

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: TÜRKİYE'DEKİ GASTRONOMİ MÜZELERİ ÖRNEĞİ**
*Sustainability of Culinary Culture in the Context of Cultural Heritage: An Example for Gastronomy
Museums in Turkey*

* Hilal AĞCAKAYA
** İpek İttr CAN



ÖZET

Gastronomi müzeleri somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak için önemli bir unsur olarak görülmektedir. Durum değerlendirme derlemesi niteliği taşıyan bu çalışmanın amacı, tüm dünyada alanı genişleyen ve büyük bir talebe sahip olan gastronomi müzelerinin sürdürülebilir turizm faaliyeti olarak değerlendirilmesine yönelik bir bakış açısı sunmaktır. Çalışmada, gastronomi turizmi ve Türkiye mutfak kültürü hakkında literatür taraması yapılarak Türkiye'deki gastronomi müzelerinin sürdürülebilirlik olgusuna katkısının olup olmadığı sorusunun yanıtı aranmıştır. Gastronomi turizmi, son yıllarda yalnızca yeni tatlar tatmak için seyahat etmenin ötesine geçerek kendini çeşitlendirmiştir. Bu çeşitlendirmenin ürünlerinden biri de, gastronomi müzeleridir. 2019 itibariyle Türkiye'de on iki gastronomi müzesi bulunmaktadır. Gastronomi müzelerinin "UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras" kapsamında ele alınması; sürdürülebilirliğe, ülke imajına ve ekonomisine sağladıkları katkıların farkına varılması gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada, gastronomi müzelerinin tanıtım-pazarlama faaliyetlerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

doi.org/10.32958/gastoria.582778

Yazar Bilgileri

ORCID:

* 0000-0002-6540-2057

**0000-0003-4793-7151

Email:

* hilal.agcakaya@nisantasi.edu.tr

** ipek.can@nisantasi.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Gastronomi Müzeleri, Sürdürülebilirlik, Mutfak Kültürü, Kültürel Miras.

ABSTRACT

Gastronomy museums are seen as an important element to ensure the sustainability of intangible cultural heritage. The aim of this study, which is a case study review is to bring a new perspective on evaluation of the gastronomy museums, which expanding its area in the world and having a large demand, as a sustainable tourism activity. In this study, a literature review about gastronomy tourism and Turkey's culinary culture was conducted, and the question of whether the gastronomy museums in Turkey contributed to the sustainability phenomenon was sought. Gastronomic tourism has diversified itself in recent years by going beyond just traveling to taste new tastes. By the year 2019, there are twelve gastronomy museums in Turkey. It is thought that gastronomy museums should be considered within the scope of "UNESCO Intangible Cultural Heritage" and the contribution of gastronomy museums to sustainability, the image of the country and the economy should be realized. Therefore, in this study, suggestions for promotion and marketing activities of gastronomy museums were developed.

Keywords: Gastronomy Tourism, Gastronomy Museums, Sustainability, Culinary Culture, Cultural Heritage.



GİRİŞ

Yunancada “gastro” mide ve “nomos” kural, yasa veya düzenleme şeklinde ifade edilen gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevre, bilim ve tıp bilimleri gibi farklı bilim dallarıyla etkileşim içindedir. Yeme içme ile alakalı bütün kuralları ifade eden gastronomi; kültür, tarih, kabiliyet ve tecrübe ile birleştirilmiştir. Gastronomi kelimesi yerli ürünler, kültür, yaşam şekli ve devamlı olan değerler olarak da ifade edilmektedir. Bu sebeple, gastronomi kelimesi gelenek, sağlıklı yaşam biçimi, benzersizlik, devam edilebilirlik ve tecrübe gibi bütün geleneksel değerleri kapsamaktadır. Gıda ürünlerinin nerede, ne şekilde, ne kadar ve ne ile birlikte yenilip içileceğiyle ilgili öneri ve rehber şeklinde ifade edilen gastronomi alanı insanlar içindir. Bir başka ifadeye göre, gastronomi; yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme zaman aralığından başlayarak tüm niteliklerinin incelikli bir şekilde tanımlanarak uygulanıyor olması ve gelişim göstererek günümüzdeki modern yaşama uyum göstermesi sağlanmaktadır (Akgöl, 2012). Özetle gastronomi; yiyecek ve içeceklerde kullanılan materyallerin ne şekilde kullanılması gerektiğini ifade eden, çeşitli mutfak kültürleri kapsamındaki benzerlikleri ve çeşitlilikleri meydana getiren, bir yemekten alınan tadı en üst safhalara çıkartan ve tarih, kültür ve yemeği bir arada sunmayı hedefleyen bir bilim dalıdır (Üner, 2014).

Gastronomi sadece kültürel bir tercih sebebi ögesi değildir bir yandan da çeşitli kültürel ürünleri bütünleştiren bir yapıdır. Bu bütünleştirici özelliklerle de devam eden turizmde önemli bir yer edinmektedir. Yerli ekonomi konusunda kar elde edilmesini sağlamanın yanında yerel tüketimi de yükselten gastronomi, destinasyonlar için yerel mutfağın sembolik bir ögesi haline gelmiştir ve sağlamış olduğu faydalar ışığında destinasyonlara rekabet konusunda avantaj sağladığı görülmektedir. Destinasyonun mutfak ile alakalı olarak mirasının turizm şeklinde kabul ediliyor olması oldukça önem arz etmektedir; çünkü bu sayede kaliteli yiyecek ve içeceği turizmin bir parçası haline çevirerek turistlerin tecrübelerine ve beğenisine sunma imkânına erişilebilmektedir. Bu turizm materyaline yapılmış olan harcama, yöre halkı ve bölge ekonomisine fayda sağlayarak bölgede çarpan etkisi meydana getirmektedir (Correia vd., 2008). Yeme-içme aktivitelerinin zorunlu bir ihtiyaç haline gelmesi ve turistlerin seyahat zaman aralıklarının her dakikasından zevk alma arzusu gastronomi değerlerini turizm tecrübelerinin bir parçası haline getirmiştir (Deveci vd., 2013). Bu gastronomik değer durumlarının bir takım turistler için son derece önem taşıması ve hatta seyahat tercihlerinin esas nedeni haline gelmesi, gastronomi turizminin meydana gelmesine ortam sağlamaktadır. Hall ve arkadaşları (2003) gastronomi turizmini aşağıdaki maddelerle ifade etmiştir:

- Yerel kültürü yansıttığı ve turistler tarafından tüketim içinde olduğu,
- Bölge turizminin anlatılması noktasında bir araç görevi gördüğü,
- Bölgede yapılan tarımsal ve ekonomik etkinlikler ile ilgili fikir verdiği rekabetçi hedef pazarlaması noktasında öneminin büyük olduğu,
- Belirli seçimler ve tüketim öğeleri olan turistler aracılığı ile bir ürün ve servis modeli şeklinde tanımlamıştır.

Son zamanlarda dünya genelinde yeme-içme kültürüne verilmiş olan önem ve ilginin yükselmesi ile birlikte kültürel popülerliğin esas etkenini meydana getiren gastronomik miras kelimesi, ülkelerin kültürel değerleri içeriğinde analiz edilmektedir. Bu çalışmanın amacı, toplumun kültürel değerlerinden sayılan gastronominin, korunma ve gelecek kuşaklara aktarılma yönünden sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkilendirilmesidir. Bu ilişki,



gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğini somutlaştıran gastronomi müzeleri örneği ile desteklenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültürel Miras ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Latincede sürmek, ekip biçmek, ekin anlamlarına gelen “colere” sözcüğünden türeyen ve Aydınlanma Çağı'ndan (18.yy) önce ağırlıklı olarak bu anlamda kullanılan kültür kavramı, Fransız yazar ve filozof olan Voltaire (François Marie Arouet) sayesinde önemli bir gelişim kat etmiştir. Voltaire, “culture” sözcüğünü ilk defa ekinde farklı bir anlamda kullanarak literatüre katmıştır. Tanımı ise “insan zekâsının oluşumu, gelişimi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi” şeklindedir. Öyle ki, Voltaire'in tanımından sonra kültür tanımı Almancaya geçmiş (cultur), 1793 tarihli bir Almanca Sözlükte yer almış ve oradan da dünyaya yayılmıştır (Akgül, 2006, s. 6). 19. Yüzyıla gelindiğinde, dönemin önde gelen filozof ve ekonomistlerinden olan Karl Marx, kültür tanımının kapsamını genişletmiş ve “doğanın yarattıklarına karşılık insanoğlunun yarattığı her şeydir” demiştir (Gökçe, 2019). 20. Yüzyılda yine Voltaire, kültüre dair önemli bir betimleme geliştirmiştir. Le Petit Robert Sözlüğünde de yayınlanan bu tanım “aklın (zihnin ve ruhun) bazı fakültelerinin (yetenek birimlerinin) amaca elverişli düşünsel çalışma ve pratiklerle geliştirilmesidir” şeklindedir (Ören, 1999; Güvenç, Özkalp ve Zıllıoğlu, 1986, s. 2).

Genel itibari ile toplumların paylaştığı ortak değerler kümesi olan ve gelecek nesillere aktarılan kültür kavramı, Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde şu şekilde tanımlanmaktadır:

“Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün eski kuşaklar tarafından oluşturulmuş ve evrensel değerlere sahip olduğuna inanılan eserlere verilen genel bir isimdir. Maddi ve manevi değerler ile bunların yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın ve doğal toplumsal çevresine egemenliğin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin.”

Toplumdan topluma değişim gösteren, o toplumun geçmişten bugüne oluşmuş değerler bütününe yansıtan, gelecek nesillere aktarılan kültürel değerlerin evrensel bir önem kazanmasına yönelik olarak kültürel miras kavramı ortaya çıkmıştır. Kültürel mirasın önemine vurgu yapan ilk yazılı metin, 1964 tarihli Venedik Tüzüğü'dür (Vecco, 2010). Bu metnin giriş paragrafında kültürel mirasın değeri aşağıdaki cümleler ile anlatılmıştır (ICOMOS, 1964).

“Tarihi eserler, geçmişten gelen mesajlarla dolu olmakla birlikte, insanlığın asırlık geleneklerinin yaşayan tanıkları olarak günümüze kalmıştır. Günümüzde insanlar, bu değerlerin birliğinin sağlanma gerekliliği konusunda daha bilinçli hale gelmiş ve tarihi eserleri ortak bir miras olarak görmeye başlamıştır. Bu sebeple, gelecek nesiller için bu eserlerin korunması ortak bir sorumluluk haline gelmiştir. Bu eserleri, özgünlüklerini koruyarak tüm zenginlikleri ile geleceğe teslim etmek bizim görevimizdir.”



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

Kültürel miras olgusunu gündemine taşıyan UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü), Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşmeyi 16 Kasım 1972'de kabul etmiştir (UNESCO, 1972). Bu mirasın korunmasının uluslararası bir konu olduğu, dünya üzerindeki bütün toplumlar için önemli olduğu, bu kaynakların korunmazlar ise tahrip olgusuyla karşılaşabileceği ve hatta yok olma tehdidi altına girebileceği sözleşmede vurgulanan konular arasında yer almıştır. Korunması gereken kültür mirasını kültürel ve doğal miras olarak iki başlık altında inceleyen UNESCO, sözleşmenin ilk iki maddesinde bu kavramların tanımını yapmıştır. Sözleşmede kültürel miras en genel tanımı ile tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değerde olan anıtlar, sitler ve yapı toplulukları şeklinde ifade edilirken; doğal miras, estetik veya bilim açısından olağanüstü evrensel değerde olan fiziksel ve biyolojik oluşumlar şeklinde ifade edilmektedir. Sözleşme, kültürel mirasın korunması ve evrensel bir değer kazanması açısından her ne kadar büyük bir önem arz etse de, kültürel değerlerin yalnızca somut kısmına odaklanması ve somut olmayan kavramları dikkate almaması açısından yetersiz kabul edilmektedir. Bu durum Basat (2013) tarafından, bütüncül koruma yaklaşımına uygun olmaması ile eleştirilmiştir (Basat, 2013, s. 62). Öyle ki, kültürel mirasın bir de somut olmayan yanı vardır ki bu kültürel değerler içerisinde önemli bir yer tutmakta olan gelenekleri ve görenekleri, inançları, sözlü tarihi, törenleri, performans sanatlarını, mutfağını ve benzeri soyut unsurları içermektedir (Franchi, 2015).

1989 yılına gelindiğinde UNESCO, Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararı ile somut olmayan kültürel mirasın korunmasına yönelik ilk adımı atmış sayılmakla birlikte; Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ancak 2003 yılında kabul edilebilmiştir. Türkiye ise, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne 2006 yılında imza atmış ve bu konu ile ilgili çalışmalara katkı sağlamaya başlamıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013; Çapar ve Yenipınar, 2016). UNESCO, somut olmayan kültürel mirası “yaşayan kültürel miras” olarak değerlendirerek tanımını aşağıdaki gibi yapmıştır (UNESCO, 2003, s. 2):

“Somut olmayan kültürel miras, toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar- anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur.”

Kültürel mirasın somut oluşu ya da olmayışı fark etmeksizin, kültürel mirasın korunması güdüsünün temelinde değerlerin tahrip olmadan gelecek kuşaklara aktarılabilmesi yer almaktadır. Bu durum ise, hiç kuşkusuz sürdürülebilirlik kavramını akıllara getirmektedir. Sürdürülebilirlik, en genel tanımı ile bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğine engel olmamaktır. Öyle ki, 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (World Commission on Environment and Development-WCED) yayınladığı “Ortak Geleceğimiz (Our Common Future)” adlı



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İttr CAN

raporda (Brundtland Raporu) sürdürülebilirlik yolu ile kalkınma “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamak” şeklinde açıklanmıştır (UNWCED, 1987). Buna ek olarak, raporda sürdürülebilirlik kavramı üç eşdeğer parçaya veya unsura sahip olarak tanımlanmıştır. İngilizcedeki baş harflerinden dolayı sürdürülebilirliğin 3E’si olarak anılan ve örtüşen eş merkezli daireler ile gösterilen bu unsurlar; çevre (environment), ekonomi (economy) ve eşitlik (equity)’tir (Portney, 2015) ve Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: Sürdürülebilirliğin Üç Unsuru

Kaynak: Portney, Kent E. Sustainability. MIT Press, 2015

Çevre, sürdürülebilirliğin en çok konuşulan boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik, Sutton (2004) tarafından kapsamı oldukça geniş bir bakış açısıyla ele alınarak “fiziksel çevrede değer verilen şeyleri veya nitelikleri korumak” şeklinde tanımlanmıştır. Temel olarak, doğal kaynakların korunması, ekosistemler üzerindeki negatif etkilerin azaltılması, çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi, hava ve su kalitesinin sağlanması, kirletici maddelerin ve atıkların azaltılması ile ilgilidir. Sürdürülebilirliğin ekonomi boyutunun literatürde kabul gören en genel tanımı, sermayenin korunması ve bozulmasının engellenmesi (Goodland, 2002, s. 2) şeklindedir (Bilgili, 2017). Bu yaklaşımda, kişilerin yalnızca kazan-kazan felsefesini benimseyerek hareket etmeleri yerine, gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını öngören bir tutum sergilemeleri gerektiği savunulmaktadır (Avcı Architects, 2016). Aynı zamanda bu boyut, sürdürülebilirliğin uzun vadede uygulanabilir kalması için önemli sayılmaktadır. Harcamaların dengeli ve geleceği önemseyen bir bakış açısı ile yapılması, yarını önemseyen yatırımların desteklenmesi, giderlerin minimize edilmesi gibi uygulamalar sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu ile ilgilidir. Eşitlik unsuru ise, sosyal eşitliği temsil etmektedir. Bu boyut, toplumların sağlığının korunmasını, vatandaşların eğitilmesi ve geliştirilmesini, kişilerin kültürel değerlere, topluma ve bunun gibi bağlanımlara saygılı ve duyarlı olmasını içermektedir (H2M Architects + Engineers, 2013). 1987 yılında yayımlanan Brundtland Raporu, sürdürülebilirlik kavramına dair ortaya konan en önemli açıklamalardan biri olsa da, günümüze kadar birçok farklı sürdürülebilirlik tanımı yapılmıştır. Bunun sebebi ise, sürdürülebilirliğin çok yönlü ve birçok farklı konuya uyarlanabilen bir kavram niteliği



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

taşımasıdır. Dünya Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (Union for Conservation of Nature-IUCN), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme-UNEP) ve Dünya Doğal Hayatı Koruma Vakfı (World Wildlife Fund-WWF) tarafından 1991 yılında sunulan “Dünyayı Önemsemek: Sürdürülebilir Yaşam için Stratejiler (Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living)” adlı raporda sürdürülebilirlik, “*Dünya'nın destekleyici ekosistemlerinin taşıma kapasitesi dâhilinde bir yaşam sürerken, insanların yaşam kalitesinin iyileştirilmesidir*” şeklinde açıklanmıştır (IUCN/UNEP/WWF, 1991, s. 10). Bir başka tanım ise, çevreci ve girişimci bir yazar olan Paul Hawken tarafından geliştirilmiştir. Hawken (1993), sürdürülebilirliğin “*yeryüzünün en karmaşık iki sistemi olan insan kültürü ve yaşayan dünya arasındaki mevcut yıkıcı ilişkileri dengelemek ile ilgili*” olduğunu belirtmiştir (Hawken, 1993). Bu tanımda bahsi geçen “yıkıcı ilişkiler” betimlemesinin, kültürel bir değerın zarar görmesi, yok olması anlamlarında kullanıldığı düşünülmektedir. Bir değerın sürdürülebilirliğini sağlamak için öncelikle o değeri korumak ve ona önem vermek gerekmektedir. Bir başka deyişle, her şeyden önce bireysel ve kolektif olarak gerekli bilince ulaşmak ve bu bilinci uzun vadeli kılmak gerekmektedir. Buradan hareketle, sürdürülebilirliğin kapsamına alınabilecek bir konunun da kültürel mirasın tahrip olmadan, korunarak geleceğe aktarılması olacağı düşünülebilir. Gürpınar (2001), doğal ve kültürel mirasın devamlılığının sağlanmasının, çağımız insanların üzerinde durması gereken önemli bir nokta olduğunu vurgulamıştır. Bu noktada, her bir kültür mirasın korunmasının sürdürülebilirlik ile yakından ilgili olduğunu söylemek mümkündür.

Somut olmayan kültürel miras öğelerinden bir tanesi de, bir toplumun mutfak kültürüdür; başka bir deyişle gastronomi değerleridir. Bessiere (1998), bir yemeği yiyen kişinin kültürün ve evrenin bir parçası haline geleceğini belirtmiştir (Bessière, 1998, s. 24). Heldke (2001) ve Pratt (2007) ise, yiyeceklerin tüketiminin yerel kültürün tanınmasına, deneyimlenmesine ve takdir edilmesine sebep olabileceğini ve yiyeceklerin toplumsal kimlik veya kültür ile ilişkilendirilebileceğini belirtmiştir (Lee, 2014, s. 20). Destinasyonun çevresel ve kültürel özelliklerini taşıyan yiyecek-içeceklerin, kültürün bir parçası olduğunu Tezcan (2000:1) aşağıdaki maddelerle ifade etmiştir (Beşirli, 2010, s. 160).

- Kültür, ne yiyeceğimizin temel belirtisidir.
- Kültür öğrenilmiştir. Yiyecek alışkanlıkları da küçük yaşta öğrenilir. Öğrenildikten sonra uzun süre değişmez.
- Yiyecekler kültürün bütünleyici parçalarıdır.

Kültürün bir parçası olan gastronomi kimliğın korunmasının ve gelecek nesillere aktarabilmesinin en somut yolu son yıllarda adından söz edilmeye başlanan “gastronomi müzeleridir”. Yöreye ait yiyecek ve içeceklerin bir arada gözlemlenebileceği, reçetelerinin incelenebileceği gastronomi müzeleri, gastro-turistlere -yeni tatlar tatmak amacıyla seyahat eden kişilere- yönelik önemli bir gastronomi turizmi potansiyeli taşımaktadır.

Gastronomi Turizmi

Sürekli devam edebilen ve evrenselleşmiş turizmi anlatımı ve tanıtımı ile görevli olan Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün amacı, turizmi geliştirmek ve insanları turizme karşı ilgili hale getirmektir. UNWTO gastronomi turizmini “gastronomik



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

destinasyonlara yapılmış olan eğlenme hedefli yiyecek ve içecekleri kapsayan rekreasyonel tecrübesel faaliyetlerin tümü” olarak ifade etmektedir. Bu faaliyetler gastronomiyi tanıtan festivaller, pazarlar ve yiyeceklerin üretildiği yerlere geziler, gıda fuarları, yöresel festivaller şeklinde sıralanabilmektedir (Correia vd.,2008). Gastronomi turizmi en genel tanımı ile belli bir alana belirli bir hedefle yapılan turizm aktivitesi olarak literatürde yer almaktadır. Bunun gibi aktivitelere katılan turistler daha tecrübeli, kültür seviyesi yüksek ve zaman konusunda herhangi bir sıkıntısı olmayan ve stabil işlerinden çeşitli beklenti içinde olan bir kesimdir. Bunun nedeni ise; turistlerin gastronomik olarak değerlendirilen yemeklerin aşamalarını ve yiyeceklerin öykülerini merak etmesidir (Cohen, 2004). Edinilmesi güç olan yiyeceklerin keşfinin yapılabilmesi için çeşitli ülkelere geziye giden insanlar “gastro turist” kelimesinin meydana gelmesini sağlamışlardır. Gastro turist kelimesini, esas seyahat motivasyonlarından biri gastronomik tecrübeler edinebilmek için, bulunmuş olduğu destinasyonda yiyecek içecekle alakalı faaliyetlere katılan özel ilgi turisti şeklinde ifade edilebilmektedir (Göker, 2011). Gastro turistler -turist kelimesinden de anlaşılacağı üzere- yalnızca yemek yemek amacı ile bir ülkeden başka ülkeye ya da bir bölgeden başka bölgeye gitmektedirler ve bunun için yeterli boş zamanları, maddi olanakları da bulunmaktadır. Toplumda gastronomi konusuna ilgili olan her birey, geleneksel yemekler, üst tabaka yemekleri ve bir ülkenin özel bir yemekleri ile ilgilendikleri görülmektedir. Aynı zamanda gastro turist; ünlü ya da yeni açılmış olan bir yiyecek içecek mekânını görmek ve oradaki lezzetler ile buluşabilmek için çok uzun yollar gidebilecek, tatil takvimini mevsimlik meyve ve sebzeleri planlayarak ve yemekle ilgili fuar ya da aktivitelerin zamanını dikkate alarak gezi yapan turist olarak isimlendirilmektedir (Akgöl, 2012).

Gastronomi turizmi genel olarak dört motivasyon kapsamında incelenmektedir. Bunlar; fiziki, kültürel, sosyal ve prestij olarak adlandırılmaktadır. Fiziki anlamda gastronomi, insanların yaşamlarını devam ettirmek yani karınlarını doyurmak için yemek zorunda olmalarını konu almaktadır. Kültürel gastronomide, belirli bir kültürü öğrenebilmek adına turist yemek yemeye ihtiyaç duymaktadır ve bu durumda lokal, basit yiyecekler turisti tatmin edebilmektedir. Bundan dolayı birincil üretim bölgelerine ziyaretler, yöresel yemeklerin ikram edildiği restoranlar ve festivaller gastronomi turizminde önemli yer tutmaktadır. Sosyal gastronomide turist gastronomi faaliyetlerinin içinde aktif bir şekilde görev almaktadır. Son motivasyon türü olan prestijde ise, yöresel tecrübelerin elde edildiği mekanlarda paylaşımlar yaparak prestij elde edilmekte, deneyimlerini bulunduğu ortamlarda paylaşarak kendisine prestij sağlamaktadır (Aksoy, 2015).

Türkiye’de Gastronomi Turizmi ve Türkiye’nin Mutfak Kültürü

Türk Mutfağı, yedi çeşit bölgenin farklı lezzetlerini kapsadığı için çoğu türde ürün sunabilme niteliğinde olan dünyanın önemli sayılabilecek ve en eski olan mutfaklarından birisi haline gelmiştir. İkamet edilen coğrafi bölgelerin değişim geçirmesi Türk Mutfağını da etkisi altına almıştır. Türkiye, dillere destan köklü gelişim durumları, zengin mutfağı ve turistik bölgeleri ile gastronomi turizmi için son zamanlarda çok fazla tercih edilmektedir. Türkiye’de gastronomi turizmi açısından öne çıkan ve yöresel lezzetleri ile tanınan Gaziantep, Adana, Mersin, Hatay, Urfa ve Mardin başlıca iller arasındadır (Güzel, Şahin ve Ünver, 2015).



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

Beslenme davranışlarının standart hale gelmesi, genetiği oynanmış gıdaların yaygın hale gelmesi, yanlış beslenme kaynaklı hastalık oranlarının yükselmesi gibi öğeler, tüketicilerin beslenme ile ilgili olarak da daha bilinçli davranmalarını gerektirmiştir. Tüketiciler doğal olan, taze ve geleneksel ürünlere yönelim göstermişlerdir (Üner, 2014).

Son zamanlarda bunun gibi sebeplerle, yerel ürünlerin özgün özelliklerini koruma altına alarak, varlıklarını sürdürmeleri gerekliliği var olmuştur. Bu istekten hareket ederek geliştirilmiş olan koruma etkenlerinden bir tanesi de coğrafi koşullardır. Yörelere özgü gıda ürünlerinin coğrafi koşullar ile belirlenmesi gastronomi turizminde ürünlere önem verilme oranını arttırmıştır. Ülkemizin yedi farklı bölgesinde çoğu ürün, coğrafi koşullar göz önüne alınarak tespit edilmektedir. Ve böylelikle gıda ürünleri koruma altına alınmaya devam edilmektedir Gastronomi alanında belli bölgelerde açılan müzeler, gastronomi turizminin gelişim gösterdiğinin en temel kanıtlarından birisini oluşturmaktadır (Önay, 2013).

Literatür taramalarında Türk Mutfağı ve gastronomi turizmi bağlantısını konu edinen birçok bilimsel çalışmanın bulunduğu gözlemlenmektedir. Örnek olarak yapılmış olan bir denemede; turistlerin ülkemizde denemiş oldukları tatları genel olarak beğendikleri; fakat tur kapsamında gezilen yemek yerlerinin Türk Mutfağına ait menüler içermediği ve ilk defa ülkemizi ziyaret eden turistlerin Türk Mutfağını tanımadıkları rapor edilmiştir (İrigüler ve Güler, 2018).

Güzel-Şahin ve Ünver (2015) gastronomi turizmi ile ilgili araştırmalarında; İstanbul'un turistik olarak en ilgi çekici yiyecek ve içeceklerinin Osmanlı Saray Mutfağı, Türk Mutfağı ve balık olduğunu belirlemişlerdir. Benzer bir çalışmada Ayvalık'a giden yerli turistler bakımından Ayvalık denildiğinde kafada oluşan öğelerin "Cunda, sokak ve eski taş evler ile balık ve deniz ürünleri" şeklinde ifade etmişlerdir. Bazı bölgelerde geliştirilmesi gereken turizm farklılıkları ile gastronomi turizmi tamamlanarak çekicilik öğelerinin oranının yükseltilmesi gerekmektedir. Benzer bir araştırmada; Şanlıurfa ilinde müzik ve yemek kültürünün ön plana çıktığı ve bunun tarihsel önemin önüne geçtiği, yemeği, kültür ve tarih kavramlarının ayrı ayrı düşünülmesinin çok imkânlı olmadığı kanısına varılmıştır. Benzer bir çalışmada gastronomi turizmini inceleyen Alyakut ve Küçükkömürler (2017) Kocaeli/Kartepe Belediyesi, Kocaeli Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi ile ortak çalışma yaptığı Kartepe beslenme kültürü denemesinde, Türk Mutfağının çok keşfedilmemiş, üzerinde pek durulmamış çeşitli taraflarının olduğuna vurgu yapmışlardır. Şengül ve Türkay (2016) turistik destinasyon yöneticilerinin ve otel temsilcilerinin Akdeniz Bölgesi mutfak kültürünü kullanmalarının gerekli olduğunu rapor etmişlerdir. Kargilioğlu ve Akbaba (2016) gastro-turistler ile ilgili araştırmalarında, gelir düzeyi fazla olan turistlerin yöresel ve seçili restoranları daha çok tercih ettiğini, yöresel ürünlere daha ilgili olduğunu ve farklı gastronomik ürünleri satın alma eğilimlerinin yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Deniz ve Atışman (2017), Kayseri ili turizminin swot analizini yaptıkları çalışmalarında, Kayseri'nin güçlü yönlerine ait şu maddeleri eklemişlerdir: "gastronomi turizmine uygunluk, gastronomik ürün çeşitliliğinin bulunması, somut ve somut olmayan kültür öğeleri çeşitliliğinin bulunması." Buna karşın, gastronomi turizmi kavramının yeni



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

oluşunu, gastronomik ürünlere dair çalışmaların azlığını, gastronomi turizmine dair tanıtım ve pazarlama konusunun yetersiz oluşunu Kayseri turizminin zayıf yönü olarak belirtmişlerdir. Bu makaleden de görülebileceği üzere, gastronomi turizmi bir destinasyonun turizm çalışmalarında çok büyük bir yere ve öneme sahiptir.

Ankara Ticaret Odası (ATO) ve Ankara Patent Bürosu'nun (APB) 2008 yılında gerçekleştirdiği ortak çalışma sonuçlarına göre 81 ili kapsayan araştırmada "Türkiye'nin Lezzet Haritası" belirlenmiştir. Bu araştırmaya göre Türkiye'de 2205 çeşit yöresel yiyecek içecek tespit edilmiştir. Ayrıca, vurgulanan maddelerden biri de Gaziantep'in 291 çeşit yöresel yiyecek ile Türkiye'nin en kapsamlı mutfak kültürüne sahip olduğu yönündedir. Dünya genelinde turizm gelirinin önemli bölümünü meydana getiren gastronomi turizmi, ülkemizde de gelişme göstermektedir. Gastronomi bakımından dünyadaki çoğu ülkeden daha fazla potansiyeli olan Türkiye, bu niteliğini turizmle birleştirdiğinde ülke turizm gelir düzeyinde yükselme görülmüştür (Öney, 2013).

Hızlı bir biçimde büyüyüp gelişim gösteren gastronomi turizmi, ülke ve yörelere özgü olarak geleneksel gıdaları öne çıkararak turistler için seyahat sebebi meydana getirmektedir. Dünyada ve ülkemizde çoğu bölgenin bu özelliklerini kullanma yoluyla isim yaptığı görülmektedir. Ülkemizin yer aldığı konum, yaşamış olduğu dört mevsim ve çoğu kültürü içerisinde bulundurmasıyla meydana gelen kültürel etkileşmenin mutfak kültürüne farklılık kattığı bilinmektedir. Bu tarafları göz önüne alındığında, Türkiye'nin gastronomik öneme sahip bu değerlerinin ifade edilmesi, reklamının efektif bir şekilde yapılması ve yüksek bir bilinç ile başka kuşaklara aktarılması gerekmektedir. Aynı zamanda farklı ülkelerde meydana getirilen gastro turizm bölgelerinin Türkiye'de de oluşturulması, gastro turizm uygulamaları ve amaçlarını kapsayan planlamaların yapılması gerekmektedir.

Gastronomi Müzeleri

Bir toplumun sahip olduğu kültürel değerlerin daha çok değerlendirilmesine imkân sağlayan kültür turizmiyle beraber, o toplumda kültürel değerleri korumak ve bunları gelecek kuşaklara taşımak için bilinçlerini o yönde geliştirmeleri gerekmektedir. Eski yıllardan beri süregelen turizm ve kültür arasındaki çok yönlü ilişkiler, bireylerin kültürel hedeflerle yapmış oldukları seyahat oranlarının artması kültür turizminin meydana gelmesini sağlamıştır (Sezer, 2010).

Geçmiş dönemlerde yaşayan insanlara ait kültürel ve tarihsel değeri olan nesnelere ya da gıdaları sunarak ülkelerin ve onların bağlı bulunduğu uygarlıkların tarihsel gelişimini yansıtan müzeler; insanların eski zamanları hatırlatmakta, insanlara yüzyılların biriktirmiş olduğu kültür varlık durumlarını anlatmakta, genellikle de turistlerin seyahat ettikleri ülkelerde ilgi duydukları bölgelerde bulunmaktadır. Turizmin genel olarak ülke ekonomisine katkı sağladığı bilinen bir gerçektir ve müzelerin turizm sektörü kapsamındaki özel konumu sebebiyle müzeler, Türk tarihi ve kültürünü yansıtırken turist sayısında da belli bir artışa sebep olmaktadır (Demir, 2001).

Müze, Uluslararası Müzecilik Konseyi'ne göre; "devamlı bir kuruluş olarak, kazanç hedefi bulunmayan, toplumun gelişim göstermesini sağlayan, toplumun her kesimine açık,



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

insanların ve çevresindeki kişilerin görgü tanıkları olan materyalleri sunan ve bunlarla ilgili çalışmalar yapan, bunları depolayan, işleminden geçiren, aynı şekilde eğitim ve inceleme hedefiyle insanlığa sunan bir kuruluştur” şeklinde tanımlanmaktadır. Turistik ilgi durumunun oluşması, ziyaretçilerin iyi vakit geçirmeleri, merak duygularının oluşması ve bilinçlendirilmesi hedefiyle yönetilen ve kontrol altına alınan kaynakların tümüdür. İlgi duyma durumu seyahat ve turizm endüstrisinin gelişiminde başı çeken öğelerdendir (Özdemir, 2008).

Bir insanın ya da bir toplumun turistik çekiciliği yaşayabilmesi için, içinde bulunduğu tarihi varlıkları ve kültürel mirasları merak etmesi gerekmektedir. Tarihi bakımdan önemli bir konumda olan, tarihi miraslarını koruma yoluyla, o eserlerin inşa edildiği dönemleri hatırlatan bir bölge kapsamında, etkili bir yansıtma ile beraber turistlere sunulan destinasyonlar, dünya çapında fazla miktarda turist o bölgelere akın etmesini sağlamaktadır. Kültürel politikalar genellikle; uygarlıkların tarihi ve kültürel yapıların yansıtılmasına imkân vermek yoluyla müzeleri koruma altına almak, gelişim göstermesini sağlamak ve müze sayılarını ülke çapında yükseltmektir. Müzeler, turizmde endüstrinin gelişmesi noktasında çok büyük önem taşımaktadır (Özdemir, 2008).

Yaşayan (somut olmayan) kültürel mirasın bir ögesi olan gastronomi müzeleri, farklı kültürlerin yeme içme davranışlarını sürdürmesi ve bu kültürün turistik pazarlama ürünü olması bakımından destinasyonların çekici özelliklerini yansıtmaktadır. Gastronomi hedefiyle turistik gezi yapan turistler, gittikleri bölgelerdeki gıda ürünlerinin geçmişi, nasıl ve hangi araç gereçler kullanılarak yapıldığı, gelenekleri ve yöntemleri ile ilgili bilgi sahibi olacakları bu müzelerin arayışı içine girmişlerdir. Gastronomi müzeleri, yiyecek ve içeceklerin geçmişten günümüze elde edilme yöntemleri ve bu kültürel mirasın her zaman akılda kalması bakımından gastronomi turizminin önemli bir parçası haline gelmiştir (Yılmaz ve Şenel, 2014).

Türkiye turizm literatüründe gastronomi müzeleri konusu tarandığında, pek fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Rastlanan çalışmaların ise son beş yılda yapılmış olması, bu konunun son yıllardaki öneminin artan bir ivme gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Yılmaz ve Şenel (2014), “Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri” adlı çalışmada gastronomi müzelerini dört grupta değerlendirmiştir. Bunlar: (1) Kültürel mirasa dayalı, (2) Endüstri mirasına dayalı, (3) Kırsal turizme dayalı ve (4) Popüler kültüre dayalı şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca çalışmada, gastronomi müzelerinin Türkiye’deki ve dünyadaki örneklerine yer vermişlerdir.

Sormaz ve Güneş (2016) “Traditional Culinary Museums: Samples From Turkey” başlıklı çalışmada Türk mutfak kültürünü tanıtmak ve sürdürmek amacıyla Türkiye’de kurulan gastronomi müzelerini incelemiştir.

Şahin ve Aydın (2017), “A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case” adlı çalışmada, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’ni ele almıştır. Çalışmada müze müdürü ile yarı



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

yapılandırılmış görüşme yapılmış, ayrıca yerinde gözlem tekniğinden faydalanılmıştır. Çalışmanın en önemli sonucu ise müzenin tanıtımının oldukça yetersiz olduğu yönündedir.

Mankan (2017), “Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği” isimli çalışmada, gastronomi müzelerinin Türkiye'deki ve dünyadaki yerini ve önemini tespit etmeyi amaçlamış ve bu doğrultuda detaylı bir literatür taraması gerçekleştirmiştir.

Sökmen ve Özkanlı (2017) tarafından yazılan “Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme” başlıklı çalışmada gastronomi müzeleri, turistlere pasif bir şekilde izlemenin de ötesinde katılma imkanı sağlayan ve destinasyonun üçüncü dereceden gelişmişliğini gösteren yapılar olarak tanımlanmıştır (Sökmen ve Özkanlı, 2017: 104)

Çetin ve Küçükkömürlü (2018) ise, “Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği” adlı çalışmada Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'ni incelemiş ve müzenin Kuşadası'ndaki turizm aktivitelerine etkisini araştırmıştır.

Yeşilyurt ve Arıca (2018), “Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği” başlıklı çalışmada Türkiye'nin ilk gastronomi müzesi olan Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nin ziyaretçi deneyimlerini Tripadvisor internet sitesi yorumlarından faydalanarak değerlendirilmiştir.

Türkiye'nin mutfak kültürü açısından önde gelen bir ülke konumunda olduğu açıktır ve gastronomi turizmine dair ünü giderek artmaktadır. 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de bulunan gastronomi müzeleri aşağıdaki gibi listelenmiştir.

1. Adatepe Zeytinyağı Müzesi, Çanakkale.
2. Sabit Ertür Zeytinyağı Müzesi, Balıkesir.
3. Köstem Zeytinyağı Müzesi, İzmir.
4. Emine Göğüş Mutfak Müzesi, Gaziantep.
5. Geleneksel Mutfak Müzesi (Tarihi Hacıbanlar Evi), Şanlıurfa.
6. Oleatrium Zeytinyağı Müzesi, Kuşadası-Aydın.
7. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi, Tekirdağ.
8. İstanbul Gastronomi Müzesi (MSA), İstanbul.
9. Antakya Mutfak Müzesi, Hatay.
10. Zavot Peynir Müzesi, Kars.
11. Ankara Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nda yer alan Şarap Müzesi, Ankara.
12. Bal Evi Müzesi, Marmaris-Muğla.

Son yıllarda gastronomi turizminin gelişmesi ve bir yöreye ait gastronomik değerlerin turistik önemli turistik çekiciliklerden biri haline gelmesi ile gastronomi ürünlerinin tanıtılmasına öncelik veren destinasyon sayısı artış göstermiştir; çünkü gastronomik değerler, bir destinasyonu diğerlerinden ayıran ve rekabet üstünlüğü elde etmesine imkan



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtir CAN

sağlayan unsurlardan biridir (Çetin ve Küçükkömürler, 2018: 3; Du Rand ve Heath, 2006). Rekabet üstünlüğünün sağlam temellere dayandırılarak uzun ömürlü olması ise mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasına ve yerli ile yabancı turiste verimli bir şekilde tanıtılmasına bağlıdır.

Yemek kültürünün oldukça çeşitli ve üzerinde durulması gereken bir konu olduğu Türkiye'de, gastronomi turizmi iç ve dış turizmi hareketlendirmek için en önemli turizm türlerinden biridir. Mutfak kültürünün başarısı yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte gelecek kuşaklara aktarılması –korunması- konularında akıllarda soru işaretleri bulunmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de mutfak kültürünün nasıl sürdürülebilir hale geleceği konusuna yoğunlaşmak gerektiği düşünülmektedir. Gastronomik kimliğin oluşturulmasına ve devamlılığının sağlanmasına imkân tanıyan ve bölge yemek kültürü ile ilgili ziyaretçilere oldukça geniş bir bilgi sunan gastronomi müzeleri, sürdürülebilirliği sağlamanın somut araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, 2019 yılında 12 adet olan gastronomi müzelerinin hem nicelik hem de nitelik açısından geliştirilmesinin Türkiye'ye gelen gastro-turist sayısını artıracaklarını, ilgili destinasyonun tanıtımına katkıda bulunacaklarını ve turizm faaliyetlerini daha da canlandıracağı öngörülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gastronomi, çeşitli kültürel ürünleri bütünlükten bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yiyecek ve içecek tecrübeleri kazanmak amacıyla yapılan bir turizm çeşidi olarak bilinen gastronomi turizmi, bir takım ülkeler tarafından toplumlarının kültürel değerlerinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmiştir. Globalleşen dünyada hızla artan bilgi iletişim teknolojilerinin, interaktifliğin ve kültürel kaynaşmanın etkisi ile kültürel değerlerin korunması, eğer korunmazlar ise yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalacakları düşüncesi oldukça hâkimdir. Bu nedendir ki, dünya üzerindeki tüm toplumlar kendi kültürel değerlerini korumak için çaba sarf etmekte, bir yandan da başka toplumların kültürel değerlerinin korunması için ortak çalışmalar yürütmektedirler. Somut olmayan, diğer bir deyişle yaşayan, kültürel miras öğelerinden biri olan mutfak kültürü de, küreselleşen dünyada farklılaşmasından ve geleneksel değerlerinin tahrip olmasından çekinilen değerlerden biridir. Bu bağlamda, mutfak kültürünün korunarak kuşaktan kuşağa aktarılmasının, ona bir kimlik ve devamlılık kazandıracağı yadsınamaz bir gerçektir. İnsan yaratıcılığının bir ürünü olan ve mutfak kültürünün sürdürülebilirliği ile direkt ilişkisi bulunan gastronomi müzeleri, bu açıdan büyük önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra, gastronomi müzeleri, bir destinasyona ait mutfak kültürünün sahiplenilmesi, tanıtılması gibi avantajları sayesinde dünya ülkeleri tarafından ilgi toplamış ve daha fazla sayıda turist çekebilmek için bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır.

Bir yılda dört mevsimin yaşanması, tarım ürünlerinin çeşitliliği, coğrafi konumu, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ile Türkiye, gastronomik değerlerinin dünyada önde geldiği ülkelerden biridir. Turizm, Türkiye'nin döviz getirme miktarı en yüksek sektörü olmakla birlikte; gastronomi turizminden yeterince efektif bir biçimde yararlanamamaktadır. Oysa gastronomi turizmine katılan turistler, diğer turizm türlerine katılan turistlere göre ülkeye daha fazla miktarda döviz bırakmaktadır; bu sebeple gastronomik değerlerin pazarlanması için çalışmalar yürütülmesi oldukça önemlidir. Bu



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtir CAN

çalışmada, Türkiye için bir gelir kaynağı konumunda bulunan, aynı zamanda imaj artırıcı olarak sağlayan gastronomi müzelerinin tanıtılmasına yönelik çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Gastronomi müzeleri devlet tarafından desteklenmeli, kültürel kaynaklı müzelere sağlanan ayrıcalıklar gastronomi müzelerine de sağlanmalıdır. Bir başka deyişle, çağdaş müzecilik anlayışı, gastronomi müzeleri için de temel alınmalıdır. Bunun yanı sıra devlet, var olan gastronomi müzelerinin geliştirilmesi veya yenilerinin kurulması adına kredi kolaylıkları, sübvansiyonlar gibi ekonomik destekler de sağlamalıdır.

Belediyeler seyahat acentaları ile işbirlikleri yapmalı, acentaların tur programlarına ilgili gastronomi müzelerinin eklenmesi için adımlar atmalıdır. Turistlerden talep görmesi halinde, yalnızca gastronomik değerlerin bütünleştiği bölgesel tur programlarının oluşturulması da ek bir öneri olarak sunulabilir. Bu durumun, müzelerin tanıtımı açısından büyük bir avantaj sağlayacağı düşünülmektedir.

Benzer bir şekilde, belediyelerin reklam bütçeleri arasına gastronomi müzelerinin dâhil edilmesi veya belirli bir bütçe var ise artırılması gerekmektedir. Her yıl hazırlanan ve uluslararası camiada yeri olan Türkiye tanıtım videosunda gastronomik değerlere ve gastronomi müzelerine de yer verilmelidir. Bir başka pazarlama aracı ise, fuarlar, forumlar ve sergilerdir. Bu kapsamda, ilgili ulusal ve uluslararası turizm etkinliklerine –başta gastronomi turizmi olmak üzere- gastronomi müzelerinden temsilcilerin katılması önemlidir.

2017 yılında düzenlenen 3. Turizm Şurası'nın Gastronomi Komisyonu Sonuç Raporu'nun 25. Maddesinin 'a' bendi olan "Gastronomiye ilişkin UNESCO 'Somut Olmayan Kültürel Miras' unsurlarının ön plana çıkarılması" çerçevesinde gastronomi müzelerinin öncelikli alan kapsamına alınması ve müzelerine dair hem tanıtım-pazarlama hem de sürdürülebilirlik ile gastronomi müzeleri arasındaki ilişkiye dair bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi gerekmektedir.

Günümüzde adından sıklıkla söz ettiren hatırlı pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Başta sosyal medya fenomenlerine ve kanaatönderlerine, bloggerlara, alanında öncü şeflere ve gazetecilere tanıtım yapılması ve onlar aracılığı ile –world of mouth (ağızdan ağıza pazarlama) yöntemi ile- daha çok kişiye ulaşılması amaçlanmalıdır. Gastronomi müzelerinin kendilerine ait sosyal medya hesaplarını (Instagram, Facebook, Twitter vs.) aktif bir şekilde kullanması da ayrıca önemlidir.

Bu çalışmada, gastronomi müzeleri sürdürülebilirlik kavramı ile ele alınmış ve sürdürülebilir turizmin esasen tüm turizm türlerinin içine kaynaştırılabilecek bir turizm türü olabileceğine vurgu yapılmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bu çalışmanın Türkiye genelinde gelişen gastronomi turizmi, Türkiye mutfak kültürü ve yayılım gösteren gastronomi müzeleri hakkındaki çalışmalara farklı bir bakış açısı kazandıracığı beklenmektedir.



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtır CAN

KAYNAKÇA

- Akgül, A. E. (2006). Popüler Kültür-Televizyon İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3):79-89.
- Alyakut, Ö. ve Küçükkömürler, S. (2017). Geleneksel Kartepe Mutfak Kültürü ve Bu Tür Mutfak Kültürü Araştırmalarının Kırsal ve Gastronomi Turizmine Katkısı. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 1: 83-90.
- Avcı Architects. (2016, 01 29). Sürdürülebilirliğin 3E'si: Etik, Ekolojik, Ekonomik. 03 05, 2019 tarihinde Avcı Architects: <http://avciarchitects.com/tr/surdurulebilirliğin-3esi-etik-ekolojik-ekonomik/> adresinden alındı.
- Basat, E. M. (2013). Somut ve Somut Olmayan Kültürel Mirası Birlikte Koruyabilmek. *Millî Folklor*, 25(100), 61-71.
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourists Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Millî Folklor*, 22(87), 159-169.
- Bilgili, M. Y. (2017). Ekonomik, Ekolojik ve Sosyal Boyutlarıyla Sürdürülebilir Kalkınma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 559-569.
- Cohen, E. (2004). *Tourism and Gastronomy*. Edited by Anne-Mette Hjalager and Greg Richards. Routledge, 238.
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C.F., Peres, R. (2008). The Determinants of Gastronomic Tourists' Satisfaction: A Second-Order Factor Analysis. *Journal of Foodservice*, 19(3):164-176.
- Çağlı, I.B. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*(4), 100-115.
- Çetin, M., & Küçükkömürler, S. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.
- Demir, Canan, (2001), *Müzelerde Çağdaş Pazarlama, Türkiye Anıt Çevre Turizm Değerlerini Koruma Vakfı Yayını*, İstanbul.



Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 3, Issue 4 (Özel Sayı), 788-804, 2019

Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İttr CAN

- Deniz, T. ve Atışman, E. (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3):56-65.
- Deveci, B., Türkmen, S., Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34.
- Du Rand, G.E. and Heath, E. (2006), "Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing", *Current Issues in Tourism*, 9 (3), 206-234.
- Franchi, E. (2015, 08 08). What is cultural heritage? 03 01, 2019 tarihinde Smart History: <https://smarthistory.org/what-is-cultural-heritage/> adresinden alındı.
- Gıda Hattı Dergisi (2008), "ATO'dan Türkiye'nin Lezzet Haritası", <https://www.gidahatti.com/ato-dan-tuerkiye-nin-lezzet-haritas-37359/> (E.T.: 05.03.2019).
- Goodland, R. (2002). Sustainability: Human, Social, Economic and Environmental. T. Munn (Dü.) içinde, *Encyclopedia of Global Environmental Change*. John Wiley&Sons Ltd.
- Gökçe, S. (2019, Ocak 10). Devrimci Kültür. *Demokratik Modernite Düşünce ve Kuram Dergisi*.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., Uğuz, S.Ç. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1): 14-29.
- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güvenç, B., Özkalp, E., & Zılloğlu, O. (1986). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Ders Kitapları.
- Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2):63-73.
- H2M Architects + Engineers. (2013, 06 14). The Three E's of Sustainability. 03 05, 2019 tarihinde [h2mgroup wordpress: https://h2mgroup.wordpress.com/2013/06/14/the-three-es-of-sustainability/](https://h2mgroup.wordpress.com/2013/06/14/the-three-es-of-sustainability/) adresinden alındı.
- Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B. (eds.) (2003). *Food Tourism Around the World*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Hawken, P. (1993). *The Ecology of Commerce: A Declaration of Sustainability*. New York: HarperCollins Publisher.
- ICOMOS. (1964). *The Venice Charter, International Charter For The Conservation and Restoration of Monuments and Sites*. Venice.
- IUCN/UNEP/WWF. (1991). *Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living*. Gland, Switzerland: IUCN/UNEP/WWF.



Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtir CAN

- İrigüler, F. ve Güler, M.E. (2018). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Turizmine Bakışı. Available from: 2018.
- Kargiglioğlu, Ş. ve 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.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). *Gelenekten Geleceğe: Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Lee, K.-H. (2014, 10). The importance of food in vacation decision-making: Involvement, lifestyles and destination activity preferences of international Slow Food members. Doktora Tezi. The University of Queensland Business School.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14(2), 641-654.
- Öney, H. (2013). *Gastronomi Turizmi*. Alternatif Turizm, Bahçe, S. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. Eskişehir, Web Ofset Tesisleri, 159-171.
- Ören, Ş. (1999). Kültür ve Davranış İlişkisi. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/31679> adresinden alındı.
- Özdemir, Gökçe, (2008), *Destinasyon Pazarlaması*, Detay Yayınları, Ankara.
- Portney, K. (2015). *Sustainability*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Sezer, S. Mustafa, (2010), *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara.
- Sormaz, Ü., & Güneş, E. (2016). Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27-31.
- Sökmen, C., & Özkanlı, O. (2018). *Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 99-127.
- Şahin, Ö., & Aydın, A. (2017). A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 180-199.
- Şahinalp, M.S. (2005). Şanlıurfa Şehri'nin Kültürel Fonksiyonu, *Marmara Coğrafya Dergisi* Sayı:11, Ocak- 2005, İstanbul.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1):86-99.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1):86-99.
- UNESCO. (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris.



Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 3, Issue 4 (Özel Sayı), 788-804, 2019

Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği
Hilal AĞCAKAYA, İpek İtur CAN

UNESCO. (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. Paris.

UNWCED. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. The United Nations World Commission on Environment and Development .

UNWTO, (2017). Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain May. Second Global Report on Gastronomy Tourism.

Üner, E.H. (2014). Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Vecco, M. (2010). A Definition of Cultural Heritage: From the tangible to the intangible. Journal of Cultural Heritage, 321–324.

Yeşilyurt, H. ve Arıca, R. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak: Müzesi Örneği, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt.2, Sayı.1, ss. 60-70.

Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri. S.499-510. 15. Ulusal Turizm Kongresi. Engelsiz Turizm Kongre Kitabı. 1615 s. Ankara.