklı kesif bir kompleks oluşturmaktadır. Müze bu yapıların kombinasyonu ile sıra dışı bir ambiyans oluşturmaktadır.

- **Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali:** Festivaller; tarihi önceden belirlenmiş, geleneksel olarak devamlılığı sağlanan simgesel öge ve etkinlikler barındıran organizasyonlardır (Olçay ve Yavuz, 2020). Yöreyle ait gastronomik unsurların ön planda tutularak planlanan gastronomi festivalleri, yemek kültür mirasının korunması ve yaşatılması açısından da farkındalık oluşturmaktadır. Bu mahiyetiyle son zamanlarda gastronomi festivalleri turizm pazarlama aracı olarak yerini almaktadır (Çetin, vd., 2019). Turist çekicilik unsuru olarak festivaller, destinasyonların tanıtım ve markalaşmasını sağlamada, bölgenin kalkınmasında ve gelişmesinde önemli roller oynamaktadırlar (Keskin, 2021). Cömert ve Çetin'e (2017) göre gastronomi festivalleri; turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği, yerel yiyecek işletmeleri güçlendirmesi, gıda ve biyolojik çeşitliliğin muhafazasının sağlanması gibi işlevleri söz konusudur. Daha önce Gaziantep Altın Fıstık Festivali olarak gerçekleştirilen festival son yıllarda daha profesyonel ve kapsamlı olarak Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali olarak gerçekleştirilmektedir (Bucak ve Aracı, 2013; Yavuz, 2019). İlk kez 2006 yılında yapılmaya başlayan festival genellikle ürün hasat dönemine tekabül eden yılın dokuzuncu ayında düzenlenmektedir. Festival, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde valilik, ilçe belediyeleri, kaymakamlıklar, Gaziantep Sanayi Odası, Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep Ticaret Borsası ve Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri iş birliğiyle organize edilmektedir. Yıllara göre etkinliklerde değişiklikler gösterse de festival içeriğinde genellikle; popüler sanatçı konserleri, yürüyüşler, animasyonlar, fotoğraf sergileri, tiyatro gösterileri, modern ve geleneksel danslar, söyleyişler, gösteriler, ürün satış stantları, tadımlar, yarışmalar, toplantılar ve fıstık tanıtım faaliyetleri yer almaktadır. Aşkın'a (2015) göre Gaziantep'te gerçekleştirilen Altın Fıstık Festivali'nin bölgeye ekonomik getirisinin önemi büyüktür.

Köşegen (Çapraz) Gelişim Aşaması: Gastronomik kimlik gelişim aşamasının en üst seviyesidir. Köşegen aşamasında gastronomik ürünlerin kendilerini sürekli yenileyip geliştirebilecekleri eğitim, kurs ve inovasyon merkezleri kurulmaktadır. Bu çabalarla öğelerin ulusal/uluslararası boyutta markalaşmaları sağlanmaktadır (Nebioğlu, 2017). Ürünlerin markalaşmasına katkı oluşturacak sistematik tanıtım araçları bu aşamanın unsurları olarak değerlendirilmektedir. Şehrin tanıtılmasına katkı sağlayan öğeler arasında logo ve simge şehir heykelleri yer almaktadır.

- **Fıstık Figürü İçeren Logolar:** Destinasyon markası olma sürecinde kentin tarihi, kültürel, turistik ve doğal çekiciliklerini yansıtmaları açısından kentin logoları önem taşımaktadır (Başarangel, 2021a). Araştırma kapsamında Gaziantep ili kurumların (Valilik, Büyük Şehir Belediyesi, Ticaret

Odası, Sanayi Odası, 9 ilçe kaymakamlığı ve belediyesi) kurum logoları analiz edilmiştir. Fıstığa ait herhangi bir obje ihtiva eden beş kurum logosu tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3: Gaziantep İli Fıstık Figürü İçeren Kurum Logo Analizi

Kurum	Logo	Anlamı
Gaziantep Ticaret Odası		Logonun temelini oluşturan Zeytin dalı (yöre tarım ürünü), dişli (ilin sanayisine vurgu), Antep fıstığı ve G, T, O harfleri kurumun duruşunu yansıtmaktadır (Gaziantep Ticaret Odası, 2022).
Karkamış Belediyesi		Logoda kullanılan Antep fıstığı figürünün yanı sıra seçilen hâkim renginde ürüne nispet edilen fıstık yeşili olması ürüne dikkati pekiştirmektedir.
Yavuzeli Belediyesi		Logoda, Antep fıstık taneleri zeytin dalını andıran Rumkale ve Merzimen Çayını çevreleyen şekilde kullanılmıştır.
Nizip Belediyesi		Logoda, Antep fıstığı yörenin diğer önemli geçim ürünü olan zeytin ağacıyla bütünleştirilmiş şekil şehrin diğer önemli turizm öğeleriyle birlikte verilmiştir.
Yavuzeli Kaymakamlığı		Logoda, Antep fıstık gülün dudak oluşturacak bir çizgiye monte edilmiş ilçenin su zenginliğine vurgu yapması için bir su kütlesi üzerine konumlandırılmıştır.

Antep fıstığı şehrin UNESCO yaratıcı şehirler logosunda da yerini almıştır. Program için farklı renkler hem şehrin isminin baş harfi olan hem de gastronomi kenti olduğunu vurgulayacak "G" harfleri logoları tasarlanmıştır (Şekil 2).



Şekil 2: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Gaziantep Logoları (Köşer, vd., 2019)

Logoda kullanılan her bir renk yöreye ait farklı değerleri ifade etmesi gerekçesiyle tercih edilmiştir. Antep fıstığı da bu dokuz tasarımdan en alt sağda yere alan fıstık yeşiliyle kendine yer bulmuştur. Ana logoda ise Antep fıstığı, baklava ve kebabı çağrıştırmaları için sarı ve turuncu tonları kullanılmıştır. Logolardaki geometrik poligonal yapı ise, farklı şekillerde dilimlenerek sunulan baklavayı anımsatmaktadır. Ayrıca kentin gastronomi alanında dünyanın yaratıcı şehirler ağına dahil edilen bir gastronomi kenti olduğu göstermek için UNESCO logosu ilave edilmiştir (Köşer, vd., 2019).

- **Fıstık Heykel ve Anıtları:** Heykel ve anıtlar; tarihi yapı, arkeolojik alan, kültürel ve mimari eserler gibi yöreye turist çeken kültürel turizm motivasyon araçlarıdır (Okuyucu, 2020). Gaziantep şehrinde yöresel unsurları tanıtan ve markalaştıran onlarca heykel ve anıt mevcuttur. Bu heykellerden üçü [ikisi merkezde (Şekil. 2.a - Şekil. 2.b) biri Nizip ilçesinde (Şekil. 2.c) bulunmaktadır] fıstık figürü içermektedir.



(a)

(b)



(c)

Şekil 3: Gaziantep'teki Fıstık Anıtları (Haber Üsküdar, 2021; Kent Platform, 2022)

Bu heykeller buldukları yerleşimin merkezlerinde yerleştirilmiştir. Bu şekilde insan sirkülasyonunun yoğun olduğu yerlerde konumlandırılmaları sağlanmıştır. İldeki Fıstık anıtları, mekânsal algı oluşturmada da şehir sembelleri arasında yer almaktadırlar.

4. Sonuç

Antep fıstığı, Gaziantep yerel gastronomik kimliğin teşekkülünde eşsiz bir yere sahiptir. Bu mahiyetiyle Gaziantep lokal gastronomik kimlikte Antep fıstığı ve türevlerinin izi sürülemeyecek derinlikte taklidi olanaksız komplekslikte bir birikime ulaşmıştır. Gaziantep gastronomik kimliğinin her aşamasında (yerel, yatay, dikey ve çapraz gelişim aşamaları) fıstık ve/veya türevine dair birçok unsur barındırmaktadır. Bu çalışmada, Gaziantep'in gastronomik kimlik aşamalarında fıstık ve türevlerinin yeri belirlenmiştir. Çarşı, mağaza ve pazar gibi yerlerde çerezlik olarak pazarlanan fıstık ve çeşitleri bu haliyle gastronomik kimlik oluşumunda yerel gelişim aşamasında yer almaktadır. Yöreyle özgü niteliklere göre hazırlanan baklava, kadayıf, katmer ve ezme gibi mamuller ise yatay gelişim aşama unsurlarıdır. Yiyecek ve içeceklerin farklı bir turizm faaliyetiyle (kültürel varlık ve rekreasyon gibi) bütünleştirildiği Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali ve Gaziantep Fıstık Müzesi fıstığın dikey gelişim aşamasına ulaşmış öğelerdir. Gaziantep yöresi gastronomik kimliğinde en üst gelişim aşaması olan köşegen gelişim aşamasına ait varlıklara da sahiptir. Markalaşma adına yapılan fıstık heykelleri, idari yapı amblemleri, tanıtım broşür, bülten ve kitapları, medya haber ve belgeselleri bu aşamada yer alan öğelerdir. Fıstık yetiştiriciliği ve fıstıktan üretilen ürünlerin yeni nesillere aktarılması için yapılan kurs ve eğitimler ile bu tür varlıkların sürdürülebilirliği sağlanmakta inovasyonlara açık bir yapı kazandırılmaktadır. Yöreyle bu denli özdeşleşmiş fıstığın yöreye daha fazla ekonomik kazanç yolları araştırılmalıdır. Son yıllarda popüler hale gelen gastronomi rotalarına fıstık ve türevlerinin dahil edilmesi ekonomik değeri artıracaktır.

Kaynaklar

- Akbulut, B. A., & Yazıcıoğlu, İ. (2020). Destinasyon Markası Oluşumunda Gastronomik Kimlik ve İmaj: Konya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), s.100-120.
- Albayrak, M., Topal, K., & Altıntaş, V. (2017). Sosyal Medya Üzerinde Veri Analizi: Twitter. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), s.1991-1998.
- Aşkın, S. (2015). Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü (Ed: Yıldırım, Y. R.) 4. Gaziantep İlinin Ekonomik Kalkınma ve Verimliliğine Turizm Sektörünün Etkisi, Adıyaman Üniversitesi Yayınlar, s.150-162.
- Ateş, H. H. & Üzüm, İ. (2021). Toplumsal Mirasın Aktarılmasında Müzelerin Rolü Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'ne Bağlı Müzeler Üzerine Bir Değerlendirme. *International University Museums Association Platform Journal of Cultural Heritage UNIMUSEUM*, 4 (2), s.82-95.
- Avcı, C., (2021). *Fıstık Müzesi: Gaziantep'te Kültürel Belleğin Müzeye Dönüşümü*. International Symposium on Current Developments in Science, Technology and Social Sciences. April 12-13, 2021, Gaziantep University, Nizip Faculty of Education, Gaziantep.
- Aydin, E. (2015). *Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Başarangil, İ. (2021a). The Importance of Logos in Destination Branding: Case of Kırklareli Province. 5. Uluslararası Turizm Kongresi. 15-17 Ekim 2021 Balıkesir.
- Başarangil, İ. (2021b). *The Importance of Symbols in Branding of Cities: An Evaluation in Terms of City Marketing*. 5. Uluslararası Turizm Kongresi. 15-17 Ekim 2021 Balıkesir.
- Bollo, A. & Dal Pozzolo, L. (2005). *Analysis of Visitor Behaviour Inside the Museum: An Empirical Study*. In Proc. 8th Int. Conf. Arts and Cultural Management, Montreal.

- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), s.203-216.
- Cömert, M., & Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), s.100-115.
- Çavuş, A., Işık, M. F., & Yalçın, C. (2018). Gastronomi Turizmi Çekiciliği Açısından Zigana Yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 3), s.3071-3085.
- Çavuşoğlu, M., & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), s.637-651.
- Çimen, H. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Ardahan Mutfağının Önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (32), s.307-315.
- Çirak, K. (2020). *Yerel Halkın Gastronomi İmajı ve Yenilik Korkusu Algılarının Etnik Yiyecek ve Destinasyonda Yerel Yiyecek Tüketim Niyetine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dağ, T., & Keskin, E. (2021). Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), s.2630-2652.
- Dağdelen, Ş., & Pamukçu, H. (2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep ve. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), s.341-365.
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., ... & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), s.131-146.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), s.29-34.
- Diker, O., & Deniz, T. (2017). Kars Kültürel ve Gastonomik Kimliğinde Kaz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38), s.189-204.
- Ekerim, F., & Tanrısever, C. (2020). Türkiye Gastronomi Festivalleri ve Haritalandırılması (Gastronomy Festivals and Their). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), s.2277-2297.
- Erbil, K. (2019). *Kültürel kimlik bağlamında Sakarya mutfağı: Abhaz mutfağı incelemesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Erşahin, E., & Kızılırmak, İ. (2019). Gastronomi Turlarına Katılan Turistlerin Memnuniyet Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), s.2466-2480.
- Ertürk, Y. E., Geçer, M. K., Gülsoy, E., & Yalçın, S. (2015). Antepfıstığı Üretimi ve Pazarlaması. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), s.43-62.
- Filiz, N. (2010). *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Müze Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Gaziantep Güneş, (2018). Büyükşehir, Dünyanın İlk ve Tek Fıstık Müzesi'ni. Açıyor. <https://www.gaziantepgunes.com/haber/7162046/buyuksehir-dunyanin-ilk-ve-tek-fistik-muzesini-aciyor> (Erişim Tarihi: 29.03.2022).

- Gaziantep Ticaret Odası, (2013a). Yeşil Altın (Antep Fıstığı Tanıtım Derneği Filmi Bölüm: 1). <https://www.youtube.com/watch?v=pTjDTpVTCPg> (Erişim Tarihi: 26.03.2022).
- Gaziantep Ticaret Odası, (2013b). Yeşil Altın (Antep Fıstığı Tanıtım Derneği Filmi Bölüm: 2). <https://www.youtube.com/watch?v=BcCju00xeNQ> (Erişim Tarihi: 26.03.2022).
- Gaziantep Ticaret Odası, (2013c). Yeşil Altın (Antep Fıstığı Tanıtım Derneği Filmi Bölüm:3). <https://www.youtube.com/watch?v=kSLy2XrICzo> (Erişim Tarihi: 26.03.2022).
- Gaziantep Ticaret Odası, (2013d). Yeşil Altın (Antep Fıstığı Tanıtım Derneği Filmi Bölüm: 4). <https://www.youtube.com/watch?v=tXJHqH9qPf4> (Erişim Tarihi: 26.03.2022).
- Gaziantep Ticaret Odası, (2022). Kurumsal Kimlik. <https://www.gto.org.tr/tr/genel-sayfa/kurumsal/kurumsal-kimlik-27.html> (Erişim Tarihi: 26.03.2022).
- Gürsoy, Y. (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(51). s.1296-1304
- Haber Üsküdar, (2021). Şehirlerde Simge Heykel Modası. <https://haberuskudar.com/sehirlerde-simge-heykel-modasi> (Erişim Tarihi: 18.03.2022).
- Haberturk, (2018). Dünyanın İlk ve Tek Fıstık Müzesi Gaziantep'te Açıldı. <https://www.haberturk.com/dunyanin-ilk-ve-tek-fistik-muzesi-gaziantep-te-acildi-2151526-ekonomi> (Erişim Tarihi: 18.03.2022).
- Harrington, R. J. (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of culinary science & technology*, 4(2-3), s.129-152.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.
- Kargiglioğlu, Ş. (2015). *Gaziantep'te Gastronomi Turizmi: Gaziantep'te Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kent Platform, (2022). Yöresel Temalı Nizip Şehir Anıtı. <https://www.kentform.com/yoresel-temali-nizip-kent-aniti.html> (Erişim Tarihi: 16.03.2022).
- Keskin, E. (2021). Gastronomi Festivalleri. Özgür Yayla, Hakan Çetiner (Ed.), *Turizm Alanında Güncel Konular ve Yaklaşımlar içinde*, Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları, s.29-40
- Keskin, E., & Dağ, T. (2020). Identity of Cheese: A Research on The Cheeses of the Aegean Region in Turkey. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), s.1-9.
- Kılıçhan, R., & Köşker, H. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), s.102-115.
- Köşker, H., Albuz, N., Ercan F., (2019). Türkiye'de Turistik Talebin En Fazla Olduğu 10 Kentin Marka Kimlikleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), s.348-365.
- Köşker, H., Ercan, F., & Albuz, N. (2018). Osmanlı Çileği'nin Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), s.1236-1269.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'ki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4). s.641-654
- Nebioğlu, O. (2017). Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Okuyucu, A. (2020). Bilecik Şehrinde Kültürel Turizmin Gelişmesinde Etkili Olacak Fırsatlar ve Güçlükler Hakkında Yerel Halkın Görüşleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(1), s.73-86.

- Ören, T. Ş., Arman, A., & Erdem, Ö. (2021). Anadolu Mutfak Kültüründe Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Bulgur ve Bulgur Yemekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), s.1961-1981.
- Özbay, G. (2020). Ulusal ve Uluslararası Platformda Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit (Simit as. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), s.670-683.
- Özbay, G., Semint, C., & Semint, S. (2020). Ardahan Gastronomik Yapısı İçinde Bir Kış Lezzeti: Ardahan Kazı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), s.675-684.
- Özkan, F. (2019). *Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomik kimlik oluşturmada etkisi: Afyonkarahisar örneği* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Özkaya, F. D., & Kaya, Ü. C. (2021). Gastronomi Turizmi Tanıtım Modeli Açısından Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Özel Sayı: 5, s.250-260.
- Özmen, N., & Eren, M. (2020). Safranbolu'da Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Econder International Academic Journal*, 4(1), s.142-168.
- Öztekin, H. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği. *Journal of International Social Research*, 8(38). s.925-936
- Paslı, M. M. (2021). Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Giresun İli Örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), s.93-99.
- Saçılık, M. Y., Çevik, S., & Toptaş, A. (2018). Geçmişin Mutfağından Gelecekteki Sofralara: Bandırma-Erdek Yöresinin Gastronomik Mirası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), s.300-319.
- Seyitoğlu, F., & Alphan, E. (2021). Gastronomy Tourism Through Tea and Coffee: Travellers' Museum Experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 15 (3), s.413-427.
- Sezgin, A. C. (2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Gastronomi Müzelerinin Değerlendirilmesi. *İnsan, Toplum ve Spor Bilimleri Araştırma Örnekleri*, s.215-233.
- Suna, B., & Alvarez, M. D. (2019). Gastronomic Identity of Gaziantep: Perceptions of Tourists and Residents. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 7(2), s.167-187.
- Şen N., Ş., & Silahşör, Y. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), s.414-429.
- T.C. Kültür Bakanlığı, (2022). Gastronomi, Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-149194/gastronomi.html> (Erişim Tarihi: 14.03.2022).
- TRT Haber, (2020). Dünyanın İlk ve Tek Fıstık Müzesi Gaziantep'te. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/dunyanin-ilk-ve-tek-fistik-muzesi-gaziantep-te-534202.html> (Erişim Tarihi: 28.03.2022).
- Turan, N. (2015). *Cumhuriyet Döneminde Gaziantep Ekonomisinin Türkiye ve Ortadoğu Açısından Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu ve İslam Ülkeleri Araştırmaları Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tüfekci, Ö. K., Kalkan, G., & Tüfekci, N. (2016). Eğirdir Destinasyonunun Marka Kimlik Unsurlarının İncelenmesi: Gastronomi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special Issue1 s.200-214.
- Türk Patent Enstitüsü, (2022). Gaziantep Coğrafi İşaretli Ürünler. Erişim Linki: <https://ci.turkpatent.gov.tr/coGRAFI-isaretler/liste?il=27> (Erişim Tarihi: 16.03.2022).
- UNESCO, (2015). Creative Cities Network, Gaziantep, Gastronomy. <https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep> (Erişim Tarihi: 06.03.2022).

- Yariş, A. (2014). *Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin.
- Yavuz, C. (2019). *Festivallerin, Destinasyon Pazarlamasına Olan Yararları: 10. Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Yeşilyurt, H., & Arca, R. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), s.60-70.
- Yurtman, S. (2021). Belediyelerin Turizm Hizmetlerine Yönelik Yerel Halkın Memnuniyet Düzeyi: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(1), s.33-40.
- Zengin, B., Uyar, H., & Erkol, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Ulusal Turizm Kongresi*, s.511, 524.