



**T.C.**  
**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİMDALI**

**KAYSERİ İLİNİN UNESCO GASTRONOMİ YARATICI  
ŞEHİRLER AĞINA KATILMASINA İLİŞKİN YEREL YÖNETİM  
VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAKIŞ AÇISI  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Yüksek Lisans Tezi

Suna YÜZER

Danışman

Prof. Dr. Şule AYDIN

**NEVŞEHİR**

**Mayıs, 2022**

## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

**Tezi Hazırlayan**

Suna YÜZER

## TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Kayseri İlinin UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağına Katılmasına İlişkin Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma” adlı Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

**Tezi Hazırlayan**

Suna YÜZER

**Danışman**

Prof. Dr. Şule AYDIN

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı Başkanı**

Prof. Dr. Nilüfer Şahin PERÇİN

## KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Şule AYDIN danışmanlığında Suna YÜZER tarafından hazırlanan “Kayseri İlinin UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağına Katılmasına İlişkin Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

27 /05/ 2022

### JÜRİ

Danışman : Prof. Dr. Şule AYDIN

Üye : Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Nilgün DEMİREL İLİ

### İMZA

.....

.....

.....

### ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun ..... /..... / ..... tarih ve ..... sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

..... /..... / .....

.....

Enstitü Müdürü

## TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans hayatım boyunca eğitimim hakkında her türlü konuda bana yol gösteren, kıymetli bilgilerini ve tecrübelerini benimle paylaşan, tezim hakkındaki danışmanlık süreci boyunca her zaman sorularımı açıklayıcı, bilgilendirici, öğretici ve samimi bir şekilde cevaplandıran, öğrencisi olmaktan memnuniyet duyduğum değerli danışmanım sayın Prof. Dr. Şule AYDIN'a saygı ve teşekkürlerimi sunarım. Lisans eğitim hayatım boyunca her zaman yanımda olan, yüksek lisans yapmama vesile olan ve benimle bu süreçte tecrübelerini paylaşan ve sürekli motive eden sayın Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN'e teşekkürlerimi bir borç bilirim. Lisansüstü eğitimim devam ederken öğrenmek istediğim her konuda benimle bilgilerini paylaşan ve yol gösteren sayın Doç. Dr. Eda ÖZGÜL KATLAV ve Arş. Gör. Firdevs YÖNET EREN'e ve diğer hocalarıma şükranlarımı sunarım.

Şu an çalışmakta olduğum Kayseri Büyükşehir Belediyesi / Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı birimindeki mesai arkadaşlarıma bana hep destek oldukları, motive ettikleri için teşekkür ederim. Tez konumu belirlemekten tutunda, en ince detayına kadar hep yanımda olan, her zaman bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan Sema Yurttaş' a ayrıca teşekkür ederim.

Şimdiye kadar başardıklarım ve başaracaklarımın mimarı olan, her durumda yanımda olan, benden desteğini esirgemeyen, en az benim kadar fedakârlıkta bulunan, bana inancı tam olan sevgili eşim Sezai Yüzer'e çocuklarım Hilal , Ruşen Cihan Yüzer'e değerli aileme ve kardeşlerim Seçil ve Muzaffer Kulakoğlu'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

**Suna YÜZER**

# KAYSERİ İLİNİN UNESCO GASTRONOMİ YARATICI ŞEHİRLER AĞINA KATILMASINA İLİŞKİN YEREL YÖNETİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Suna YÜZER**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Nisan 2022  
Danışman: Prof. Dr. Şule AYDIN**

## ÖZET

Araştırmada, Kayseri İlinin UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı' na başvuru süreci ve ilgili konularda yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşları vb. paydaşların bakış açılarının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu nedenle konu ile ilgili olarak, Kayseri ilinin Yaratıcı Şehirler Ağı'na yapılan başvurunun nasıl algılandığı ve bu çerçevede nelerin yapılması gerektiği konusunda Kayseri'deki ilgili paydaşların görüşleri alınmıştır. Ayrıca sürecin etkin ve doğru bir şekilde yönetilebilmesi için öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, bölgedeki yerel yönetici, STK yöneticisi ve kamu yöneticisi konumunda olan on bir adet paydaş ile yarı yapılandırılmış bir soru formu aracılığı ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmaya çalışılmıştır. Görüşmelerde kişilerin UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı ile ilgili daha önceden bilgilerinin olup olmadığı öğrenilmiş ve şehirdeki gastronomik unsurlar nelerdir, bu ürünler şehrin tanıtımında ve pazarlanmasında yeterli midir? bu ürünler sosyal ve kültürel etkinlikler ile bağdaştırılarak sunulabilmekte midir? gibi sorular paydaşlara yöneltilerek onların da bu projeye olan bakış açıları öğrenilmiştir. Tüm bu yorumlar ve cevaplar sonucu şehrin aldığı bu unvanın şehre olumlu yönde katkı sağlayacağı görüşü ortaya konulmuştur. Katılımcıların çoğunluğunun böyle bir platformdan daha önce haberlerinin olmadığı ama yapılan tanıtımlar sonucunda öğrendikleri ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, UNESCO, Yaratıcı Şehirler Ağı, Kayseri*

**A STUDY ON THE PERSPECTIVES OF LOCAL ADMINISTRATIONS AND  
NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS REGARDING THE  
PARTICIPATION OF KAYSERİ IN THE UNESCO GASTRONOMY NEW  
CITIES NETWORK**

**Suna YÜZER**

**Neveşehir Hacı Bektaş Veli University,  
Institute of Social Sciences Department of Gastronomy and Culinary Arts, M.A,  
March, 2022**

**Supervisor: Prof. Dr. Şule AYDIN**

**ABSTRACT**

In the research, it is aimed to evaluate the perspectives of stakeholders such as local government and non-governmental organizations about the application process of Kayseri Province to UNESCO Gastronomy Creative Cities Network and related issues. For this reason, the opinions of the relevant stakeholders in Kayseri were taken about how the application of Kayseri province to the Creative Cities Network was perceived and what should be done in this context. In addition, suggestions were tried to be developed in order to manage the process effectively and correctly. For this purpose, data were collected by using face-to-face interview technique through a semi-structured questionnaire with eleven stakeholders who are local administrators, NGO managers and public administrators in the region. In the interviews, it was learned whether people had previous knowledge about the UNESCO Gastronomy Creative Cities Network and the questions “what are the gastronomic elements in the city, are these products sufficient for the promotion and marketing of the city, can these products be presented in conjunction with social and cultural activities” were asked to the stakeholders and their perspectives on this project were learned. As a result of all these comments and answers, it has been put forward that this title of the city will contribute positively to the city. It was revealed that the majority of the participants did not know about such a platform before, but they learned as a result of the promotions.

**Key Words:** *Gastronomy, UNESCO, Creator Cities Network, Kayseri*

## İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	i
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK.....	ii
KABUL VE ONAY .....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET .....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR .....	ix
TABLolar LİSTESİ .....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

1.1.Gastronomi Kavramı ve Kapsamı .....	4
1.2.Gastronomi ve Turizm İlişkisi.....	6
1.3.Gastronomi Turizmi Kavramı .....	9
1.4.Gastronomi Turizminin Türkiye’de Gelişimi.....	12
1.4.1.Coğrafi İşaret .....	13
1.4.2.Gastronomi Müzeleri .....	16
1.4.3.Gastronomi Turizmi Kapsamında Gerçekleştirilen Diğer Faaliyetler .....	20

## İKİNCİ BÖLÜM

### YARATICI ŞEHİRLER AĞI VE GASTRONOMİ İLİŞKİSİ VE KAYSERİ MUTFAĞI

2.1. Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Tanımı .....	24
2.2. UNESCO’nun Yaratıcı Şehirler Ağı Tanımı.....	24



2.3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Alınma Kriterleri.....	26
2.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Başvuru Süreci .....	27
2.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması ve Dünyadaki Gastronomi Şehirleri .....	29
2.6. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Türkiye'deki Gastronomi Şehirleri .....	31
2.7. Yaratıcı Şehirler Ağı ve Kayseri Mutfağı .....	34

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **KAYSERİ İLİNİN UNESCO GASTRONOMİ YARATICI ŞEHİRLER AĞINA KATILMASINA İLİŞKİN YEREL YÖNETİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	41
3.2.Araştırma Yöntemi .....	44
3.2.1.Döküman Analizi.....	45
3.2.2.Görüşme.....	45
3.2.3.Veri Analizi.....	48
3.3.Bulgular .....	49
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	64
KAYNAKÇA .....	69
EKLER .....	83

## KISALTMALAR

AVM:	Alış-Veriş Merkezi
EMITT:	Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı
OECD:	İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
STK:	Sivil Toplum Kuruluşu
TPE:	Türk Patent Enstitüsü
TPMK:	Türk Patent ve Marka Kurumu
UCCN:	UNECISO Yaratıcı Şehirler Ağı
UNESCO:	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO:	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1</b> Türkiye’de Bulunan Gastronomi Temalı Müzeler.....	19
<b>Tablo 2</b> Türkiye’de Düzenlenen Gastronomi Turlarına Örnekler.....	22
<b>Tablo 3</b> UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Temalı Şehirler .....	30
<b>Tablo 4</b> Kayseri’nin Coğrafi İşaret ile Tescillenmiş Gastronomi Ürünleri.....	35
<b>Tablo 5</b> Görüşme Kodları (Ana Tema ve Alt Temalar) ve Frekanslar.....	50
<b>Tablo 6</b> Görüşmeler ile İlgili Bulgular .....	55



## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1</b> Gastronomi Bilimi İçin Multidisipliner Bir Model (Zahari vd., 2009) .....	5
<b>Şekil 2</b> Coğrafi İşaret Tescil Türlerinin Dağılımı. ....	15
<b>Şekil 3</b> Tescilli Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı .....	16
<b>Şekil 4</b> Gaziantep UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu.....	31
<b>Şekil 5</b> Hatay UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu .....	33
<b>Şekil 6</b> Afyonkarahisar UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu.....	34



## GİRİŞ

İnsanlığın varoluşundan günümüze kadar uzanan bir geçmişi olan yemek yeme; zamanla fizyolojik ihtiyaç olmaktan çıkarak sanatsal bir değer haline gelmiştir (Göynüşen, 2011). Eski çağlarda hayatta kalabilmek için yemek arayışında olan insanoğlu, gelişen teknoloji ve refah seviyesinin artmasıyla birlikte yemeklerin çeşitliliği, hazırlanması ve sunumunda sanatsal bir değer aramaya başlayarak gastronomi kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Arslan, 2015). Gastronomi bir toplumun kültürel mirası, gelenek görenekleri, dini, tarihi gibi unsurlar ile etkileşim içinde olarak gelişim gösteren ve yaşayan bir kavramdır (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Gastronomi, bir toplumun kültürünü tanıma, benzerlikleri ve farklılıkları görebilme imkânı sunmaktadır (Hatipoğlu, 2010). Bu nedenle insanlar, başka kültürleri tanıyabilmenin ve öğrenebilmenin, o bölgenin yerel lezzetlerini deneyimleyerek mümkün olabileceği kanaatine varmışlardır. Bu durum da gastronomi turizminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Kodese Dikici, 2012).

Turizm hareketliliği kapsamında destinasyon ve rota belirlenmesinde bireylerin ekonomik gücü, destinasyonun uzaklığı, ulaşım çeşitliliği, tatilden beklentiler gibi birçok belirleyici faktör bulunmaktadır. Bireylerin bu faktörlerin dışında, kararlarında belirleyici etkenlerden biri de gidilecek destinasyonun yöresel mutfağıdır (Akmeşe, Ateş ve Sunar, 2019). Dolayısıyla yerel lezzetler, destinasyonların gastronomi geçmişini temsil eden çekici turizm unsurları arasında değerlendirilebilmektedir (Richards, 2002).

Dünya Turizm Örgütü'nün 2012'de yayımladığı evrensel yiyecek turizmi değerlendirmesine göre bölgesel yiyecek-içeceklerin turistlerin destinasyon tercihinde temel bir teşvik unsuru olmadığı ancak yine de destinasyon seçiminde büyük oranda etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca yerel mutfanın, turistlerin tatil beklentilerini karşılayabilmede ve tatil kalitesini yükseltmede önemli rol oynadığı belirtilmiştir (www.unwto.org, 2020). Daha önce yapılmış çalışmalar da (Çokişler ve Türker, 2015; Görkem ve Sevim, 2011) turistlerin tercih ettikleri destinasyonun tarihi ve doğal çekicilikleri kadar destinasyonun kültürel ve folklorik değerlerine de önem verdikleri görülmektedir. Yiyecek ve içecekler folklorik yapının önemli bir bölümünü

oluşturmakta ve gastronomi turizmi turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir rol oynamaktadır.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür rgt (UNESCO), şehirlerin yaratıcı özelliklerini ve kültürel mirasını ortaya çıkarma ve korunması esasına dayanarak, “UNESCO Kültürel şitlilik Küresel İttifakı” ile 2004 yılında “Yaratıcı şehirler Ağı (CCN)” programını başlatmıştır. UNESCO’nun yürütmüş olduğu Yaratıcı şehirler Ağı programı ile şehirlerin özelliklerine göre; zanaat ve halk sanatları şehirleri, müzik şehirleri, tasarım şehirleri, medya sanatları şehirleri, edebiyat şehirleri, sinema/film şehirleri ve gastronomi şehirleri olmak üzere yedi tema olarak grplandırılmıştır. Gastronomi bu program ile ilk kez bir tema altında değerlendirilmiştir (UNESCO, 2020).

Bu kapsamda UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı’nın stratejik hedef ve görevleri maddeler halinde belirtilmiştir. Buna göre hedef ve görev maddelerinden biri olan; “ye şehirlerin Kamu, zel sektör ve sivil toplumun içinde buldukları ortaklıklar sayesinde aynı platformda buluşturarak, yaratıcı fikirleri hayata geçirme yönünde girişimde bulunmaya teşvik etmek ve geliştirmek” maddesi ile girişimci bireylerin sahip olduğu kişilik özelliklerinden biri olan yenilikçi/yaratıcı düşünme yeteneğiyle gerçekleştirilebileceği anlaşılmaktadır.

Gastronomi turizmi, gastronomik unsurların zengin olduğu destinasyonlara seyahat etme, gastronomi ürünlerinin üreticilerini ziyaret etme, yemek pişirme etkinliklerine, gastronomi festivallerine, yarişmalara ve fuarlara katılma, yemek tadımı yapma veya yemekle ilgili aktivitelere katılma amacı taşıyan rekreasyonel seyahatlerdir (evik ve Saılık, 2011: 504). UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı kapsamında gastronomi, kültür ve gıda etkileşimini tanımlamak için kullanılmakta olup, insanların yeme-içme davranışı ile ilgili bilgi ve zevkleri yansıtılmaktadır. Günümüzde UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı platformu ülkemizde giderek önemli hale gelmiştir. Bu araştırmada 2021 yılı başvuruları arasında yer alan Kayseri şehri rneği ele alınarak yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının bakış açılarına yönelik bir araştırma yapılacak ve başvuru adımları incelenecektir.

Kayseri 6000 yılı aşkın süredir varlığını sürdüren ve tarihi geçmişi zengin olan şehirlerden biridir. Altı büyük medeniyete ev sahipliği yapmış, zengin bir tarihe ve kültüre sahiptir. Bölgede var olmuş her medeniyetin kültürel öğelerini günümüze kadar taşımış ve bu öğeleri sürdürmeye devam etmektedir. Şehrin yeme içme kültüründe asırlar boyunca yer alan ve günümüzde kent insanının çabaları ile ülke sınırlarını aşan üne sahip birçok yerel yiyecek-içecek bulunmaktadır. Kayseri Mutfağının zenginliğini ön plana çıkarmak ve diğer alanlarda da var olan kültürel hareketliliği kalıcı kılmak amacıyla gastronomi alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılması hem kentin farklı sektörlerine ivme kazandıracak hem de ağıdaki diğer üye şehirlere zengin unsurlarını aktarma olanağı bulacaktır. Diğer yandan hem yerel yönetim yetkilileri hem de şehrin özel sektörü, sivil toplumu ve yerel halk temsilcileri, yani şehrin tüm paydaşları ile kapsamlı danışma sağlanacak ve Kayseri'nin tarihten gelen zengin mutfağı tüm dünyaya tanıtılacaktır. Ayrıca şehri tarihi, doğal ve kültürel değerlerinin yanı sıra gastronomi açısından da çekim merkezi haline gelmesi sağlanacaktır.

Yürütülen çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ilk bölümü, gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları hakkında bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ile UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehirleri ve Türkiye ile ilgili genel bilgiler, tanımlar, önemi, tarihsel gelişimi gibi konular önceki araştırmalardan da yararlanılarak incelenmiştir.

Araştırmanın son bölümü olan üçüncü bölümde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, sırasıyla belirtilmiştir. Daha sonra paydaş görüşmeleri sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiş ve sonuç ve öneriler kısmı ile araştırma sonlandırılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

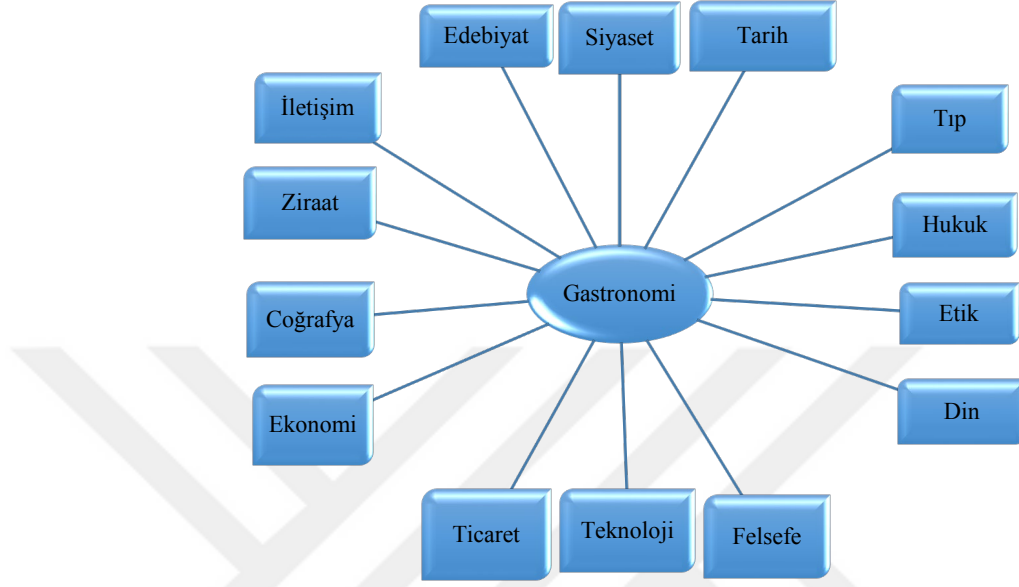
Çalışmanın bu bölümünde gastronomi kavramına, gastronomi ve turizm ilişkisine, gastronomi turizmi kavramına, Türkiye’deki gelişim sürecine ve konu ile ilgili literatür taramasına yer verilmektedir.

#### 1.1. Gastronomi Kavramı ve Kapsamı

"Gastronomi" sözcüğü, Yunanca "gaster" (mide) ve "nomos" (hukuk) kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur. "Gastro" kelimesi mide ve uzantısı olan ağızdan başlayarak tüm sindirim sistemini kapsayan bir kavram olarak nitelendirilirken "Nomos" kelimesi ise düzenlemeler ve kurallar şeklinde tanımlanmaktadır (Katz, 2003; Santich, 2004; 2007). Ancak, sadece sözlük anlamı olarak değil, bütün olarak neyi ifade ettiğini ve neleri kapsadığını sözlük anlamının ötesinde yorumlamak daha önemlidir (Altinel, 2014). Gastronomi bazı kaynaklara göre fen bilimleri ve sosyal bilimlerden yararlanan bir bilim dalı olarak (Dilsiz, 2010) bazı kaynaklara göre ise yeme içme sanatı olarak değerlendirilmektedir (Sormaz vd., 2015). Gastronomi birçok kaynakta yeme-içme sanatı olarak kabul edilse de jeoloji, psikoloji, biyoloji, tarih, kimya, müzik, felsefe, edebiyat, sosyoloji, beslenme, tıp ve tarımla doğrudan ilişkili bir sanat ve bilim dalıdır (Kivela ve Crotts, 2006). Santich (2004) gastronomi kavramını yeme-içme ile ilgili kurallar ve düzenlemeler olarak ve kültürel, tarihi ve çevresel faktörlere bağlı olarak hangi besinin, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi ürünlerle yenileceği ya da içileceği ile ilgili bilgilendirme şeklinde tanımlamaktadır. Hegarty ve O'Mahony (2001) ise gastronomiyi yeme içme çerçevesinde değerlendirerek yiyeceğin ya da içeceğin hazırlanmasında kullanılan malzeme ve reçetelerini, hazırlanması, pişirilmesi ve sunulmasında kullanılan yöntemleri, yiyecek çeşitliliği ve miktarını, beğenilen ve beğenilmeyen tatları, yiyeceğin hazırlanması ve sunumu ile ilgili gelenekleri ve inanışları, kullanılan araç ve gereçleri kapsayan bir kavram olarak değerlendirmektedir. Öte yandan Hegarty (2005; 2009) gastronomiyi bir süreç olarak



değerlendirmekte ve yiyeceklerin toplanması, işlenmesi, hazırlanması, sunulması kapsayan üretimden tüketime kadar olan hatta tüketimden sonra beğenilmesi/beğenilmemesini de içeren tüm süreç olarak ifade etmektedir.



**Şekil 1** Gastronomi Bilimi İçin Multidisipliner Bir Model (Zahari vd., 2009)

Gastronomi yeme içme ile ilgili bir konu olduğundan, yeme içmeyi ilgilendiren birçok konuyu kapsamaktadır. Bunlar arasında beslenme bilimleri, gıda maddelerinin seçiminde kriterlerin belirlenmesi, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, tat alma duyusu ve fizyolojisi, üretim süreçlerinin hijyene uygun olarak geliştirilmesi ve gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik yapılarının bozulmasını önlemek için sanitasyon standartları gibi konular bulunmaktadır (Shenoy, 2005). Gastronomi üretim, tüketim ve üretim ve tüketimin birleşimi şeklinde üç başlık altında değerlendirilmektedir. Üretim boyutunda yemeğin hazırlanma süreci bulunmaktadır. İyi bir yemeğin hazırlanması, pişirilmesi, sunulması ve masa kurma bilim ve sanatı, iyi yemek yeme bilgisi ve yemeğin pişirilmesini içeren uygulamalar üretim boyutunda ele alınmaktadır. Tüketim boyutunda ise yemeği beğenme, yemek yeme davranışı ve lüks ve lezzetli yiyeceklere düşkünlük konuları bulunmaktadır. Üretim ve tüketimin birlikte ele alındığı gruplandırmada ise yiyeceklerin üretimden sunuma kadar olan süreci, yiyeceğin uygun kurallar dahilinde ve uygun araç-gereçlerin kullanılarak sunulması ve tüketilmesi gibi konular incelenmektedir (Akgöl, 2012). Gastronomi diğer bir sınıflandırmaya göre teorik gastronomi, teknik gastronomi, uygulamalı

gastronomi ve bilimsel gastronomi olmak üzere dört başlık altında incelenmektedir. Teorik gastronomi reçetelerin hazırlanmasını, teknik gastronomi üretim sırasında kullanılan araç-gereçlerin üretimi ne yönde etkileyeceğini, uygulamalı gastronomi yiyeceklerin hazırlanışını, yapılışını ve sunumunu, bilimsel gastronomi ise yiyeceklerin besin değerlerini incelemektedir (Hatipoğlu, 2014).

Gastronominin tarihsel başlangıcı ilkçağa uzanmaktadır. İlkçağlarda barınma amaçlı kullanılmış mağaralarda insanların yiyecek için avlandıklarını, bunları masalarda kalabalığa sunduklarını ve hatta sattıklarını betimleyen resimlere rastlanmaktadır (Göker, 2011). Asurlular döneminde ise yemek yarışmalarının yapıldığı bilinmektedir. Mezopotamya uygarlığına ait olduğu düşünülen üzerinde yemek tariflerinin olduğu tabletler bulunmuştur (Göker, 2011).

İnsanlar ateşi keşfederek yiyeceklerini pişirmeye, lezzet katmak amacıyla da çeşitli yöntemler geliştirmeye başlamışlardır. İlk olarak hayvan kemiklerinden daha sonraları ise metallere üretilen kapların kullanıldığı çeşitli mutfak gereçleri ortaya çıkmış bu sayede yemek kültürü gelişmeye devam etmiştir. Aslen yemek pişirme sanatının temellerinin Mezopotamya’da atıldığı, zamanla Anadolu ve Çin Mutfağı olarak ayrıldığı ve gelişimine devam ettiği söylenebilir. Tarihsel süreç ele alındığında, gastronomi alanındaki dönüm noktasının 1765’te Paris’te açılan ilk restoran olduğu ve “yaşamak için yemek yeme” anlayışının dışına çıkıldığı düşünülebilir (Dilsiz, 2010).

Tarihi gelişmeler ışığında gastronomi kavramı gelişme gösterse de gastronomi sözcüğü ilk olarak Archestratus’un ilk yemek kitabı olarak kabul edilen “Gastronomi” adlı bir şiirde geçmektedir. Ayrıca Roma, Mısır ve Yunanlılarda yemek pişirmeye yönelik yazılmış kaynakların olduğu bilinmektedir. İlk çağlarda yemekle ilgili yazdıkları kaynaklara bakıldığında öne çıkan eserler “Uzmanların Şöleni” ve “Apicius” dır (Algün, 2016).

## **1.2.Gastronomi ve Turizm İlişkisi**

Gastronomi, kökleri tüm büyük klasik uygarlıklara dayanan bir bilgi bütünü olmasına rağmen, konaklama ve turizm açısından yeni bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Yöresel yemek tüketimi daha sonraları şarap deneyimi yoluyla diğer kültürleri tanıma

fikrini ifade etmek için 1998 yılında “mutfak turizmi” terimini ilk kullanan kişi Long (2004) olmuştur. Wolf (2002) ise, mutfak ve gastronomi turizmini “yiyecek ve içecekleri denemek ve bundan keyif almak, benzersiz ve unutulmaz gastronomik deneyimler yaşamak için yapılan seyahatler” olarak tanımlamaktadır. Bu noktada yemek ve seyahat kavramları kesişmekte, yiyecek-içecek amaçlı yapılan seyahatlerden bahsetmek mümkün olmaktadır.

Yoğun bir rekabetin olduğu günümüz pazarlama dünyasında, destinasyonların pazarlanması, farklı amaç ve beklentileri içeren birçok zorluğu kapsamından dolayı karmaşık bir olgudur ve yerel mutfaklar bir destinasyonun geliştirilmesinde, tanıtılmasında ve pazarlanmasında eşsiz kaynaklardır (Üner, 2014). Bir bölgenin gastronomi değerlerinin korunması amacıyla gerçekleştirilen gastronomi etkinlikleri (gastronomi festivalleri, eğitimler, müzeler vb.) destinasyonların pazarlanmasında etkin bir rol oynamaktadır. Destinasyon konumundaki ülkelerin yeme içme kültürü, diğer faktörlerin yanı sıra, insanları seyahat etmeye teşvik etmektedir. Günümüzde bireyler yalnızca belirli bir ülke veya bölgenin yemeklerini tatmak için uzun mesafelere gidebilmektedir (Denizer, 2015). Ayrıca, turistler yerel ve bölgesel lezzetleri deneyimlemenin de içerisinde bulunduğu kültürel deneyimlere katılmak için belirli bölgelere seyahat etmektedir. Çünkü bazı kültürler için sıradan olarak kabul edilen yiyecekler, diğer kültürler için kutsal, ilginç ve cezbedici olabilmektedir. Yöresel yemeklerin yapımında kullanılan ürünlerin tadına bakmak ve hazırlanmasını gözlemlemek gibi birçok faktör, turistlerin destinasyon tercihlerini oluşturmalarında önemli rol oynamaktadır (Yüncü, 2010).

Gastronomi destinasyon tercihi ve seyahat motivasyonunda etkili olan bir faktör, tekrar ziyareti sağlayan bir etken ve turistlerin genel memnuniyetini etkileyen bir unsur olarak değerlendirilebilir. Gastronomi ve turizm ilişkisi, yiyecek-içeceklerin bir turistik ürün bileşeni olması, turistlerin yöresel mutfak deneyiminde tüketim davranışları, turistlerin yemek deneyimi ve memnuniyeti ve turistlerin yöresel/farklı yiyecek-içeeceklere ya da ilgili faaliyetlere özel ilgisinin olması şeklinde açıklanabilir. Gastronomi ve turizm ilişkisi turistler, yerel halk, üreticiler, turizm sektörü ve çevreyi kapsayacak şekilde değerlendirilmektedir (Quan ve Wang, 2004; Kivela ve Crotts, 2006; Çalışkan ve Yılmaz, 2016).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizm ve gastronomi arasındaki ilişkiye yönelik bir rapor yayımlamıştır. İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD) ayrıca (Kore mutfağının dünya çapında tanınması için büyük bir çaba sarf eden Kore'nin öncülüğünde) yemek deneyimleri ve turizm arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma yürütmüştür (Richards, 2012). Bu rapor, yiyecek-içeceklerin turizm ile ilişkisine aşağıdaki göstergeler ile temel oluşturduğunu ortaya koymuştur:

- Kültür ve turizmin bağlantılı olması,
- Yemek deneyiminin geliştirilmesi,
- Özgün yemeklerin ortaya çıkarılması,
- Gıda üretimi ve tüketimi için kritik altyapının geliştirilmesi,
- Yerel kültürün desteklenmesi.

Yemek kültürü, aşağıdakiler de dahil olmak üzere markalaşma ve pazarlama faaliyetlerinin temelini de oluşturmaktadır:

- Gıda üreticileri, restoranlar ve turizm endüstrisi arasındaki ortaklıklar,
- Yerel gıdalar için standartların belirlenmesi,
- Gastronomi ile ilgili yaşam tarzlarının çekiciliğini vurgulayan yaşam tarzı konumlandırma,
- Alanda niş pazarların belirlenmesi,
- Tema oluşturulması ve paketlenmesi,
- Özel restoranların geliştirilmesi,
- Ulusal veya bölgesel markanın gastronomi yoluyla aktarılması.

Gastronomi bir destinasyonda turizm içerisinde kullanıldığında o destinasyona birkaç farklı açıdan katkı sağlamaktadır. Üreticiler açısından bakıldığında; yerel hayvancılığı ve tarımsal faaliyetleri geliştirmekte, üretim ve satışları, ayrıca ürün ve hizmet çeşitliliğini arttırmakta, böylelikle yerel üreticilerin, doğrudan ya da dolaylı olarak turizm sektörünün bir parçası olmasını sağlamaktadır. Bunların dışında gastronomi, kültürlerarası etkileşimi arttırmaya, yerel kimliği güçlendirmeye ve bölgesel ekonominin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Yılmaz, 2017). Turizm ve

gastronominin yerel ekonomiyi canlandırmasının birkaç yolu bulunmaktadır (Richards ve Wilson, 2006):

- Turistler genellikle yöresel yemekleri denemeye hevesli olduklarından, bu durum yiyecek üretimine ve ağırlama hizmetlerine olan talebi artırabilir.
- Turistler genellikle yiyecek sunmanın veya hazırlamanın farklı yollarını talep ettiğinden, bu aynı zamanda tarımsal-gıda üretimi-otelcilik sisteminde yeniliği de teşvik edebilir.
- Turistleri cezbeden yerler aynı zamanda yaşamak, çalışmak ve eğitim için de çekicidir. Gastronomi turizminin güçlü bir pazar olarak gelişmesi, yaşam kalitesinin artmasına, daha fazla ziyaretçinin çekilmesini sağlarken aynı zamanda dışarıya göçün önlenmesine de yardımcı olabilir.
- Gastronomi, bölgelerin turizm destinasyonu olması için olumlu imaj yaratmada önemli bir destek sağlayabilir.

Aynı zamanda gastronomi, bir turistik ürün çeşidi olarak turizm endüstrisine; kalış süresinin uzaması, turist sayısının artması, turizm türlerinin gelişmesi, turist harcamalarının artması ve alternatif ürünlerin geliştirilmesi açısından da katkılar sağlamaktadır (Yılmaz, 2017).

### **1.3.Gastronomi Turizmi Kavramı**

Turizm, insanların kişisel veya mesleki amaçlarla sürekli ikamet ettikleri çevrelerinin dışındaki ülkelere veya yerlere hareketini kapsayan sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (UNWTO, 2022). Alternatif turizm arayışı sonucunda ortaya çıkan gastronomi turizmi, yiyecek-içeceğin gıda sektöründeki konumundan dolayı ekonomi ve toplumsal kalkınmaya katkı sağlayan bir turizm çeşididir (Cömert ve Sökmen, 2017). Ancak yabancı literatürde “culinary tourism (yeme-içme turizmi)”, “gastronomy tourism (gastronomi turizmi)”, “food tourism (yemek turizmi)”, “gourmet tourism (gurme turizmi)” gibi farklı şekillerde adlandırılmaktadır (Sormaz vd., 2015). Turistin tercih, beklenti ve seyahat arayışı yönündeki farklılıklar alternatif turizm türlerinin ortaya çıkışını zorunlu kılmış ve bu doğrultuda turizm türleri çeşitlendirilerek kırsal turizm, yayla turizmi, miras turizmi, eko-turizm, gastronomi turizmi, termal turizm gibi farklı turizm türlerine odaklanılarak geliştirilmiştir

(Emekli, 2006). Gastronomi turizminin temelini oluşturan unsur yiyecek-içecek kültürüdür. Bununla birlikte, çiftliklere ya da şarap üretim yerlerine düzenlenen yiyecek-içeceklerin deneyimlenmesini kapsayan seyahatleri de içermektedir. Gastronomi turizmi sadece yemek ve restoranlardan oluşmamakta, her türlü mutfak deneyimini kapsamaktadır. Bu deneyimler arasında aşçılık okullarında eğitim alma, üzüm bağlarını, şarap üreticilerini, içki fabrikalarını ziyaret etme, gastronomi ile ilgili televizyon programları ve dergiler gibi medya ürünlerini takip etme, tur operatörlerini ve rehberlerin tur programları bulunmaktadır (Çağlı, 2012; Tikkanen, 2007).

Gastronomi turizmi turistlere yeni bir yiyecek-içecek deneyimi yaşatmak için seyahat motivasyonu oluşturan ve seyahat davranışlarının belirlenmesinde etkili olan bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda da turistlere, ziyaret ettikleri destinasyonun kültürünü ve geçmişini öğretme olanağı sağlamaktadır (Akbaba ve Kendirci, 2016). Özetle gastronomi turizmi sunduğu imkânlar ile bazı kişiler tarafından yaşam tarzı haline getirilmekte, bazılarında ise deney yapma, farklı kültürlerle etkileşime girme, yeni şeyler öğrenme ve yöresel mutfakları tanıma gibi fırsatlar sunmaktadır (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014).

Gastronomi turizmi olgusunu inceleyen ve bu yeni turizm türünü geliştirmeyi hedef alan önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bunların en önemlisi, gastroturizm alanında yapılmış çalışmaların sonuçlarını bir araya getiren Hjalgar ve Richards'ın (2002) çalışmasıdır. Diğer çalışmalardan bazıları ise Boniface'e (2003); yemek turizmini tanımlamaya ve karakterize etmeye çalışan Long'a (2004); Cohen ve Avieli'e (2004); ve gastronomi (Hall vd., 2003) ve şarabı (Hall vd. 2000) inceleyen Hall'a aittir. Günümüzde de halen gastronomi turizmi alanı ile ilgili çok sayıda araştırmacılar tarafından yapılmaktadır.

Bireylerin, evlerinde veya seyahat ederken bazı temel ihtiyaçları vardır; en temel olanı ise yemek yemektir. Turistler, ziyaret ettikleri bölgeye ait olan yemek ve gıda ürünlerini tüketmeye, giderek daha fazla ilgi duymaktadır. Buradan hareketle son yıllarda, özellikle yerel gıda ürünlerini denemekle ilgilenen ve gurme turist şeklinde adlandırılan yeni bir turist tipi ortaya çıkmıştır. Hall vd. (2003), gurme turisti birincil motivasyon kaynağı yöresel ürünleri denemek olan kişi olarak tanımlamaktadır. Bu durum, birincil veya ikincil gıda üreticilerine ziyaretler, gastronomi festivallerine

katılma veya bölgeye özgü yemekleri denemek üzere oradaki restoranlara ziyaretler anlamına gelmektedir. Böylece yerel gıdaların ve tedarik zincirinde yer alan yerel paydaşların önemini ortaya çıkarmaktadır (Montanari ve Staniscia, 2009). Gastronomi, turistin karşılaştığı ve deneyimlediği yerel kültürün bir parçası, turizmin teşvik edilmesinde bir unsur, yerel ekonomide bir kalkınma aracı ve tüketim davranışlarını etkileyen bir faktör olarak kabul edilmektedir (Tikkanen 2007).

Gastronomi turizmi faaliyetlerine katılan turistler iki gruba ayrılmaktadır. Belirli bir tur organizasyonu kapsamında bölgeyi ziyaret eden turistlerin yöresel ürünleri tüketmesi, orada satılan gastronomik ürünleri satın alması gibi faaliyetlere katılan turistler ilk grubu oluşturmakta, gastronomi turizmine bilinçli ve profesyonel olarak katılan kişiler ise ikinci grubu oluşturmaktadır (Bekar ve Belpınar, 2015).

Gastronomi turizminin gelişmesinde bölge halkının o bölgeye ait yerel ürünleri koruması önemli bir noktadır. Oteller, üzüm yetiştiricileri, tur operatörleri, restoranlar, paket turla gelen veya bireysel turistler ve yerel işletmeler gastronomi turizminin paydaşlarından bazılarıdır (Alonso ve Yiliu, 2011). Bir yörenin yemeklerini ve kültürünü tanıtmak amacıyla düzenlenen gastronomi turları, bir bölgeyi öne çıkarabilir. Bu bölgelerden bazıları şarap turizminin gelişmiş olduğu Avustralya, Fransa, İtalya, Güney Afrika, İngiltere, Amerika vb.; bira turizmi ile gelişmiş olan Kanada; makarna ve pizza ile ün yapmış İtalya'dır. Ayrıca İtalya'nın Toscana bölgesi, Kaliforniya'da Napa vadisi, ABD, Güney Afrika, Avustralya, Şili ve Fransa'nın Champagne ve Burgundy bölgeleri uzun yıllardır gastronomi destinasyonları olarak bilinmektedir. Türkiye ise, genellikle kebab ve döner (etten yapılan özel yemekler) ile ünlüdür (Acar, 1996; Charters ve Knight; 2002, Plummer vd., 2005; Getz ve Brown, 2006; Sparks, 2007; McKercher vd., 2008).

Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte bazı yaklaşımlar ve dolayısıyla da kavramlar ortaya çıkmıştır. Gastronomi turizmi ile birlikte literatürde yer alan kavramlar şunlardır:

*Gastro Turist*: Klasik yemek yeme davranışından farklı olarak özellikle yiyecek-içecek deneyimi için seyahat eden kişiler için kullanılan kavramdır (Şimşek ve Selçuk,

2019). Sadece açlığını gidermek için değil yemek yeme davranışına farklılık katmak, farklı deneyim elde etmek amacı taşıyan kişilerdir (Aksoy ve Sezgi, 2015).

*Gastronom:* Yemeğe düşkün, yemek meraklısı, lezzet/tattan anlayan kişiler için kullanılan tabirdir. Yeme içme açısından uzman, yeme içme alanında sanatçı olarak ifade edilmektedir (Hatipoğlu, 2010; Dilsiz, 2010; Bağiran Özşeker, 2016).

*Gastronomik kimlik:* Gastronomik kimlik, belirli bir bölgenin yiyecek-içecekleri ile ilişkili tatlar, aromaların yanı sıra içeriklerin, ürünlerin, pişirme tekniklerinin birleşimiyle oluşan destinasyonun kimliğidir (Harrington, 2005).

*Gurme:* Yemekte kullanılan malzemenin uyumunu, pişirme yöntemlerini, hazırlama ve pişirme esnasında gösterilen özen ve değeri anlayan, takdir eden kişidir (Hatipoğlu, 2010; Dilsiz, 2010; Bağiran Özşeker, 2016).

*Gurman:* Yeme amacı karın doyurmak olan, yemek kültürü, görünüş, hijyen, tat gibi standartları gözardı eden kişidir (Dilsiz, 2010; Bağiran Özşeker, 2016).

*Degüstatör:* Duyu organları aracılığı ile yiyecek-içecekleri tat, koku, renk ve kalite açısından değerlendiren kişidir (Hatipoğlu, 2010; Akgöl, 2012; Bağiran Özşeker, 2016).

#### **1.4.Gastronomi Turizminin Türkiye’de Gelişimi**

Gastronomi turizmi, turistlerin seyahatlerini benzersiz kılması, destinasyonun öne çıkması ve rakip destinasyonlar arasında iyi bir imaj oluşturması ve yiyecek-içecek tüketiminin sadece fizyolojik bir ihtiyaç olmasının dışında sembolik anlamlar da taşıyabileceğini göstermesi açısından önemli kabul edilmektedir (Çalışkan, 2013).

Türkiye birçok tarihi, kültürel ve doğal değerlere sahip olması bakımından adeta bir turizm cennetidir. Ancak, yabancı ziyaretçilerin büyük kısmı genellikle gezi-eğlence amaçlı (deniz-güneş-kum) ziyaret etmektedir (Türkben vd., 2012). Bu kapsamda ülkenin sahip olduğu turistik çekiciliklerin turizme kazandırılması, turizm olgusunun mevsimsel özelliğinden kurtarılması ve sürdürülebilirlik kapsamında fırsatların



avantaja dönüştürülmesi, niş pazarların tespit edilip etkinleştirilmesi çerçevesinde düzenlenen gastronomi etkinlikleri, gastronomi destinasyonlarının ulusal ve uluslararası çerçevede uzun yıllar varlığını devam ettirecek bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Yerel kültüre ait mutfak kültürü ve yeme-içme alışkanlıkları, tur/tatil pazarlamasının bir parçası haline gelmiştir. Yiyecek-içeceklerin üretiminden sunumuna kadar olan her faaliyet turizmin bir parçası olarak görülmekte ve gastronomi turizminin tanıtımında da kullanılmaktadır.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenlerinden biri olan Türk mutfağına özgü yemekleri tatma ve tanıma isteğinin beşinci sırada yer aldığı ortaya çıkmıştır (Akman, 1998; Arslan, 2010). Ayrıca Türk mutfağına ait özel yemekleri görmek ve tatmak için düzenlenen turlar yabancı turistler tarafından en çok tercih edilen üçüncü tur çeşidi olduğu ve yabancı turistlerin Türk mutfağını yağlı, çekici, lezzetli ve baharatlı olarak değerlendirdiği tespit edilmiştir (Akgöl, 2012; Şanlıer, 2005).

Son yıllarda beslenme alışkanlıklarının standartlaşması, genetiği değişen gıdaların yaygınlaşması, beslenme kaynaklı hastalıkların artması gibi nedenlerle bilinçli tüketici davranışları gelişmeye başlamıştır. Bu doğrultuda geleneksel yiyecek-içeceklerin ve üretim yöntemlerinin tanıtılması ve korunmasına yönelik dünyada başlayan birtakım uygulamalar Türkiye'de de yürütülmektedir. Gastronomi turizmi içerisinde de değerlendirilen bu uygulamalar arasında coğrafi işaret, gastronomi müzeleri, gastronomi turları, festivaller, pazarlar, üretim yerlerine yapılan ziyaretler yer almaktadır.

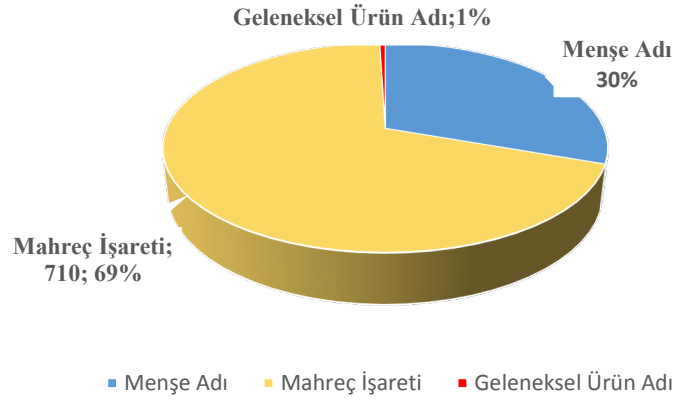
#### **1.4.1.Coğrafi İşaret**

Türkiye'de gastronomi turizminin gelişmesinde bir aşama olarak değerlendirilebilen Coğrafi İşaret sistemi ilk kez 1995 yılında yürürlüğe giren 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik ile Türkiye'de uygulamaya girmiştir (www.mevzuat.gov.tr). Bu kararnamede Türk Patent Enstitüsü (TPE) tescil başvurularını kabul eden ve değerlendiren kurum olarak belirlenmiştir. 10 Ocak 2017 tarihli Resmî Gazete'de

yayınlanan “Sınai Mülkiyet Kanunu” ile kurumun ismi Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) olarak değiştirilmiştir (Kantaroğlu ve Demirbaş, 2018). Coğrafi işaret, tüketiciler için ürünün asıl kaynağını, tipik özelliklerini ve ürünün karakteristik özellikleri ile coğrafi bölge arasındaki bağlantısını gösteren ve garanti eden kalite işaretidir. Coğrafi işaret tescili ile ürünün gelenekselliği, kalitesi, hammaddesi ile yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunması sağlanmaktadır. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak iki grupta tescil edilmektedir. Tarım, gıda, maden, sanayi ürünleri ve el sanatları coğrafi işaret tesciline konu olabilmektedir (TPMK, 2022).

Menşe adı, bir ürünün tüm niteliklerinin belirli bir coğrafi bölgenin doğal ve beşeri özelliklerinden kaynaklanması o ürünün “menşe adı” ile tescillenmesini gerektirmektedir. Ürünün üretilmesi, işlenmesi ve diğer tüm işlemlerinin o coğrafi alanın sınırları içinde gerçekteşmesini gerektirmektedir. Menşe adı olarak tescil edilmiş coğrafi işaretlerin kaynaklandıkları alan ile bağlarının kuvvetli olduğunu göstermektedir. Belirgin bir özelliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin o coğrafi alan içinde gerçekteşmesi gereken ürünlerin tescillendiği coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir. Hammaddesi veya üretim, işleme aşamalarından biri o coğrafi yörede gerçekteşen bir ürün mahreç işareti olarak tescillenirse diğer işleme aşamaları kaynaklandığı alan dışında da gerçekteştirilebilir. Menşe adı veya mahreç işareti kapsamında olmayan, ilgili alanda bir ürünü tarif etmek amacıyla geleneksel olarak en az otuz yıldır kullanıldığı kanıtlanabilen adlar, aşağıdaki şartlardan en az birini taşıması hâlinde geleneksel ürün adı olarak tescillenir (TPMK, 2022):

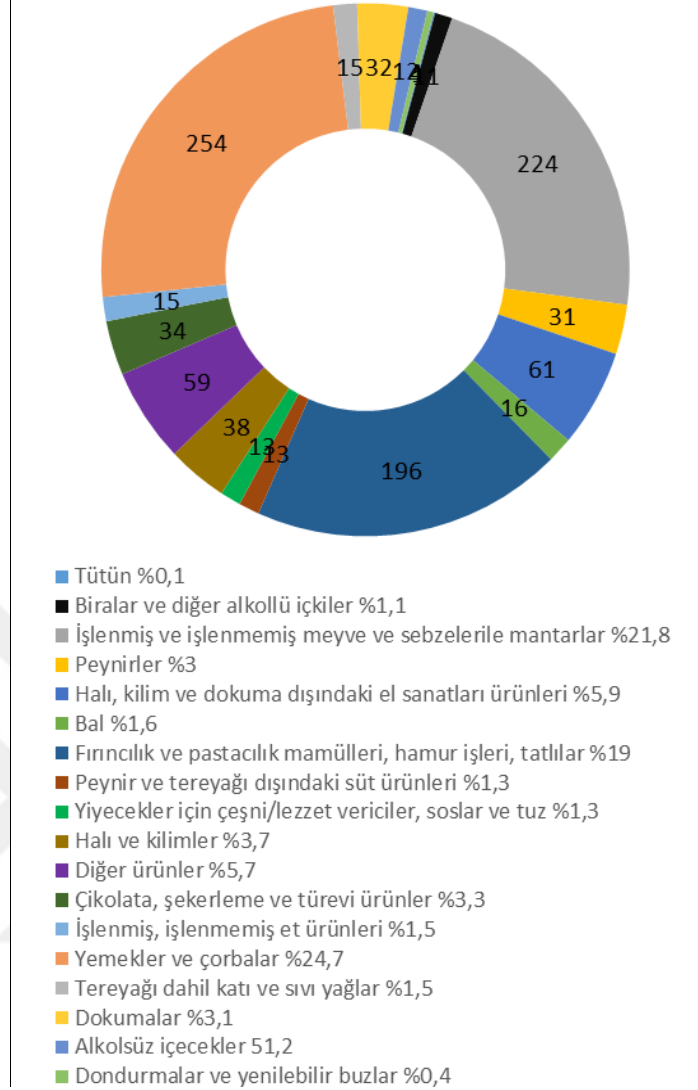
- Geleneksel üretim ya da işleme tekniği veya geleneksel yapıdan kaynaklanması.
- Geleneksel hammadde ya da malzemedен üretilmiş olması.



**Şekil 2** Coğrafi İşaret Tescil Türlerinin Dağılımı.

**Kaynak:** Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022

Türkiye’de 2022 yılı itibariyle tescillenmiş ürün sayısı 1032, başvurusu devam eden ürün sayısı 754’tür. Menşe adı ile tescilli ürün sayısı 314, Mahreç işareti ile tescillenen ürün sayısı 710, geleneksel ürün adı alan ürün sayısı ise 5’tir.



Şekil 3 Tescilli Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

2021 yılı verilerine göre Avrupa Birliği'nin coğrafi işaret listesinde Türkiye'de 7 ürün bulunmaktadır. Bunlar; Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası", "Aydın İnciri", "Malatya Kayısı", "Aydın Kestanesi", "Taşköprü Sarımsağı", "Milas Zeytinyağı" ve "Bayramiç Beyazı" dır (European Commission, 2022).

#### 1.4.2. Gastronomi Müzeleri

Gastronomi ile ilgili yapılan çeşitli etkinlikler turistlerin tercihleri arasında önemli bir turistik deneyim olarak görülmektedir. Bu etkinlikler arasında dikkat çeken gastronomi müzeleri bir yandan farklı kültürlerin yeme içme davranışlarının devam ettirilmesi ya da ortaya çıkarılması, bir yandan da bu çekiciliğin bir turistik pazarlama ürünü olarak sunulması bakımından, destinasyonların önemli çekicilikleri arasında yer

almaktadır. Gastronomi müzeleri yerel mutfağın yiyecek-içecek tarihini göstermesinin dışında ziyaretçilere bu yiyecek-içecekleri tadabilme, satın alabilme ve eğlenceli vakit geçirme imkânını da sunmaktadır.

Gastronomi müzeleri, yeme-içme ve mutfak kültürünün unutulmaması, kültürel değerlerin korunması, destinasyon çekiciliğinin artırılması ve devamlılığının sağlanması bakımından önemli turizm ürünleri arasındadır. Gastronomi müzeleri hem somut hem de geçici objeler olan yiyecekleri geçmişten günümüze taşıyarak kalıcı olmalarını sağlar (Williams, 2013). Müzeler sergilenen ürünlerin tarihini, günümüze kadar olan gelişimini, üretimlerinde kullanılan araç ve gereçlerini, insanlığa etkilerini ve varsa hikâyelerini ziyaretçilere aktarmaktadır (Sezen, 2018).

Yılmaz ve Şenel (2014) gastronomi müzelerini dört gruba ayırmaktadır. Bunlar:

*Kültürel Mirasa Dayalı Gastronomi Müzeleri:* Bölgenin kendine özgü yiyecek-içeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve kültürel değerlerini yansıtan müzeler olarak tanımlanmaktadır. Buna örnek olarak Gaziantep Emine Göğüş Mutfak Müzesi ve Şanlıurfa Mutfak Müzesi verilebilir. Her ikisi de yöresel mutfak kültürlerini ve yemek hazırlama yöntemlerini mankenlerle canlandırarak sergilemektedir.

*Endüstri Mirasına Dayalı Gastronomi Müzeleri:* Bu müzeler, yiyecek-içecek üreten eski fabrika gibi üretim tesislerini değerlendirmek suretiyle, üretim tarihini yansıtan müzeler olarak tanımlanmaktadır. Bu müze grubuna örnek olarak Çanakkale’de bulunan Adatepe Zeytinyağı Fabrikası Müzesi, Kuşadası’nda bulunan teması zeytinyağı olan Oleatrium Müzesi verilebilir.

*Kırsal Turizme Dayalı Gastronomi Müzeleri:* Yiyecek-içeceklerin üretimini, tarımdan sunuma kadar izleme, hatta bu üretim sürecine katılma imkânı sunan müzeler olarak tanımlanmaktadır. Örnek olarak ise Kars’ta bulunan Zavot Peynir Köyü Müzesi ve Tekirdağ’da yer alan Feyzi Kutman Şarap Müzesi gösterilebilir.

*Popüler Kültüre Dayalı Gastronomi Müzeleri:* Günümüzde hızlı servis sunan yiyecek-içecek işletmelerinin geçmişini günümüze taşıyan müzelerdir. Örneğin McDonalds’ın

iki gastronomi müzesi ve Coca Cola'nın Atlanta'da bulunan müzesi bu grupta değerlendirilmektedir.

Dünyanın farklı ülke ve bölgelerinde 250 gastronomi müzesi bulunmaktadır. Bu müzeler yöresel ürün, mutfak kültürü, şarap/bira ve diğer içecekler, meyve/sebze, ekmek ve unlu mamuller, zeytin/zeytinyağı, peynir/şarküteri, çay/kahve, çikolata/şeker ve diğer müzeler olmak üzere sergilenen ürünler açısından 10 farklı kategorik özellik göstermektedir (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021).

Türkiye'de kurulan ilk mutfak müzesi 2008 yılında Gaziantep'te kurulan Emine Göğüş Mutfak Müzesi'dir (Türkiye Kültür Portalı, 2021). Fakat öncesinde yiyecek-içecek teması barındıran müzelerin açıldığı da Tablo 1'de görülmektedir. Türkiye'de 2021 yılı itibariyle faaliyetlerine devam eden 28 gastronomi temalı müze bulunmaktadır. Tablo 1'de bu müzelere ait bilgilere yer verilmektedir:

**Tablo 1** Türkiye’de Bulunan Gastronomi Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Tema
Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	2004	Şarap
Zavot Peynir Köyü Müzesi	Kars	2011	Peynir
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Gaziantep	2008	Yöresel Mutfak Kültürü
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Ankara	2010	Şarap, Turşu, Sirke
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	2011	Yöresel Mutfak Kültürü
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	2001	Zeytinyağı, Sabun
İstanbul Gastronomi Müzesi	İstanbul	2004	Mutfak Gereçleri
Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	2011	Zeytin ve Zeytinyağı
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Balıkesir	2004	Zeytinyağı
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	2010	Arıcılık
Antakya Mutfak Müzesi	Hatay	2013-2019 (2019)	Yöresel Mutfak Kültürü
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	2016	Zeytinyağı
Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	2017	Yöresel Mutfak Müzesi
Baklava Müzesi	Gaziantep	2016	Baklava
Pelit İstanbul Çikolata Müzesi	İstanbul	2014	Çikolata
Çikolata Müzesi	Bursa	2021	Çikolata Üretimi
Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	2012	Bal
Altınözü Tokaçlı Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	Hatay	2017	Zeytinyağı Üretimi/Tarihçesi
Polonezköy Arıcılık Müzesi	İstanbul	2004	Arıcılık Malzemeleri/Bal Üretimi
Erzurum Evleri Restoran Müze	Erzurum	2011	Tarihi Eşyalar
Egea Zeytin ve Zeytincilik Müzesi	Manisa	2013	Zeytinyağı Üretimi/Tarihçesi
Ayvalık Zeytinyağı Müzesi	Balıkesir	2012	Zeytinyağı Üretimi/Tarihçesi
Ekmek Müzesi	Ankara	2007	Ekmek Yapımı/Ekipmanları
Safranbolu Çikolata Müzesi	Karabük	2019	Çikolata Üretimi
Safranbolu Kahve Müzesi	Karabük	2019	Kahve tarihçesi ve Ekipmanları
Bodrum Çikolata Müzesi	Bodrum	2021	Çikolata Üretimi
Kahramanmaraş Dondurma Müzesi	Kahramanmaraş	2018	Dondurma Hazırlama Aşamaları
Buğday Müzesi	Malatya	2020	Buğday ve Üretilen Gıdalar

**Kaynak:** Savaşkan, 2021.

Tablo 1’de Türkiye’de 2021 yılı itibariyle bulunan gastronomi müzelerinin bulunduğu il, kuruluş yılı ve sergilediği gastronomi temaları yer almaktadır. Aşağıda Türkiye’de gastronomi kapsamında sık ziyaret edilen birkaç gastronomi müzesine ait detaylı bilgiler verilmektedir:

**Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi:** Şanlıurfa Belediyesi tarafından 2011 yılında Geleneksel Mutfak Müzesine dönüştürülmüştür. Müze içerisinde geçmişten

günümüze Şanlıurfa'nın eski mutfak malzemeleri sergilenmektedir. Ayrıca müzede Urfa yöresine ait kıyafetler giyen canlandırılmış mankenler ile mutfak kültürü yansıtılmaktadır. Bu müzede şehirdeki ev hanımları yöresel yemekler ile ilgili kurslar vermektedir (Mutfak Müzesi, 2020).

**Safranbolu Kahve Müzesi:** UNESCO tarafından 2013 yılında kültürel miras listesine alınan Türk Kahvesi ile ilgili günümüze kadar kullanılan ekipmanlarının sergilendiği ve hikâyesinin anlatıldığı, kahve kültürünü yansıtan eserlerin sergilendiği Türkiye'nin ilk kahve müzesidir. Müze Safranbolu eski çarşıda hizmete girmiştir. Bugün müzede Türkiye'de ve dünyada bilinen birçok kahve çeşidi bulunmaktadır. Ayrıca müzede ziyaretçilerin istediği çeşit kahveyi tadabileceği küçük oturma alanları mevcuttur (safranboluturizmdanismanaburosu.ktb.gov.tr, 2021; brtv.com.tr, 2021).

**Marmaris Bal Evi Müzesi:** Bal evi müzesi, Marmaris'in Osmaniye Köyü'nde 2012 yılında kurulmuştur. Müzenin kuruluş amacı; Marmaris çam balını tanıtmak ve destinasyonun turizm hareketliliğini arttırmaktır. Müze, ziyaretçilere arıcılığın tarihini, bal üretimini, çeşitli arıcılık ekipmanlarını, bal dolumunu ve canlı bal arılarını görme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler bal tadımı yapabildiği gibi hediyelik bal da satın alabilmektedir (Marmaris Bal Evi, 2020).

#### **1.4.3. Gastronomi Turizmi Kapsamında Gerçekleştirilen Diğer Faaliyetler**

Yerel halk ve yönetimler tarafından yöresel mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla gastronomi etkinlikleri, şenlik ve festivaller düzenlenmektedir (Çağlı, 2012). Yerel gastronomi etkinlikleri üzüm, peynir, sebze, meyve, zeytin, zeytinyağı, tatlı, yemek, çay, bal, pekmez gibi yöresel ürünlerin geleneksel yöntemlere göre hazırlanması ile gerçekleştirilmektedir. Bu etkinlikler yörelerin gastronomi potansiyellerini tanıtmaları açısından oldukça önemlidir (Çağlı, 2012; Aksoy ve Sezgi, 2015).

Gastronomi turizmi içerisinde değerlendirilen etkinlikler; yiyecek-içecek festivalleri, restoran ziyaretleri, yöresel pazarlar, yemek kursları ve gastronomi turları şeklinde gruplandırılmaktadır:

**Yiyecek-İçecek Festivalleri:** Hu (2010) yiyecek-içecek festivalini, ev sahibi topluluğun paylaşmak istediği yerel yiyecekleri, bunlarla ilgili gururu, gelenekleri



kutlamayı amaçlayan, özellikle dışarıdan gelen ziyaretçiler için yerel turizmi ve/veya mutfak ürünlerini tanıtan hem yerel halka hem de yabancı katılımcılara açık olan turistik bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır. Türkiye, bereketli toprakları ve geçmişten gelen köklü yemek kültürü ve ilgili kurumlar tarafından onaylanmış coğrafi işaretli ürünleri içeren festivalleri ile gastronomi turizmi için önemli bir konumdadır (Ekerim ve Tanrısever, 2020). Türkiye’de gıda odaklı farklı türleri içermekle birlikte 230 tane gastronomi festivali bulunmaktadır (Ekerim and Tanrısever, 2020; Cömert and Çetin, 2017). Kayseri’de teması gastroonomi ürünü olan festivaller ise Akkışla-Gömürgen Yoğurt Festivali, Üzüm Festivali, Yemliha Patlıcan Festivali, Ceviz-Gilaboru Festivali, Kültür ve Kayısı Festivali, Hasancı Pilav Festivali, Uluslararası Kayseri Pastırma, Sucuk ve Mantı Festivali’dir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022; Ekerim ve Tanrısever, 2020).

**Restoran Ziyaretleri:** Tatil amaçlı gerçekleştirilen turistik seyahatlerde, yeme-içme ihtiyaçlarının tamamı dış kaynaklardan sağlanmaktadır. Bu yeme içme faaliyeti sadece yemek ve içmek olayı değil aynı zamanda bir deneyim kazanımıdır. Konaklama için kullanılan otel, restoran seçenekleri veya yöresel yemek sunan marketler bunlara örnek verilebilir. Bu seçenekler arasında restoran ziyareti ilk sırada yer alır (Albayrak, 2013). Restoranların dışında gastronomi ürün üreticilerine, üretim yerlerine yapılan ziyaretler de bu kapsamda değerlendirilebilir. Örneğin, bağ/bahçe ziyaretleri, şaraphaneler, üretim/satış fabrikaları, gıda işleme tesisleri vb.

**Yöresel Pazarlar:** Belli bir yöre ya da bölgede üretimi yapılan, işlenen ve bir geleneği yaşatma çabası içerisinde olan gıda ürünlerinin zamanla bilinirliklerini artırarak ya yapıldığı özel günlerde ya da ürünlerin sezonunda kurulan pazarlardır. Özellikle doğal güzelliklerle birlikte yöresel yemek ve el sanatları gibi kültürel değerlerin iç içe geçtiği bu mekanlar sadece dünya turizminin gözbebeği olmakla kalmayıp, ulusal rekabet ve pazarlama gücünün de önemli birer yapı taşını oluşturmaktadır (Albayrak, 2013).

**Yemek Kursları (Cooking Class):** Yemek pişirme kursları gastronomi turizmini pazarlamanın etkili yollarından biridir (Steinmetz, 2010). Akgöl (2012) yaptığı bir çalışmada, yemek pişirme kurslarının gastronomi turizmine yönelik turlar arasında olduğunu ifade etmektedir. Bu kurslardaki amaç, amatör veya öğrenmek isteyen

şeflere hem Türk mutfağını hem de dünya mutfağının püf noktalarını aktarmaktır. Bu kurslar içerisinde, profesyonel aşçılık ve pastacılık eğitimi ile birlikte paneller, amatör hobi eğitimleri, söyleşiler gibi etkinlikler de bulunmaktadır. Ayrıca profesyonel olmak isteyen kişiler için geliştirici, keşfedici teknikler de öğretilmektedir (Üzümçü, 2018).

**Gastronomi Turları:** Gastronomi turu, bir seyahat acentesi tarafından düzenlenen, turistlere yöresel yemek kültürü ve yemek gelenekleri ile destinasyon kültürünü ve mirasını aktaran turistik bir ürün olarak tanımlanmaktadır (Ko vd., 2018). Başoda vd. (2018) ise gastronomi turlarını; belirli bir destinasyonun yöresel mutfak kültürüne ve uygulamalarına ait tüm unsurları yansıtan gastronomik ürünleri/uygulamaları turistlere tanıtmaya, bilgi ve deneyim kazandırma amacıyla seyahat acentaları tarafından düzenlenen turlardır. Gastronomi turlarının dolaylı olarak da yerel kültürün sürdürülebilirliğine ve yerel ekonomiye ve destinasyonun tanıtımına katkı sağlama amacı bulunmaktadır (Başoda vd., 2018).

**Tablo 2** Türkiye’de Düzenlenen Gastronomi Turlarına Örnekler

Turun Adı	Yer	Tema
Antakya & Antep & Adana Gurme Turu	Antakya-Gaziantep-Adana	Yöresel mutfak
Urla Enginar Festivali Turu	İzmir	Enginar yemekleri
Alaçatı Ot Festivali Turu	İzmir	Ot
Cooking Alaturka	İstanbul	Yemek pişirme
İstanbul on Food-Culinary Tours	İstanbul	Yiyecek ve içecek
Kemeraltı Gastronomi Turu	İzmir	Yiyecek ve içecek
Cappadocia Home Cooking	Nevşehir	Yemek kursu
Trakya Bağ Rotası Turları	Edirne-Kırklareli-Tekirdağ	Şarap
Mantar Avı ve Yürüyüşleri	İstanbul ve Kastamonu	Mantar
Zeytin Hasadı Turu	Balıkesir	Zeytin
İstanbul Mutfağı Arka Sokak Gezileri-Özel Tur	İstanbul	Yeme-İçme
Kuzugöbeği Mantar Festivali	Muğla	Mantar
Acı ot Festivali Turu	Muğla	Ot
Fındık Toplama Kampı	Trabzon	Fındık
Çay Toplama Turu	Rize	Çay

**Kaynak:** Akyürek, 2020

Tablo 2’de Türkiye’de düzenlenen bazı gastronomi içerikli turlara yer verilmiştir. Türkiye’de birçok seyahat acentası, gurme turları, gastronomi turları, lezzet turları,

festival ve gastronomi turları gibi farklı başlıklar altında ve farklı temalardan oluşan tur satışı yapmaktadır.

***Gastronomi Şehirleri:*** 2004 yılında UNESCO, yaratıcılığı kentsel gelişme sürecinde önemli bir faktör olarak gören şehirler arasındaki işbirliğini artırmak için Yaratıcı Şehirler Ağı projesi tasarlamıştır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Türkiye'den gastronomi alanında ilk olarak 2015 yılında Gaziantep “Gastronomi Şehri” unvanını almıştır. 2017 yılında Hatay, 2019 yılında Afyonkarahisar bu unvanı almaya hak kazanmıştır. UNESCO Uluslararası Listesi'nden önce ulusal boyutta değerlendirilen UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesinde gastronomi alanında ise Adana, Balıkesir, Diyarbakır, Kayseri ve Konya şehirleri bulunmaktadır. Ulusal listede değerlendirilen şehirlerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olma süreci devam etmektedir. Yaratıcı Şehirler Ağı ve Türkiye'deki “*Gastronomi Şehirleri*” çalışmanın ikinci bölümünde detaylı şekilde incelenmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### YARATICI ŞEHİRLER AĞI VE GASTRONOMİ İLİŞKİSİ VE KAYSERİ MUTFAĞI

#### 2.1. Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) Tanımı

UNESCO sözcüğü, İngilizce ‘United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization’ kelimelerinin baş harflerinden türetilmiş ve dilimizde ‘Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu’ şeklinde karşılığı oluşturulmuştur. UNESCO misyonunu, insanların zihninde eğitim, sosyal ve beşerî bilimler, doğa bilimleri, bilgi, kültür ve iletişim aracılığıyla barışı oluşturmak olarak tanımlanmaktadır. Merkezi Paris’te olan UNESCO’nun iç işleyiş bakımından Yürütme Kurulu, Genel Konferans ve Sekreterlik olmak üzere üç organı bulunmaktadır. Türkiye UNESCO Sözleşmesini 20 Mayıs 1946 tarihinde 4895 sayılı kanunla kabul etmiştir. Daha sonra UNESCO Sözleşmesinin 7. maddesi gereğince UNESCO Genel Direktörlüğünün Türkiye’deki tek ve yasal temsilcisi olan UNESCO Türkiye Millî Komisyonu 25 Ağustos 1949 tarihinde faaliyete başlamıştır ([www.unesco.org.tr](http://www.unesco.org.tr)). UNESCO Türkiye Millî Komisyonu’nun yapısında ise Genel Kurul, Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu, İhtisas Komiteleri ile Genel Sekreterlik organları bulunmaktadır (UNESCO Milli Komisyonlar Tüzüğü).

UNESCO’nun amaçlarından biri cinsiyet, dil, ırk ve din ayrımı yapmadan insanlar için belirlenen adalet, anayasa kuralları ve insan hakları ve temel özgürlükleri gözeterek eğitim, bilim ve kültür aracılığıyla milletlerarası işbirliğini teşvik ederek barışa ve güvenliğe katkıda bulunmaktır (UNESCO Milli Komisyonlar Tüzüğü).

#### 2.2. UNESCO’nun Yaratıcı Şehirler Ağı Tanımı

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) 2004’te, yaratıcılığı ve kültürel endüstrileri yerel düzeyde kalkınma planlarının merkezine yerleştiren ve uluslararası düzeyde aktif

olarak işbirliği yapan şehirlerle ve şehirler arasında işbirliğini teşvik etmek için oluşturulmuştur. Ağ; edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olmak üzere yedi kategoriyi kapsamaktadır. 2022 itibariyle, ağ dahilinde dünyanın her yerinden 295 şehir ortak misyonlara ulaşmak için çaba göstermektedir. Ocak 2021 itibariyle, dünya çapında 36 şehir UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehirleri unvanına almıştır. Bunlar, yaratıcı endüstri sektörlerini geliştirmek ve teşvik etmek, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeylerde yaratıcı girişimlerde bulunmak ve yaratıcılık ile sürdürülebilirlik arasında bir denge kurmak şeklindedir (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı amaçları şunlardır:

- Yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir faktörü olarak kabul eden şehirler arasındaki uluslararası işbirliğini güçlendirmek,
- Özellikle kamu ve özel sektör ile sivil toplumun ortaklıkları aracılığıyla, yaratıcılığı kentsel gelişimin önemli bir bileşeni haline getirmek için üye şehirler tarafından yürütülen girişimleri teşvik etmek ve geliştirmek,
- Kültürel faaliyetlerin, mal ve hizmetlerin üretimini, dağıtımını ve yayılımını güçlendirmek,
- Yaratıcılık ve yenilik merkezleri geliştirmek ve kültür alanında girişimci ve uzmanlar için fırsatları genişletmek,
- Özellikle dışlanmış veya savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel mal ve hizmetlerden yararlanmalarının yanı sıra kültürel yaşama erişimi ve katılımını sağlamak,
- Kültür ve yaratıcılığı yerel kalkınma stratejilerine ve planlarına tam olarak entegre etmek.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağının hedefleri hem üye şehirler düzeyinde hem de uluslararası düzeyde, aşağıdaki eylem alanları ile uygulanmaktadır (Creative Cities Network):

- Deneyimleri, bilgileri ve en iyi uygulamaları paylaşmak,
- Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliği ile pilot projeler, ortaklıklar ve girişimler üretmek,
- Profesyonel ve sanatsal değişim programları ve ağları oluşturmak,
- Yaratıcı Şehir deneyimi üzerine çalışmalar, araştırmalar ve değerlendirmeler yapmak,
- Sürdürülebilir kentsel kalkınma için politikalar üretmek ve önlemler almak,
- İletişim ve bilinçlendirme faaliyetlerinde bulunmak.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı listesine kayıtlı Türkiye'den 7 şehir yer almaktadır. Bu şehirler Gaziantep (2015), Hatay (2017), İstanbul (2017), Kütahya (2017), Afyonkarahisar (2019), Kırşehir (2019) ve Bursa'dır (2021). Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar Yaratıcı Şehirler Ağı'nda *Gastronomi* alanındadır. İstanbul *Tasarım*, Kütahya ve Bursa *Zanaat ve Halk Sanatları*, Kırşehir ise *Müzik* alanında listede yer almaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesinde ise Sivas (2021), Adana (2021), Balıkesir (2021), Diyarbakır (2021), İzmir (2021), Kahramanmaraş (2021), Kayseri (2021), Konya (2021) ve Şanlıurfa (2021) bulunmaktadır. Bu şehirlerden Adana, Balıkesir, Diyarbakır, Kayseri ve Konya *Gastronomi* alanındadır. Sivas ve Şanlıurfa *Müzik*, İzmir *Tasarım*, Kahramanmaraş ise *Edebiyat* alanında yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu).

### **2.3. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Alınma Kriterleri**

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı Başvuru Kılavuzu'na (2021) göre başvuru çağrısı UNESCO'nun Üye Devletlerinin ve Ortak Üyelerinin tüm şehirlerine açıktır. Başvurular, ağ tarafından belirlenmiş olan yedi yaratıcı alan arasından seçilen alana odaklanacaktır. Başvuru sahibi şehirler yine de Ağ tarafından kapsanan diğer yaratıcı alanlara, aralarındaki mevcut ve /veya potansiyel sinerjileri vurgulayarak ele almaya teşvik edilmektedir. UNESCO, belirli coğrafi veya tematik öncelikleri dikkate alarak Başvuru Çağrısını kısıtlama hakkını saklı tutmakta ve maksimum atama sayısını sınırlayabilmektedir. 2021 Çağrısı itibariyle, aynı ülkeden ve iki farklı yaratıcı alanda en fazla iki başvuru atanmaya uygundur. Ağın coğrafi temsilini güçlendirmek adına,

yetersiz temsil edilen bölgelerden, özellikle Afrika ve Arap Ülkeleri önceliklidir ve bu bölgeler başvuruya teşvik edilmektedir.

Başvuru kılavuzuna göre art arda iki çağrıda UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na başvuruda bulunan ve atanmayan şehirlere, yeni bir başvuru yapmadan önce 4 yıllık bekleme süresi verilmektedir. Bir başvuru çağrısı için, aynı üye devletten veya ortak üyelerden iki farklı yaratıcı alanda en fazla iki başvuru alınmaktadır. Başvuran şehrin bulunduğu ülkedeki ilgili Ulusal Komisyonun aynı ülkeden iki farklı yaratıcı alanda en fazla iki başvuruyu onaylaması talep edilmektedir (UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı Başvuru Kılavuzu, 2021).

#### **2.4. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Başvuru Süreci**

Başvurular, resmî web sitesinde bulunan 2021 Başvuru Formu kullanılarak yapılmaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı Başvuru Kılavuzu'na (2021) göre Yaratıcı Şehirler Ağı programı başvuruları 2 yılda bir alınmaktadır. Başvuru dili İngilizce veya Fransızcadır. Başvuruda bulunmak isteyen şehirler başvuru öncesinde Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında yer alan yedi yaratıcı alandan (Müzik, Tasarım, Sinema, Gastronomi, El sanatları, Edebiyat, Medya Sanatları) birini seçmelidir. Şehirlerindeki potansiyel yaratıcı alan üzerinde yapılmış ve yapılacak projelerin belirlenmesi, seçilen alanın geçmişini, bugününü ve yarınını içine alacak şekilde şehrin ilgili alana dair uygulanabilirlik çalışmasının yapılması ve başvuru formunda belirtilmesi gerekmektedir. Bu ağa başvurular yalnızca yerel yönetimlerce yapılabilmektedir. Yerel yöneticiler ilgili yaratıcı alanı içeren en az dört yıllık bir eylem planı oluşturması gerekmektedir. Oluşturulan bu planlama UNESCO genel sekreterliğince 4 yılda bir denetlenmektedir.

Şehrin genelinde ilgili yaratıcı alanı kapsayacak şekilde, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, dernekler, kooperatifler, meslek birlikleri, kamu kurum ve kuruluşları, üniversiteler, diğer eğitim kurumları ve özel sektör temsilcilerinin, yapılan projeler ve etkinliklerde işbirliği içinde hareket ettiğini hazırlanan başvuru dosyasında belirtmesi ve sunması gerekmektedir.

Başvuru formunun her bölümünde bir kelime sınırı bulunmaktadır. Bu nedenle başvuru metninin kısa ve öz biçimde açıklanması önem taşımaktadır. Başvuru süreci ile ilgili en önemli detaylardan biri de başvuruda bulunacak olan şehrin, bulunduğu ülkenin UNESCO Milli Komisyonu ile bir araya gelmesinin gerekmesi ve başvuru formunun UNESCO Genel Sekreterliğinden önce Milli Komisyon tarafından incelenmesidir.

Şehir tarafından başvuru yapılması düşünülen ilgili yaratıcı alan ile ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimine katkı sağlayan ve bu gelişimi ve başvuruyu destekler nitelikte yerel yöneticiden, UNESCO Ulusal Komisyon'dan, sivil toplum örgütleri veya meslek birliklerinden destek mektuplarının başvuru dosyası içinde bulunması gerekmektedir. Ayrıca şehrin ilgili yaratıcı alanına dair telif hakları ile ilgili herhangi problemi olmayan veya telif hakları ödenmiş olarak kullanılacak şekilde ilgili yerel yönetime devredilmiş ilgili yaratıcı alanla ilgili üç fotoğrafı da başvuru dosyasına eklenmelidir. Başvuru dosyası bütün ekleriyle birlikte son haline getirildikten sonra başvuru formunun en alt kısmında yer alan imza bölümü ilgili şehrin yerel yöneticisi tarafından imzalanmalıdır.

İlgili Şehrin Yaratıcı Şehirler Ağı başvuru süreci ile ilgili adımlar sırasıyla (Gülduran ve Arıkan Saltık, 2020);

- Yaratıcı şehir adaylık komitesinin oluşturulması,
- Şehirle ilgili geçmiş alan araştırmasının yapılması,
- Mevcut üyelere danışılması,
- Yaratıcı değerler ve programların değerlendirilmesi,
- İlgili alanın ve özelliklerinin belirlenmesi,
- Şehrin ağa katkısının belirlenmesi,
- Belediye başkanının resmi onayının alınması,
- Ulusal meslek kuruluşları/sivil toplum kuruluşlarının resmi onayının alınması,
- UNESCO Milli Komisyonu'nun resmi onayının alınması,
- Ağ üyesi şehirlerin resmi onayının alınması
- Başvurunun yapılması şeklindedir.



UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmak isteyen şehirler başvurudan önce şehirle ve başvurulacak yaratıcı alanla ilgili araştırma ve işbirliklerinin yapıldığı belirli aşamaları takip etmektedir. Bu aşamalar sonucu elde edilen çıktılar doğrultusunda başvuru yapılmaktadır.

## **2.5. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması ve Dünyadaki Gastronomi Şehirleri**

Kültürel ve yaratıcı bir etkinlik olarak gastronomi, kentsel topluluklarda ve günlük yaşamda önemli bir yer tutmaktadır. Yaratıcılık ve inovasyonla bağdaştırılan gastronomi, üretim aşamasından, yeni fikirlerin ve ilhamın ortaya çıktığı bir süreç olan tüketime kadar uzanmaktadır. Gastronomi merkezli yaratıcı pazarın ortaya çıkışı sadece film ve televizyon, yayıncılık, reklamcılık, internet ve animasyon gibi alanlarda kendini göstermekle kalmaz, aynı zamanda yaratıcı potansiyelin gerçek ürünlere dönüştürülmesinin de yolunu açmaktadır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda yer alan “Gastronomi Şehri” en fazla yerel özelliklerle birleşen karakteristik yaratıcı şehir türüdür. Dünyanın her yerinde yöresel yemek kültürü, coğrafya, iklim, tarih ve kültürel geleneklerin farklılığından dolayı zengin bir özellik gösterir. Gastronomi de turizm ve ticaretin giderek yaygın hale gelmesiyle gıda küreselleşmesinde şehirlerin özelliklerini öne çıkaran önemli bir unsur haline gelmektedir. Yaratıcı şehirlerin önemli bir biçimi olarak “Gastronomi Şehri” yüklendiği anlam bakımından, yaratıcı gelişim uygulamalarının zenginleştirilme ve geliştirilme sürecinde olan daha fazla şehir tarafından giderek yaygınlaştırılmaktadır (Xiaomin, 2017).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi kategorisinde dünyada 23 ülkeden 36 şehir bulunmaktadır. Tablo 3'te bu şehirler, buldukları ülkeler ve Ağ'a katıldıkları yıllar verilmiştir.

**Tablo 3** UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Temalı Şehirler

Gastronomi Şehirleri	Ülke	Katıldığı Yıl
Rouen	Normandiya	2021
Phetchaburi	Tayland	2021
Saint Petersburg	Rusya	2021
Santa Maria da Feira	Portekiz	2021
Kirmanşah	İran	2021
Thessaloniki	Yunanistan	2021
Usuki	Japonya	2021
Huaian	Çin	2021
Lankaran	Azerbaycan	2021
Kuching	Malezya	2021
Bohicon	Benin	2021
Buraidah	Suudi Arabistan	2021
Overstrand Hermanus	Güney Afrika	2020
Arequipa	Peru	2019
Portoviejo	Ekvador	2019
Mérida	Meksika	2019
Yangzhou	Çin	2019
Bendigo	Avustralya	2019
Afyonkarahisar	Türkiye	2019
Hyderabad	Hindistan	2019
Bergamo	İtalya	2019
Paraty	Brezilya	2017
Alba	İtalya	2017
Hatay	Türkiye	2017
Ensenada	Meksika	2015
Bergen	Norveç	2015
Phuket	Tayland	2015
Belém	Brezilya	2015
Burgos	İspanya	2015
Dénia	İspanya	2015
Gaziantep	Türkiye	2015
Parma	İtalya	2015
Florianopolis	Brezilya	2014
Shunde	Çin	2014
Tsuruoka	Japonya	2014
Östersund	İsveç	2010
Chengdu	Çin	2010
Popayán	Kolombiya	2005

**Kaynak:** UNESCO Creative Cities Network, 2022.

Tablo 3 incelendiğinde ilk katılan şehrin 2005 yılında Kolombiya'dan Popayán olduğu görülmektedir. 2010 yılında iki, 2014 yılında üç, 2015 yılında sekiz şehir Ağ'a katılmıştır. 2016 ve 2018 yılında hiçbir ülkeden katılım olmamıştır. 2017'de üç,

2019’da sekiz, 2020’de bir, 2021’de ise on iki şehir gastronomi alanında Yaratıcı Şehir unvanı almıştır.

## 2.6. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ve Türkiye’deki Gastronomi Şehirleri

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’na gastronomi alanında Türkiye’den Gaziantep 2015’te, Hatay 2017’de ve Afyonkarahisar 2019’da katılmıştır.

Yaratıcı Gastronomi Şehri olan Gaziantep’in eylem planları şu şekildedir (UNESCO, 2022):

- Düşük gelirli insanlara yemek yapabilmeleri ve bilgi birikimlerini şehrin diğer sakinleriyle paylaşabilmeleri için tam donanımlı mutfaklar kurmayı amaçlayan *Mahallelerdeki Mutfaklar* projesi aracılığıyla kültürlerarası diyalogu teşvik etmek,
- Yaratıcı girişimlerin oluşturulması ve yönetimi konusunda savunmasız gruplara ve engelli bireylere eğitim kursları vererek *Engelsiz Atölye* projesi aracılığıyla sosyal katılımı artırmak,
- Diğer Yaratıcı Gastronomi Şehirleri ile özellikle antik İpek Yolu'nun yemek kültürünün tarihi hakkında araştırma yoluyla veri toplayarak işbirliğini teşvik etmek,
- Deneyimleri ve bilgi birikimini diğer Yaratıcı Gastronomi Şehirleri ile paylaşmak ve aktarmak için Uluslararası Gastronomi Festivali düzenlemek.



Şekil 4 Gaziantep UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu

Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali, sadece gastronomi alanında değil, müzik, edebiyat ve halk sanatı unsurlarını da bir araya getiren geniş kapsamlı bir etkinlik olarak öne çıkmaktadır. Diğer yerel festivaller arasında, Gaziantep'in antik İpek Yolu üzerindeki konumu dolayısıyla günümüze miras kalan yerel mutfakların

çeşitliliğini tanıtmak için yapılan ve 3 gün süren bir etkinlik olan Şire Festivali düzenlenmektedir.

Hatay’da ise dernekler ve sivil toplum kuruluşları (STK) ile birlikte Hatay Tarım Fuarı ve Hatay Künefe Festivali de dahil olmak üzere yerel mutfak kültürünün ve tarım ürünlerinin çeşitliliğini tanıtmak için gastronomi temalı birçok festival ve etkinlik düzenlenmektedir. Büyükşehir Belediyesi, çiftçilik teşvikleri ve mikro krediler yoluyla zengin floranın yanı sıra çeşitli yemek kültürünü korumak ve teşvik etmek için bir dizi politika ve strateji yürütmektedir. Hatay Aşçılar ve Pastacılar Derneği gibi organik tarım ve gıda güvenliği ile sağlıklı beslenme konularına odaklanan uzmanlaşmış kuruluşları desteklemektedir. Ayrıca sürdürülebilir gıda teknolojileri ile ilgili farkındalık yaratmak için çiftçilere bahçecilik, permakültür, yüksek teknolojili tarım ve biyoçeşitlilik konularında eğitimler vermektedir. Hatay’ın eylem planları şu şekildedir (UNESCO, 2022):

- Gastronomi alanında fırsat avantajları oluşturmak için kadınlar, tedarikçiler, çiftçiler ve perakendecilerden oluşan grup/dernek tarafından yönlendirilen bir tarım-gıda parkı kurmak,
- Şefler ve uzmanlar için bilgi aktarımı, işbirlikçi fırsatlar ve sertifika programları sağlayacak Mutfak Akademisi kurmak,
- Hatay Mutfak Projesi ve Mutfak Akademisi aracılığıyla diğer Yaratıcı Şehirlerden gastronomi ile ilgili alanlardan şefler ile öğrencileri biraraya getirmek,
- Diğer Yaratıcı Şehir Ağ’ındaki şehirleri de kapsayacak şekilde Dünya Gastronomi Mutfak Fuarı’nın düzenlemek,
- Tarım-gıda ve gastronomi işletmelerinde rehberlik ve eğitim yoluyla mülteci kadınları ve çocukları güçlendirmek
-



**Şekil 5** Hatay UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu

Afyonkarahisar'da düzenlenen Gastro Afyon Festivali ve Yöresel Lezzet Festivali gibi bölgede çeşitli festivaller Afyonkarahisar'ın gastronomi alanındaki önemini ortaya koymaktadır. Dünyaca ünlü bu festivaller, Afyonkarahisar yağlı hamur işleri gibi yöreye özgü lezzetleri tanıtarak ve geleneksel mutfak atölyeleri kurarak birçok turisti ve uluslararası şefi buraya çekmektedir. Afyonkarahisar'ın eylem planları şu şekildedir (UNESCO, 2022).

- Üye şehirlerin katılımıyla ortak dijital uygulama, kongre ve yarışma dâhil olmak üzere önerilen projeler aracılığıyla uluslararası işbirliğini güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamak,
- Özellikle göçmenler gibi gruplarla deneyimleri, en iyi uygulamaları ve bilgileri paylaşmak, bölgedeki girişimciler ve uzmanlar için fırsatlar oluşturmaya katkıda bulunmak,
- Kültürel mal ve hizmetlerin yaratılmasını, üretilmesini ve yayılmasını güçlendirerek, Gastronomi Müzesi gibi sergi alanları oluşturmak için kamu-özel sektörü ve STK'ları bir araya getirmek,
- Enerji ve gıda atıklarının azaltılmasıyla ilgili yeşil çözümlere yönelik politikalar ve önlemler geliştirmek.



Şekil 6 Afyonkarahisar UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Logosu

Afyonkarahisar’da yerel mutfağı zenginleştirmek ve istihdam olanakları yaratmak amacıyla yeni kurulan işletmelere finansal yardım ve göçmen işçilere açılış eğitiminin yanı sıra, Afyon’un gastronomi sektörünün uzun vadeli başarısını sağlamak için devlet tarafından finanse edilen restoran ve marketlerin yeniden inşası çalışmaları devam etmektedir. Afyonkarahisar’da 38’30’ Çiftliği dahil olmak üzere dünya çapında geleneksel mutfağı tanıtmayı amaçlayan bazı özel girişimler de bulunmaktadır.

### 2.7. Yaratıcı Şehirler Ağı ve Kayseri Mutfağı

Kayseri, İç Anadolu Bölgesi’nin güney bölümü ile Toros Dağları’nın birbirine yaklaştığı yerde Orta Kızılırmak bölümünde yer almaktadır. Ankara ve Konya’dan sonra İç Anadolu’daki üçüncü büyük kent ve sanayi merkezidir. Kayseri’de gelişmiş ve gelişen sektörler arasında sanayi, madencilik, ormancılık, tarım, hayvancılık, ticaret ve turizm yer almaktadır (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2022).

Gastronomi alanında zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Kayseri, Temmuz 2021’de UNESCO Türkiye Milli Komisyonu tarafından ‘Yaratıcı Şehirler Ağı Ulusal Listesi’ne alınmıştır. Kayseri ile özdeşleşmiş olan ve uluslararası boyutta tanınan mutfak ürünleri mantı ve pastırmadır. Pastırma, Orta Asya’dan batıya göç eden Türk akıncıları sayesinde Anadolu’ya gelmiş ve Kayseri’de varlığını devam ettirmiştir (Kayseri İl Kültür Turizm Müdürlüğü). Pastırma gibi Orta Asya’dan Anadolu’ya gelen ve Kayseri’de ün yapmış diğer bir gastronomi ürünü de sucuktur. Sucuk da pastırma ile aynı yapım özellikleri göstermekte ve çiğ etin tuz ve baharatla karıştırılması ile

üretilmektedir. Sucuk yapımında pastırma yapmaya uygun olmaya et parçaları kullanılmaktadır (Kadıoğlu, 1995).

Kayseri’de 2022 yılı mart ayı itibariyle Coğrafi İşaret ile Tescillenen 19 adet gastronomi ürünü bulunmaktadır. Bu ürünlere ait bilgiler Tablo 4’te verilmektedir.

**Tablo 4** Kayseri’nin Coğrafi İşaret ile Tescillenmiş Gastronomi Ürünleri

Ürün	Coğrafi İşaret Türü	Tescil Yılı
Kayseri Pastırması	Menşe Adı	2002
Kayseri Sucuğu	Menşe Adı	2002
Kayseri Mantısı	Mahreç İşareti	2009
Develi Cıvıklısı	Mahreç İşareti	2009
Yamula Patlıcanı	Menşe Adı	2010
Tomarza Kabak Çekirdeği	Menşe Adı	2014
İncesu Karaevrek Üzümü	Menşe Adı	2016
Bünyan Gilaburusu	Menşe Adı	2018
Özvatan Çiçekbalı	Menşe Adı	2020
Kayseri Cırgalan Biberi	Menşe Adı	2020
Erkilet Kedi Bacağı	Mahreç İşareti	2020
Akkışla Gilaburusu	Menşe Adı	2021
Kayseri Katmeri	Mahreç İşareti	2021
Kayseri Kurşun Aşı Çorbası	Mahreç İşareti	2021
Kayseri Nevzinesi	Mahreç İşareti	2021
Kayseri Tandır Böreği	Mahreç İşareti	2021
Kayseri Yağlaması	Mahreç İşareti	2021
Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri	Mahreç İşareti	2021
Kayseri Yağ Mantısı	Mahreç İşareti	2022

**Kaynak:** Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022.

**Kayseri Mantısı:** Mantının tarihi çok eskilere dayanmakta olup Kayseri yöresine ait bir üründür ve Anadolu’ya bu bölgeden yayılmıştır. Mantının içerisinde genel olarak yumurta, su, un ve tuz gibi ana malzemeler bulunmakta ve ürünler belirli miktarda konularak yoğurulmasıyla üretilmektedir. Sonrasında hamur biraz dinlendirilerek belirli büyüklükte parçalara ayrılır ve her parçaya kıyma konularak hamurun bükülmesi şeklinde yapılan unlu bir mamuldür. Un, Kayseri Mantısının yöreye özgü olmasını sağlayan temel unsurlarından en önemlisidir. Kayseri’nin Bünyan,

Uzunyayla ve Pınarbaşı ilçelerinde üretilen un yapısal özelliklerinden dolayı mantının tadını etkilemektedir (TPMK, Kayseri Mantısı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi)

**Develi Cıvıklısı:** Cıvıklı hamuru yapımında kullanılan malzemeler (su, un vb.) bölgeye özgü ürünlerdir. Bu özellik cıvıklıyı benzer ürünlerden ayıran en belirgin özelliktir. Benzer şekilde cıvıklı yapımında kullanılan et bölgede doğal koşullarda yetiştirilen koyun etidir. Develi Cıvıklısı için kullanılan fırın standart bir fırın olmayıp, hızlı ısınıp geç soğuyan od taşı, kaya tuzu, cam parçaları ve ponza madeninden yapılmış olması da ayırt edici bir diğer özelliğidir. Cıvıklının hazırlanışının, pişirme tekniğinin ve aroma kazandıran ürünlerin kullanımının coğrafi işaret ile tescillenmesinde büyük etkisi olmuştur (TPMK, Develi Cıvıklısı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Pastırması:** Sığır etinin belirli işlemlere tabi tutulduktan sonra çemenle kaplanması ile üretilmektedir. Ayrıca özel kurutma ve renk aldırma işleminden geçirilmektedir. Pastırmalık etler karkas etlerden sökülmetedir. Pastırma yıl boyunca gündüzleri sıcak ve geceleri serin esen rüzgâr sayesinde kurutulmaktadır (TPMK, Kayseri Pastırması Coğrafi İşaret Sicil Belgesi). Kayseri Pastırmasının üretim aşamaları uzun bir süreçtir ve lezzetiyle bir marka özelliği kazanmıştır (Özkan, 2013).

**Kayseri Sucuğu:** Sığır etinin baharat ve sarımsakla karıştırılıp bağırsakların içerisine doldurularak hazırlanmakta sonrasında özel kurutma ve renk aldırma işlemlerinden geçmektedir. Sucuk yapımında kullanılan et ve yağ ustalar tarafından kuşbaşı kesilip kıyma makinalarında çekilmektedir. Daha sonra tuz, kimyon, sarımsak ve diğer baharatlar ilave edilerek sucuk hazırlanmaktadır. Elde edilen karışım 1 gün teknede bekletilmektedir. Daha sonra sucuk karışımı makinalarla tabii ve suni bağırsaklara doldurulmakta ve doldurulan sucuklar tekrar kurutularak tüketime hazır hale getirilmektedir (TPMK, Kayseri Sucuğu Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Yağ Mantısı:** Tam buğday unu veya ekmeklik buğday unu, tuz, yoğurt, süt, beyaz şeker, kuru maya ve yumurta ile hamuru hazırlanmakta, sonrasında hamur açılarak 6- 8 cm'lik kareler şeklinde kesilmektedir. İçerisine çiğ kıymalı harç konularak çiçek şeklinde kapatılmakta ve kızartılmaktadır. Sıcak olarak ve üzerine



sarımsaklı yoğurt ile salçalı sos dökülerek servisi yapılmaktadır (TPMK, Kayseri Yağ Mantısı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Yağlaması:** Coğrafi sınırdaki “şebit” adı verilen lavaş türü ekmeğin üzerine kıymalı harç konularak üretilen ve sade yoğurtla ya da sarımsaklı servis edilen gastronomi ürünüdür. Şebitlerden birinin üzerine 65-70 g kıymalı harçtan konulmakta ve harç şebitin yüzeyine yayılarak her tarafının yağlanması sağlanmaktadır. Bu şekilde tüm şebitler bir sıra kıymalı harç ve bir sıra şebit olacak şekilde üst üste dizilmektedir (TPMK, Kayseri Yağlaması Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Katmeri:** İçerisine buğday unu, su ve tuz konularak hazırlanan hamurun içine tahinli harç konularak yufkalar açılmakta ve yufkalar birkaç kez katlanıp açılarak üretilen hamur işidir. Kayseri Katmerinde baskın tat tahindir ve yufka katmanlarının tel tel açıldığı görülmektedir. Kayseri Katmeri günlük olarak üretilir ve tüketilir. Kayseri Katmerinin üretiminde, özellikle yufkaların birden çok açılıp katlanması ile katmanlı bir yapı oluşturulmaktadır. Bu bakımdan katmer yapımı ustalık gerektirmektedir. Bu nedenle Kayseri Katmerinin, coğrafi sınır ile ün bağı bulunmaktadır (TPMK, Kayseri Katmeri Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Tandır Böreği:** Yufkalar elde açıldıktan sonra tahinli harçla tekrar açılarak ve her katın arasına kıymalı harç konularak fırında pişirilmektedir. Börek üç kat yufkadan oluşmakta olup fırından çıktıktan sonra üzerine su serpilme ve bir bez ile örtülmektedir. Kare şeklinde dilimlenen böreğin üretimi, hamurunun hazırlanması ve yufkaların açılması suretiyle ustalık becerisi gerektirmektedir (TPMK, Kayseri Tandır Böreği Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Kurşun Aşı Çorbası:** Köftelik bulgur ve irmikle yapılan bulgur köfteleri ve yeşil mercimek, kuzu kuşbaşı et, kuru soğan, nohut, salça ve çeşitli baharatlar kullanılarak yapılan koyu kıvamlı bir çorbadır. Yapımında çok sayıda ürün kullanıldığı için çorba kâsesi kurşun kadar ağır olmaktadır. Bu nedenle “kurşun aşı” adını almıştır. Belirli coğrafi sınırlar içerisinde ve kendine özgü üretim yöntemi ve özellikle çorbanın kıvamının tutturulması açısından ustalık gerektirmektedir (TPMK, Kayseri Kurşun Aşı Çorbası Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Erkilet Kedi Bacağı:** Erkilet Mahallesinde sayıca fazla bağık alan bulunmaktadır. Üzümler çabuk bozulduğu için hasattan sonra hemen tüketilmesi ya da işlenmesi gerekmektedir. Bölgede uzun yıllardır bağı bozumundan sonra üzümler cevizli pekmez sucuğu yapılarak değerlendirilmekte ve şekli kedi bacağına benzediğinden bu ürün, yöre halkı tarafından Erkilet Kedi Bacağı olarak adlandırılmaktadır. Hammaddenin üretiminden yapılışına kadar tüm aşamalar belirlenen coğrafi sınırlarda gerçekleşmektedir (TPMK, Kedi Bacağı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Nevzinesi:** Geçmişe eski tarihlere dayanmakta olup Kayseri mutfak kültüründe önemli bir yere sahiptir. Hamurun bileşiminde yağ, un, ceviz içi, sirke, tahin ve kabartma tozu bulunmaktadır. Hamur pişirildikten sonra üzerinde üzüm pekmezli şerbet gezdirilmekte ve bu yönüyle Kayseri'ye özgü yöresel bir tatlıdır. Üretiminde tereyağı, bitkisel yağ ve zeytinyağı karıştırılmaktadır. Kayseri Nevzinesi 6-7 cm kareler şeklinde kesilmekte ve soğuk olarak servis edilmektedir. Sert kıvamlı bir hamuru yapısı vardır. Piştikten sonra üzerine şerbet döküldüğünde de bu kıvamını korumaktadır. Ancak yerken ağızda dağılır (TPMK, Kayseri Nevzinesi Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Akkışla Gilaburusu:** Akkışla ilçesinde 1980'li yıllardan beri yetiştirilen Akkışla Gilaburusu, *Viburnum Opulus* türünde, ortalama 1,5- 4 metre kadar büyüyen, çok yıllık çalı formunda bir bitkidir. Bitki sonbaharda salkımlarında 30-40 tane nohut büyüklüğünde parlak kırmızı renge meyve vermektedir. Geleneksel kış hazırlıklarında sonbaharda bu bitki toplanmakta ve salamurası yapılmaktadır. Salamurada olgunlaştıktan sonra meyveler salamuradan çıkarılmakta ve suyu sıkılmaktadır. Bu geleneksel üretimin tanıtımı için her yıl Akkışla ilçesinde festival düzenlenmektedir (TPMK, Akkışla Gilaburusu Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Bünyan Gilaburusu:** Bünyan'da yetiştirilen gilaburu diğerlerine göre iri taneli, daha sulu ve kırmızı renklidir. Bünyan Gilaburusu çalı görünümünde ağaçlar olup, boyu 3,5 m- 4,5 m kadar ulaşmaktadır. Meyve verimliliği ağaç başına yaklaşık 15- 25 kg'dır. Dikimden 3- 4 yıl sonra meyve vermeye başlar. Yaz sonunda demet halinde ve küresel şekilde meyveleri oluşmaktadır. Her demet yaklaşık olarak 35-50 adet meyve içermektedir (TPMK, Bünyan Gilaburusu Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Kayseri Cırgalan Biberi:** Kayseri Cırgalan Biberi, Kayseri’de yetişen ve yerel özellik gösteren biberin (*Capsicum annuum*), kurutulup öğütülmesiyle elde edilen kırmızı toz biberdir. Adını Kayseri’nin Kocasinan ilçesine bağlı Cırgalan mahallesinden almaktadır. Biber 8-12 cm uzunluğunda, 4 loblu ve orta acılıktadır. Kayseri Cırgalan Biberi bitki boyu ortalama 40-50 cm kadar ulaşmaktadır. Her bitkiden ortalama 30-50 tane meyve hasat edilmektedir. Ekiminde tohum olarak sadece bir önceki hasattan ayrılan Kayseri Cırgalan Biberi tohumu kullanılmaktadır (TPMK, Kayseri Cırgalan Biberi Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri:** Peynir 1850 yılı itibariyle Kafkaslardan göç eden Çerkesler tarafından üretilen ve günümüze kadar orijinalliğini korumuş olan geleneksel bir peynirdir. Adı geçen coğrafi alanda tam yağlı koyun veya inek sütünden üretilmektedir. Sütün kaynama noktasında fermente peyniraltı suyu eklenmekte ve pıhtılaştırılmaktadır. Ortaya çıkan peynire sepetlerde kalıp halinde şekil verilerek, dışı iri kaya tuzu ile tuzlanmaktadır. On beş gün süreyle doğal ortamda dinlendirildikten sonra tüketilmekte aynı zamanda uzun süre yapısını muhafaza edebilen yarı sert geleneksel bir peynirdir (TPMK, Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Tomarza Kabak Çekirdeği:** Kayserinin Tomarza ilçesi ve köylerinde yetiştirilen kabaktan üretilmektedir. Tomarza yazlık kabağı derin, hafif ve volkanik tüf topraklarda daha iyi yetişmesinden dolayı ilçe topraklarında üst düzey verim alınmaktadır. Diğer kabak türlerinde aynı tarladan iki yılda bir ürün alınırken çerezlik kabak kabak ile her yıl ürün alınması mümkündür (TPMK, Tomarza Kabak Çekirdeği Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Yamula Patlıcanı:** Uzun yıllar Kayseri’nin Yemliha Kasabası ve çevresinde önemli bir geçim kaynağı olarak yetiştirilen ve yöre kültürüne yerleşen üründür. 1997 yılından beri ağustos ayı içerisinde Yamula Patlıcanını tanıtmaya amacıyla festivaller düzenlenmektedir. Türkiye’de yetişen birçok patlıcan çeşidinden farklı morfolojik özellikleri ile kendisine özgü tat ve aromaya sahiptir. Yörede uzun yıllardır yetiştirildiği için belirli seviyede saflaşarak homojen bir yapı kazanmıştır. 2007 yılında

Eskişehir Anadolu Tarımsal Enstitüsü Müdürlüğü Yamula Patlıcanının morfolojik özelliklerini tanımlanmıştır (TPMK, Yamula Patlıcanı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**Özvatan Çiçek Balı:** Özvatan halkının geçim kaynaklarından biri olan arıcılığın tarihi eski yıllara dayanmaktadır. Bölgenin florasında 103 çeşit çiçekli bitki ve 50'ye yakın ağaç türü bulunmaktadır. Bal arılarının yüksek oranda nektar ve poleninden yararlandığı bitki çeşidi fazladır. Özvatan Çiçek Balını, Kafkas melezi arısı yapmaktadır. Bu balın diğer yörelerin ballarından ayırt edici özelliği; yem bitkileri dışında endemik türler olan çok çeşitli bitki polenlerinin bal yapısında yoğun olmasıdır (TPMK, Özvatan Çiçek Balı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

**İncesu Karaevrek Üzüümü:** İncesu ilçesinin coğrafi alanı çevresindeki Erciyes, Hasan ve Melendiz dağlarının püskürttüğü tüflü toprak ve sert olmayan kayalıklar, yöre toprağını üzüm yetiştiriciliğine uygun kılmıştır. İlçenin bulunduğu bölge, iklim ve toprak özelliklerinden dolayı bağcılık için uygun ekolojiye sahiptir. Bu nedenle de denizden 1100 metre yüksekte bulunan bölgede uzun yıllardır bağcılık yapılmaktadır (TPMK, İncesu Karaevrek Üzüümü Coğrafi İşaret Sicil Belgesi).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KAYSERİ İLİNİN UNESCO GASTRONOMİ YARATICI ŞEHİRLER AĞINA KATILMASINA İLİŞKİN YEREL YÖNETİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Projesine katılım ile ilgili sivil toplum kuruluşlarının ve yerel yönetimlerin bakış açısının incelenmesi amaçlanmıştır ve araştırma alanını Kayseri bölgesi oluşturmaktadır. Kayseri bölgesi İç Anadolu bölgesinin güney bölümü ile Toros Dağlarını birbirine bağlayan Orta Kızılırmak bölümünde yer alır. Doğusunda Sivas ili yer almakla birlikte kuzeyinde Yozgat ili, batısında Nevşehir, güneybatısında Niğde, güneyinde ise Adana ve Kahramanmaraş yer almaktadır. Kayseri’de yüksek bir turizm potansiyeline sahip ve sönmüş bir volkanik dağ olan Erciyes Dağı bulunmaktadır. Kentte bulunan en önemli göller; Camız Gölü, Çöl Gölü, Sarıgöl, Yay Gölü ve Tuzla gölüdür. Kayseri ilinde bulunan en önemli akarsu ise Kızılırmak’tır. Yazların sıcak ve kurak kışların ise soğuk ve karlı geçtiği kentte hâkim bitki örtüsü bozkırdır (Elmacıoğlu, 2019).

Kayseri tarih boyunca pek çok medeniyeti bir arada bulundurmuş ve farklı kültürlerden etkilenmiştir. Bu medeniyetlerin en önemlileri Roma imparatorluğu, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı imparatorluğudur. Kültürel açıdan da farklı kültürlere ev sahipliği yapmak yemek kültürünü de çeşitlendirmiştir. Bölgede uzun yıllar Ermeni, Rum, Türk tebaa birlikte yaşamıştır. Kayseri ili köklü tarihi geçmişi, zengin coğrafyası, farklı kültürlere ev sahipliği yapması ve gelişen turizm imkânları ile çok zengin bir ildir. Turizmin gelişmesine katkı sağlayan doğal unsurlardan en önemlisi Erciyes dağı ve kayak merkezleridir. Erciyes’in şehir merkezine uzaklığı 25 km, havaalanına olan uzaklığı ise 30 km’dir. Kayak merkezlerinde her yıl tatil yapılabildiği gibi önemli bir kış turizmine sahiptir. Kamp, tırmanış ve rafting merkezi olan Aladağlar Milli Parkı ise Kayseri, Niğde ve Adana illeri sınırları içerisinde. Kapalı su toplama alanının ortasında bulunan ve pek çok canlı türüne ev sahipliği yapan Sultan

Sazlığı turizm açısından önemli bir doğal merkezdir (Elmacıoğlu, 2019). Önemli bir stratejik konuma sahip olan ilin girişimciliği, ticarete olan merakı, Kayserili iş insanlarının bulunması, zengin mutfak kültürü, halıcılık, kilimcilik, bakırcılık, el işleri, taş ve ahşap işlemeciliği ile önemli avantajlar sağlayarak turizm açısından da önemli bir konuma getirmektedir.

Gastronomi turizmi kişi veya kişilerin yaşadıkları yerlerden başka yerlere giderek o yöreye ait lezzetleri deneyimleme, ürünlerin yapıldığı yerlerin gezilmesi ve ünlü bir şefin ya da restoranın yemeğinin yenmesi motivasyonunu içerisinde barındırır. Gastronomi potansiyelini güçlendirmek amacıyla ülkeler çeşitli faaliyetler ve etkinlikler düzenlemektedir. Kayseri ilinde de gastronomi turizminin gelişebilmesi amacıyla pek çok etkinlik yapılmaktadır. Yöreye özgü yemeklerin tanıtılma çalışmaları ve gastronomi turizminin tanıtılması bunlara örnek verilebilir. Bu noktada gastronomi turizminin gelişmesine önemli katkılar sunan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı projesi önemli bir yere sahiptir (Şahin ve Ünlüönen, 2021).

Yaratıcı Şehirler Ağı projesi 2014 yılında Unesco tarafından oluşturulmuş ve şehirlerin kalkınmasını sağlayan bir çalışmadır. UNESCO tarafından projeye kabul edilmek şehre önemli katkılar sağlamaktadır. Şehrin kültürel özelliklerinin korunarak sürdürülebilirliğin sağlanması ve uluslararası alanda şehrin tanıtımının yapılması önemli katkıları önemli katkılardandır. Tanınırlığını arttırmak isteyen ve gelişimini hızlandırmak isteyen şehirlerin başvuruları gün geçtikçe artmaktadır. Ağ, deneyimlerini, bilgilerini bir araya getirmeye çalışan uluslararası düzeyde aktif olabilecek ve işbirliğine açık şehirlerden oluşmaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda 2022 yılı itibariyle 295 şehir yer almaktadır. Bu şehirler başvurdukları tema ile ilgili konularda kamu, özel sektörü ve sivil toplum ile işbirliği yapmayı taahhüt ederler. UNESCO tarafından yaratıcı şehirler ağının amaçları şu şekildedir; kültürel faaliyetlerin ve hizmetlerin ortaya çıkarılmasını, paylaşılmasını sağlamak, yenilik merkezleri geliştirerek kültürel sektörlerde fırsatları geliştirmek, savunmasız gruplar ve bireyler için kültürel yaşama erişimi sağlamak, kültürü sürdürülebilir kalkınma planlarına entegre etmek sayılabilir (Şahin ve Ünlüönen, 2021).

Yaratıcı Şehirler Ağına Türkiye’den Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar seçilmiştir. Bu şehirlerin ortak özellikleri ev sahipliği yaptıkları kültürlerin çeşitliliği, tarihi geçmişi ve Anadolu’da bulunan zengin ürün çeşitliliği olduğu söylenebilir. Bu şehirlerin zengin bir mutfağa sahip olduğu da bilinmektedir. Türkiye’deki diğer illere bakıldığında mutfak kültürü zengin olan pek çok şehir olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de Yaratıcı Şehirler Ağı’na katılma ihtimali yüksek olan pek çok il bulunmaktadır. Bunlardan birinin de Kayseri olduğu bilinmektedir.

Kayserinin sahip olduğu zengin mutfak kültürü ve turizm potansiyeli ile UNESCO projesine katılabileceği düşünülmektedir. Zira Kayseri 2021 Temmuz’da UNESCO Türkiye Milli Komisyonu tarafından ‘Yaratıcı Şehirler Ağı Ulusal Listesi’ne alınmıştır. Kayserinin daha önceden ağa katılmış olan Hatay, Gaziantep ve Afyonkarahisar’ın özelliklerini taşıması ve coğrafi olarak da yakın coğrafyalarda yer alması katılma ihtimalini arttıran bir etken olarak görülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada UNESCO projesine yapılan başvurunun yörede bulunan ve gastronomi ile ilgili olan kişilerin başvuru hakkındaki düşüncelerinin alınarak projeye destek olunması amacıyla neler yapılabileceği araştırılmak istenmektedir (Şahin ve Ünlüöner, 2021).

Kayseri denildiğinde ilk akla gelen Kayseri mantısıdır. Tüm Anadolu’ya Kayseri’den yayılan mantının kültürel olarak da bir hikâyesi vardır. Kız isteme törenlerinde genç kızların mantı yaparak servis ettiği ve hamaratlıklarını kanıtlamaya çalıştığından bahsedilir. Yöresel yemeklere özgü olan pastırmanın kökeni de Orta Asya’da yaşamış olan Hun ve Oğuz Türklerine dayanmaktadır. Göçebe kültürün bir mirası olarak bu günlere kadar gelebilmiştir. Tuz, çemen, karabiber karışımının üzerine et sürülmesiyle elde edilen pastırma güneşte kurutularak hazırlanır. Pastırma adının ortaya çıkması da bastırma şeklinde yapılmasından gelmektedir. Halk arasında kullanılan bastırma zamanla pastırma adını almıştır (Yağmahan, 2019). Aynı zamanda gastronomik olarak ilk coğrafi işaretli ürün olma özelliğini gösteren pastırma 2002 yılında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenmiştir (Şahin ve Ünlüöner, 2021). Develi Cıvıklısı, Erkilet Kedi Bacağı (Cevizli Pekmez Sucuğu), Cırgalan Biberi, Tomarza Kabak Çekirdeği, İncesu Karaevrek Üzümü, Akkışla Gilaburu Meyvesi ve Salamurası, Bünyan Gilaburusu ve Yamula Patlıcanı Kayseri ilinin coğrafi işaret almış ürünlerinin

başlıcaları arasında sayılmaktadır (Demirezen, 2020). Çok sayıda yöresel mutfak ürününe sahip Kayseri'nin gastronomi değeri ve gastronomi turizmi potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir.

### **3.2.Araştırma Yöntemi**

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bu yöntemlerden birincil veri kaynağı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile ikincil veri kaynaklarından doküman analizi kullanılmıştır. Nitel araştırmanın kullanılma nedeni araştırma konusuna ilişkin yeterli araştırmanın bulunmaması ve sivil toplum kuruluşlarının bakış açısı üzerine derinlemesine bilgi elde etme isteğidir. Paydaşlarla görüşme sonucunda gastronomi ağına katılımı izlenen strateji ve bakış açıları üzerine derinlemesine ve zengin bilgi kaynağına ulaşılacağı düşünülmüştür. Görüşmelerde kullanılan yarı yapılandırılmış soru formu, yapılan doküman analizi doğrultusunda oluşturulmuştur. Araştırmada veri toplama teknikleri olarak doküman analizi ve paydaşlarla yapılan görüşmelerden yararlanılmıştır. Toplanan verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır (Aydın, 2016).

Tez çalışmasında araştırma konusuna uygun olarak fenomenoloji ve durum araştırması araştırma deseni olarak belirlenmiştir. Fenomenoloji, Türkçe'de olgubilim olarak nitelendirilen nitel araştırmanın desenidir (Saban ve Ersoy, 2017). Birden fazla kişinin deneyimi doğrultusunda bir fenomen derinlemesine araştırılarak anlamlandırılmaktadır. Yani fenomenolojik desen, birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili deneyimlerinin ortak anlamını tanımlamaktadır (Creswell, 2018). Bu çalışmada söz konusu olan fenomen (olgu) Kayseri'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılımı olup, bu fenomeni deneyimleyen kişiler ise gastronomi alanı ile ilgili deneyim, bilgi sahibi paydaşlardır.

Araştırmanın diğer deseni olan durum araştırması ise, bir bireyi, grubu ya da kültür durumunu anlama, tanımlama, tahmin etme ya da kontrol etmeyi vurgulayan bir araştırma yaklaşımıdır. Diğer deyişle, bir olay ve bağlam arasındaki sınırlar belirli olmadığında mevcut durumu gerçek alanında irdelemek ile ilgilidir. Durum araştırmaları; tek ve çoklu durum araştırması olarak ikiye ayrılmaktadır (Saban ve Ersoy, 2017). Bu araştırma kapsamında tek durum araştırması araştırma deseni olarak



belirlenmiştir. Araştırma hakkında derin bilgi elde edebilmek için sadece Kayseri’de gastronomi alanında yetkili ve etkin kişilerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’na katılım ile ilgili görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

### **3.2.1.Döküman Analizi**

Döküman analizi yöntemi, yazılı belgelerin içeriğini dikkatli ve sistematik şekilde analiz etmede kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir (Wach, 2013). Bu yöntem elektronik ve basılı kaynaklar olmak üzere tüm belgeleri incelemede ve değerlendirmede kullanılmaktadır. Diğer yöntemler gibi döküman analizi de konu ile ilgili bir anlayış oluşturmak, anlam çıkarmak, ampirik bilgi geliştirmek üzere verilerin incelenerek yorumlanmasını gerektirmektedir (Corbin ve Strauss, 2008). Bu araştırmada döküman analizi verileri araştırma konusuyla ilgili haber, makale, röportaj gibi materyallerin incelenmesiyle elde edilmiştir. Tez çalışması kapsamında dökümanlar gastronomi turizmi, Kayseri ili ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gibi anahtar kelimeler kullanılarak taratılmış ve seçilmiştir. Yapılmış çalışmalar incelendiğinde dökümanların Türkiye’de gastronomi ve turizm ilişkisi, Kayseri ilinde gastronomi faaliyetlerinin turizm üzerine etkisi ile ilgili olduğu gözlemlenmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı projesine yönelik, özellikle bu ağa dâhil olmuş diğer şehirlere ilişkin yapılmış araştırmalar ve röportajlar incelenmiştir.

### **3.2.2.Görüşme**

Görüşme tekniği sosyal bilimlerde en çok kullanılan görüşme tekniklerindedir. Görüşme, sorulara ve görüşmeye verilen cevaplara dayalı olarak gerçekleşen karşılıklı etkileşime dayanmaktadır. Kişilerin iç dünyasına girerek araştırılan konuyla ilgili bakış açısını ortaya çıkarmayı amaçlar (Aydın, 2016). Görüşme yapan kişinin görüşmeye bizzat katılması derinlemesine bilgi edinmesini kolaylaştırmaktadır. Derinlemesine görüşme iki tarafın da etkileşim içerisinde bulunup ortak çabaları doğrultusunda bilgi edinme sürecidir. Derinlemesine görüşme, araştırmacının yaptığı görüşmede aldığı cevapları sınıflandırarak ve bu doğrultuda yeni sorular ekleyerek farklı cevaplara ulaşma tekniğidir.

Derinlemesine görüşme tekniği ‘standartlaştırılmış’, ‘standartlaştırılmış olmayan’ ve ‘yarı standartlaştırılmış’ olarak gruplandırılmaktadır (Tekin, 2006). Yapılandırılmış görüşmeden yapılandırılmamış görüşmeye kadar tüm görüşme teknikleri araştırmacı ile katılımcı arasındaki etkileşime dayanmaktadır. Bu etkileşimin nasıl olacağı ve verilerin niteliğine ilişkin farklı yaklaşımlar bulunmaktadır (Salman Yıkılmış, 2020). Yapılandırılmış görüşmede katılımcıdan önceden belirlenmiş sorulara cevap vermesi istenir. Görüşme formunda açık uçlu sorulara fazla yer verilmez böylece farklılıklar en aza indirilmış olur. Yapılandırılmamış görüşme ise açık uçlu ve yapılandırılmamış soruların sorulduğu derinlemesine bir görüşme tekniğidir (Tekin, 2006). Tez kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği önceden hazırlanmış soruların bulunduğu bir form ile gerçekleştirilmiştir. Bu teknik sayesinde görüşmeci önceden hazırladığı soruların cevaplarını alabildiği gibi görüşme esnasında da ek sorular oluşturma imkânına sahiptir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde amaç farklı kişilerin aynı sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda cevaplar arasındaki benzerlik ve farklılıkları tespit edilerek belirli bir çerçeve de cevapların değerlendirilmesidir (Aydın, 2016).

Görüşme formu UNESCO Yaratıcı şehirler Ağına katılım için Kayseri ilinin projeye başvurması doğrultusunda bölgedeki paydaşların ağa katılma hakkındaki düşünceleri, gastronomi turizmi hakkındaki bilgileri, düşünceleri ve paydaşlar ile yapılan faaliyetlerin neler olduğu, paydaşların ne gibi katkılarının olduğunu, ağa katılımın Kayseri turizminin gelişmesinde ne gibi katkılar sağlayacağı yönündeki bakış açılarını ortaya koymaya yönelik hazırlanmıştır. Bu yöntemle veri elde etmek amacıyla ilk olarak analiz birimi belirlenmiş, araştırılacak durum tanımlanmış ve araştırmaya katılacak bireyler seçilmiştir. Görüşme yapılması planlanan kişilerle elektronik posta ve telefon yoluyla iletişim sağlanmıştır. Katılımcılara çalışmanın kapsamı, önemi ve kendilerinin çalışmaya sağlayabileceği katkılarla ilgili bilgi verilmiştir. Daha sonra katılımcılarla mülakat tarihi ve saatleri belirlenmiştir. Görüşmeler katılımcılara en uygun tarih ve saat seçilerek yine onların uygun olduğu mekânlarda gerçekleşmiştir.

Görüşme yoluyla elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak 17 sayfalık ham veri elde edilmiştir. Toplanan veriler içerik analizine tabi tutulmuş ve çözüm lenmiştir. İçerik analiziyle, toplanan ham veriler kavramsallaştırılmış ve kodlar oluşturulmuştur.

Kodların benzerlik ve farklılıklarına göre aralarında ilişki olan kodlar birleştirilerek tematik kodlama yapılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Görüşme formu sekiz adet sorudan oluşmaktadır:

*Soru1-* Gastronomi turizminin, Kayseri turizminin geleceğinde ve pazarlamasındaki yeri ve önemi nedir?

*Soru2-* Kayseri gastronomisini geliştirmek için sizlerin yapmış olduğu faaliyet, proje, festivaller nelerdir?

*Soru3-* UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında neler biliyorsunuz?

*Soru4-* Şehrin Yaratıcı Şehirler Ağı'na başvurusundan haberdar mıydınız? Bu sürece nasıl bir katkıda bulundunuz?

*Soru5-* Başvurunun Kayseri Turizmine katacağı olumlu gelişmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?

*Soru6-* Bu ağa dâhil olduğunda şehre getireceği olumsuzluklar veya güçlükler hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

*Soru7-* Bu oluşumun bölgedeki paydaşların iş birliğini arttırmasını ve birlikte çalışma kabiliyetlerini ne yönde etkileyeceğini düşünüyorsunuz?

*Soru8-* Bu konu hakkında başka düşünceleriniz, eklemek istediğiniz bir şey var mıdır?

Araştırma kapsamına dâhil edilebilecek kişiler Kayseri ili ve çevresinde bulunan paydaşlar olarak belirlenmiştir. Paydaşların gönüllülük esasına uygun olarak araştırmaya katılmalarına dikkat edilmiştir. Araştırmada turizm ve gastronomi ile doğrudan ilgili olan tüzel ve gerçek kişiler ile mülakat yapılmıştır. Görüşmeler 2021 Ağustos ile 2021 Ekim ayları arasında gerçekleşmiştir.

- Kayseri Büyükşehir Belediyesi
- Talas Belediyesi
- Hacılar Belediyesi
- Kayseri Üniversitesi
- Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
- Abdullah Gül Üniversitesi

- Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞPAKON)
- Kayseri Turizm İşletmecileri Derneği (KAYTİD)
- Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (ORAN)
- Talas Maharetli Eller Kadın Üretici Pazarı
- Restoran İşletmesi

Yukarıda listelenen kurum ve işletmelerin konu hakkında bilgi verebilecek yetkilileri ile yarı yapılandırılmış mülakat gerçekleştirilmiştir. Toplamda on kişi ile görüşülmüş ve görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır.

### **3.2.3. Veri Analizi**

Nitel araştırmada veri analizi, verilerin hazırlanması, organizasyonu, kodlanması, kodların bir araya getirilmesi, temaların, tabloların ve şekillerin oluşturularak sunulmasını içermektedir. Nitel araştırmalarda veri analizlerinin standartlaştırılmasının araştırmacıyı sınırlandırdığı vurgulanmaktadır. Betimsel analiz ve içerik analizi olmak üzere iki tür analiz yöntemi belirlenmiştir. Betimsel analiz içerik analizine göre daha yüzeysel konularda kullanılırken araştırmaya ait kavramların açıkça daha önceden bilindiği araştırmalarda kullanılır. İçerik analizi ise toplanan verilerin derinlemesine analizini içerir. Önceden belirli olmayan temaların ve kavramların ortaya çıkarılmasını sağlar (Aydın, 2016). İçerik analizi, çeşitli söylemlere uygulanan birtakım metodolojik araç ve tekniklerin bütünü şeklinde ifade edilmektedir. İçerik analizi olarak ifade edilen bu araç ve teknikler, kontrollü bir yorumlama ve genellikle tümdengelim dayalı bir “okuma” aracı olarak nitelendirilmektedir. Söz konusu okuma, sınırları belirlenmiş söylemlerin çözümlenmesi esasına dayanmaktadır. Dolayısıyla içerik analizi, mesajda, bireyi görünmeden etkileyen öğelerin belirlenmesine yönelik *ikinci bir okuma*dır. Yapılan araştırmada içerik analizi türlerinden olan frekans analizi kullanılmıştır (Bilgin, 2014). Araştırmada sorulara verilen yanıtların ve incelenen dokümanların içerik analizi yapılmıştır. Çalışma kapsamında veriler 4 aşamada gerçekleştirilmiştir.

- Verilerin kodlanması,
- Temaların oluşturulması,
- Kodların ve temaların düzenlenmesi,
- Bulguların tanımlanması ve yorumlanması.

Araştırma kapsamında araştırmacı doküman analizi için dokümanları taramış ve ön okuma yapmıştır. Belirlenen kod şemasına göre de kodlamalar yapılmış, alıntılar belirlenmiştir. Görüşmelerde elde edilen verilerin analizi için soru formu incelenmiş ve ön okuması yapılmıştır. Kodlama işleminin ardından sorulara göre kategoriler oluşturularak kodlamalar isimlendirilmiştir.

Güvenirliğin sağlanması konusunda dikkat edilmesi gereken bazı durumlar vardır. Görüşme, gözlem ve doküman ile elde edilen bilgilere herhangi bir yorum katmadan okuyucuya sunup yorumu daha sonraya bırakmasıdır. Doğrudan yapılan alıntılar okuyucunun daha sonradan yapacağı yorumları olumlu etkileyecektir. Okuyucu verileri yorum katılmamış haliyle okursa araştırmacının ulaştığı sonuçları da değerlendirme fırsatı bulabilir. Bundan dolayı tez kapsamında doğrudan alıntılara da yer verilmiştir. Verilen analizi için çoklu kodlama sistemine dayanan ve kodlayıcıların arasındaki görüşlerin ortaya konmasını sağlayan kodlama sistemi de güvenilirlik için kullanılan bir yöntemdir (Aydın, 2016). Dolayısıyla araştırmanın güvenilirliği kapsamında kodlayıcılar arası uzlaşma sağlanmış ve klasik yöntemlerden biri olan alan uzmanlarına danışma stratejisinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda tez çalışmasında katılan paydaşların kodlanarak bulguların aktarılması sağlanmıştır. Kodlama sisteminin kullanılması başkaları tarafından bulguların algılanma oranını da arttıracaktır. Katılımcılar K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11 şeklinde kodlar ile gösterilmiştir.

### **3.3.Bulgular**

Araştırmanın bu aşamasında veriler toplanmış, toplanan veriler araştırma problemleri ile ilişkilendirilmiş, veri analizleri yapılmış ve elde edilen bulgular yorumlanarak rapor haline getirilmiştir.

Tablo 5’te yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler üzerinden görüşme kodları ortaya çıkarılmıştır.

**Tablo 5** Görüşme Kodları (Ana Tema ve Alt Temalar) ve Frekanslar

Görüşme Kodları	Frekans (241)	Frekans %	Toplam Yüzdesi
<b><i>Gastronomi Turizmi</i></b>	<b>67</b>	<b>100</b>	<b>27,80</b>
Kültür	12	17,91	4,97
Zengin	10	14,92	4,14
Tarih	8	11,94	3,31
Mutfak	8	11,94	3,31
Yöresel	6	8,95	2,48
Tanıtım	5	7,46	2,07
Ekonomi	5	7,46	2,07
Lezzet	4	5,97	1,65
Seyahat	3	4,47	1,24
Pazarlama	3	4,47	1,24
Kalkınma	3	4,47	1,24
<b><i>Gastronomik Faaliyetler</i></b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>20,33</b>
Şenlik (Festival)	7	14,28	2,90
Proje	6	12,24	2,48
Tanıtım	6	12,24	2,48
Dernek	6	12,24	2,48
Eğitim	5	10,20	2,07
Yöresel Ürün	5	10,20	2,07
Medya	3	6,12	1,24
Fuar	3	6,12	1,24
Stand	3	6,12	1,24
Yarışma	3	6,12	1,24
Zirve Tırmanışı	1	2,04	0,41
Çalıştay	1	2,04	0,41
<b><i>Yaratıcı Şehirler Ağı Bilgisi</i></b>	<b>55</b>	<b>100</b>	<b>22,82</b>
Gastronomi	7	12,72	2,90
Büyükşehir Belediyesi	6	10,90	2,48
Program/Proje	5	9,09	2,07
Toplantı	5	9,09	2,07
Film	4	7,27	1,65
Müzik	4	7,27	1,65
El Sanatları ve Zanaat	4	7,27	1,65
Edebiyat	4	7,27	1,65
Yaratıcı	4	7,27	1,65
Tanıtma	3	5,45	1,24
Birliktelik	3	5,45	1,24
Değerler	3	5,45	1,24
Gaziantep	3	5,45	1,24
<b><i>Yaratıcı Şehirler Ağı'nın Avantaj ve Dezavantajları</i></b>	<b>48</b>	<b>100</b>	<b>19,91</b>
Turizm	11	22,9	4,56

Ekonomi	8	16,66	3,31
Tanıtım	7	14,58	2,90
Kültür	4	8,33	1,65
Kalite	4	8,33	1,65
Gelişme	3	6,25	1,24
Talep sayısı	3	6,25	1,24
Süreklilik	2	4,16	0,82
Sosyal	2	4,16	0,82
Değer Kazanma	2	4,16	0,82
Markalaşma	2	4,16	0,82
<b>Paydaşlar</b>	<b>22</b>	<b>100</b>	<b>9,12</b>
İşbirliği	6	27,27	2,48
Başarı	3	13,63	1,24
Destek	2	9,09	0,82
Ekip	2	9,09	0,82
Devamlılık	2	9,09	0,82
Bilgi paylaşımı	2	9,09	0,82
Toplantı	2	9,09	0,82
Plan	2	9,09	0,82
Sorumluluk	2	9,09	0,82

Tablo 5’te kodların aralarındaki ilişkilere ve birbirine benzerliklerine göre kavramsallaştırılan temalar yer almaktadır. Buna göre elde edilen temalar *gastronomi turizmi*, *gastronomik faaliyetler*, *Yaratıcı Şehirler Ağı bilgisi*, *Yaratıcı Şehirler Ağı’nın avantaj ve dezavantajları ile paydaşlar* olarak ön plana çıkmaktadır. Her temanın altında en sık kullanılan kodlar ve kodların hem tema içerisinde hem de toplam kodlar içerisindeki frekansları yer almaktadır. Örneğin *Kültür* kodunun *gastronomi turizmi* teması içerisinde kullanılma sıklığı %17,91’dir. Toplam 241 kod içerisinde kullanılma sıklığı ise %4,97’dir.

### ***Kayseri’de Gastronomi Turizmi***

Kayseri ilinin gastronomi alanında Yaratıcı Şehirler Ağına katılması üzerine K1 kodlu katılımcı ‘Farklı ülkelerden ve şehirlerden gelen bireylerin ekonomik ve kültürel anlamda katkı sağlayacağına’ ilişkin değerlendirme yaparken K2 kodlu katılımcı ‘Zanaat ve edebiyat anlamında gelişme sağlanabileceğinden’ bahsetmiştir. K3, K5, K11 kodlu katılımcılar ise yöreye özgü yemeklerin daha çok tanıtılma şansı bulabileceğini ve lezzet yolcularının gün geçtikçe Kayseri ilini ziyaret edebileceğini ifade etmektedir. K4 kodlu katılımcı “Kayseri’de gastronominin gelişmesiyle birlikte Erciyes Dağı ve turizminin de gelişme imkânı bulabileceğinden” bahsetmiştir. K6

kodlu katılımcı gastronominin gelişmesi üzerine farklı bir bakış açısı getirerek açıklamalarda bulunmuştur.

“Gastronomik Kimlik; tarihi ve çevresel yapının, yiyecek-içeceklerde hâkim olan tat bileşenleri, doku ve tat üzerine etkisi” olarak tanımlanmaktadır. Bölgesel lezzetler, gelenek ve görenekler, beslenme kültürü, pişirme ve hazırlamada kullanılan araç gereçlerin hepsi bölgede gastronomik kimlik mirasının oluşumunda çeşitlilik sağlamaktadır. Gastronomik kimlik bir dizi faktör tarafından belirlenir. Çevredeki baskın unsurlar, mevcut tarım ürünleri ve trendler nedeniyle tanıtılan yeni ürünlerin uyarlanabilirliğini, artan seyahat nedeniyle moda veya talebi etkileyen coğrafya ve iklimi içerir. Hâkim kültürel unsurlar arasında dinler, tarih, etnik çeşitlilik düzeyi, yenilikler, yetenekler, gelenekler, inançlar ve değerler yer alır. Bu olaylar, tanımlanabilir gastronomik özellikler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Tüm gastronomiler sürekli bir evrim içindedir ve benzersiz ve tanımlanabilir ürünlerin, geleneklerin ve görgü kurallarının bir birleşimidir. Bu kavramları anlamak, gastronomik turizm stratejilerini ve yerel restoran konseptlerini Kayseri il özelinde tanımlarken değerlidir.” şeklinde açıklamaktadır

Gastronomi turizmi günümüzde gittikçe yaygınlaşan kültür turizmi kapsamında pazara önemli girdiler sağlayıp, ekonomik kalkınmaya direkt ve dolaylı katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizminde bölgeyi diğer destinasyonlardan farklılaştıracak olan ortaya koyduğu “Gastronomik Kimlik” olacaktır. Gastronomi Kimliği oluşumunda ise gastronomi hikâyelerinin önemi büyüktür.

Somut olmayan kültürel miras unsurlarından biri olan ve kuşaktan kuşağa sözlü ortamlarda aktarılan hikâyeler, insanları etkilemek için olayların duygusal içeriklerle süslenip aktarıldığı eski bir iletişim aracıdır. Tarihin çeşitli dönemlerinde yaşanan aşk, kahramanlık, gizem gibi olayların betimsel bir aracı olarak hikâye, hikâyenin can bulduğu bölgeye yönelik keşif arzusunu da uyandırmaktadır. Hikâyeler ile Gastronomik Kimlik kazandırılmış bir bölge için kültürel turizmin sürdürülebilirliğinde bölgeye bağlılık alanında önemli bir yol alınmış olur.

K7 kodlu katılımcı gastronominin yemek kültürü dışında farklı alanları da geliştirebileceğinden bahsederek “Kayseri ili ipek yolu üzerinde bulunur ve buna bağlı



olarak bir geçiş noktasındadır denebilir. Özellikle Erciyes dağı üzerinde bulunan kayak merkezlerinin kültürel tanıtımı, havaalanına olan yakınlığı ulaşım açsından kolaylaştırıcı olacaktır ve turizmin geleceğine katkı sağlayacaktır.” şeklinde ifade etmiştir. K8 kodlu katılımcı ise ‘yeme-içme kültürü’ olarak tanımladığı gelişen bir kültüre dikkat çekmiştir. K9 kodlu katılımcı Kayseri yemeklerinin sadece mantı, sucuk gibi bilinen ürünlerden ibaret olmadığını uzun yıllar Ermeni, Türk, Rum tebaanın bir arada yaşamasından kaynaklanan çeşitli yemek kültürlerinin bu projenin kabul edilmesi sayesinde tanınacağını belirtmiştir. K10 kodlu katılımcı gastronominin ülke pazarındaki yeri üzerine yorumda bulunmuştur.

“Kayseri, zengin gastronomik unsurlu değerlere sahip bir coğrafya üzerinde yer almaktadır. Yöreye ait olan ve Anadolu’da görülmemiş zengin bir tarif altyapısına sahip olan şehrin Gastronomi turizmi açısından parlak bir geleceği vardır. şehrin kültürel dokusu ile i içe girmiş ürünler misafir sayısını arttırarak, insanlara vazgeçilmez bir deneyim merkezi haline gelebilir.”

### ***Kayseri’de Gastronomik Faaliyetler***

Araştırılan diğer bir konu ise paydaşların Kayseri gastronomisini geliştirmek adına yaptıkları proje, faaliyet ve festivallerin neler olduğudur.

K1 kodlu katılımcı Türk Kayseri mutfağı eğitimi ile beslenme eğitimi düzenlediklerini, K2 kodlu katılımcı her yıl temmuz ayının 2. Haftası ‘Hacılar Süt Donduran Kampı’ yaptıklarını, Atlı Yayla şenlikleri düzenlediklerini ve Erciyes Dağı zirve tırmanış faaliyetlerini düzenlediklerini ifade etmiştir. K3 ise şehir dışında düzenlenen yemek yarışmalarına katılarak yöresel yemekleri tanıtımaya çalıştıklarını, K4 kodlu katılımcı 2019 yılında Gastronomi alıştayı düzenlediklerini ve Mutfak sanatları merkezi projesini hazırlayarak çalışmalarını devam ettirdiklerini belirtmiştir. K5 kodlu katılımcı ise restoran menülerinde Kayseri mutfağına özgü yiyecekleri bulundurduklarını ve gelen müşterilere, turistlere yöresel yemekleri tavsiye ettiklerini iletmiştir. K6 kodlu katılımcı “Alternatif Turizm İmkânlarının Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı” gibi projeler yaparak turizm yönünde çalışmalar yaptıklarını ifade ederek proje hakkında bilgilendirme yapmıştır.

Bölgesel gelişim faaliyetleri, “kültürel ve tarihi miras” ekseninde ve bu mirası oluşturan paydaşlar üzerinden yürütülmektedir. Bölgenin kültürel kimliğine katkı olarak sunulan “Gastronomik Kimlik” yerel unsurlarla birleştirilerek geliştirilebilir özelliklerin öne çıkarılması amaçlanmaktadır. “Kırsal Kalkınmanın Desteklenmesi Mali Destek Programı”nın amacı, TR72 Bölgesinde tarım ve hayvancılık altyapısının geliştirilmesi, katma değerli ürünlerin, yenilikçi uygulamaların ve örgütlenmenin yaygınlaştırılması; kırsal turizme yönelik destinasyonlarının oluşturulması, tanıtılması ve cazibesinin artırılması yoluyla kırsalda yaşayan bireylerin sosyo-ekonomik gelişimlerine katkı sağlanmasıdır. “Yenilenebilir Enerji ve Sürdürülebilir Rekabet Mali Destek Programı”nın amacı, TR72 Bölgesi’nde yenilenebilir enerji potansiyelinin değerlendirilmesi ve sanayide düşük verimli motor sistemlerinin dönüşümü ile enerjinin verimli kullanılması, atık yönetim sistemleri kullanılarak çevre kirliliğinin azaltılması yoluyla bölgesel rekabet edebilirliğe katkı sağlanması ve Sivas-Yozgat illerinde üretim kapasitesi ile verimliliğin artırılması yoluyla bölge içi gelişmişlik farklarının azaltılmasıdır.” Dolayısıyla Kayseri’nin gastronomi unsuru kullanılarak turizmde ve sürdürülebilirlik açısından gastronomi ürünlerinin veriminin korunması/artırılması yoluyla rekabet avantajı sağlanması ve bölgesel olarak gelişmesi mümkündür.

K7 kodlu katılımcı “Kayseri Gastronomi ve Mutfak Sanatları Derneği olarak Kayseri'nin kültürel değerlerinden yöresel yemekleri tanıtmak ve gelecek kuşaklara aktarmak için 'Yöresel Yemek Yarışması' düzenlenmesinde katkı sağladım.” şeklinde ifade etmiştir. Yine 2019 yılında Melikgazi Belediyesi ve Kayseri Gastronomi ve Mutfak Sanatları Derneği olarak Mantı Festivali düzenlenmesine katkı sağladığını da eklemiş ve Youtube üzerinden de farklı söyleşilere katılarak yöresel yemek kültürünün öneminden bahsetmiştir. Türkiye Aşçılar Federasyonuna bağlı dernekler tarafından düzenlenen yemek festivallerine de katılım sağlayarak bilinen yemeklerden farklı olarak Gacer ekmeğini tanıtmaya çalıştığını da eklemiştir. K8 kodlu katılımcı Talas Belediyesi tarafından restore edilen ve işlevsellik katılan Tol Kilise Sanat Galerisinde ‘Gastronomi Söyleşileri’ düzenlenmesine katkı sağladığını belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı ise "1 Kazanda 3 Kepçe- Talas'tan Ermeni, Rum ve Türk Yemek Tarifleri" adında Türkçe-İngilizce bir yemek kitabı yayınladıklarını ve bu kitabın, İsviçre Büyükelçiliğine sunularak kabul gördüğünü söylemiştir. K10 kodlu katılımcı

Cumhurbaşkanlığı himayesinde gerçekleşen Helal Zirvesinde katılımcılara Kayseri mutfağına özgü olan Kayseri Yağlaması dağıtıldığını ve çok olumlu dönüşler alındığından bahsetmiştir. Engelli çocukların sosyal hayata katılımını arttırmak ve mutfak sanatlarının tanıtılması amacıyla zaman zaman workshoplar yapıldığı ve Halide Nusret Zorlutuna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde ülke çapında yapılan liseler arası yemek yarışması düzenlendiği, ancak pandemi dolayısıyla projelere ara verildiği belirtilmiştir. K11 kodlu katılımcı ise EMITT Turizm Fuarına katılım sağlayarak Kayseri yemeklerini tanıtmaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Bunun dışında da AVM’lerde tanıtım stantları açarak yerel halka da kültürel yemeklerin tanıtıldığı belirtilmiştir.

**Tablo 6 Görüşmeler ile İlgili Bulgular**

<b>Faaliyetler</b>	<b>Proje</b>	<b>Festivaller</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Türk mutfağı eğitimi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gastronomi çalıştayı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hacılar süt donduran kampı</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kayseri mutfağı eğitimi</li> <li>▪ Erciyes Dağı zirve tırmanışı</li> <li>▪ Helal Zirvesi</li> <li>▪ Beslenme eğitimleri</li> <li>▪ Liseler arası yemek yarışması</li> <li>▪ Gastronomi Ekseninde Sürdürülebilir Turizm</li> <li>▪ Temel mutfak teknikleri Söyleşisi</li> <li>▪ Gastronomi Söyleşileri</li> <li>▪ 1 Kazanda 3 Kepçe- Talas'tan Ermeni, Rum ve Türk Yemek Tarifleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mutfak sanatları merkezi</li> <li>▪ Alternatif Turizm İmkânlarının Geliştirilmesi Sonuç Odaklı Programı</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atlı yayla şenlikleri</li> <li>▪ Yöresel yemek yarışması</li> <li>▪ Gastronomi ve Manti Festivali</li> </ul>

Elde edilen bulgular çerçevesinde Gastronomi turizmiyle alakalı olarak yapılan faaliyet, proje ve festivallerde Kayseri mutfağına özgü yemekler, festivaller, kamplar, dağ tırmanışları ve çeşitli mutfak eğitimleri verildiği paylaşılmıştır. Türk mutfağı eğitimleri, Kayseri mutfağı eğitimi, beslenme eğitimleri, gastronomi söyleşileri, temel mutfak teknikleri, gastronomi ekseninde sürdürülebilir turizm, gastronomi çalıştayı,

mutfak sanatları merkezi projesi, alternatif turizm imkânlarının geliştirilmesi sonuç odaklı program projesi, hacılar süt donduran kampı, Erciyes dağı zirvesi tırmanışı, atlı yayla şenlikleri, helal zirvesi, 1 kazanda 3 kepçe- Talastan Ermeni, Rum ve Türk yemek tarifleri faaliyetleri, yöresel yemek yarışması, gastronomi ve mantık festivali gibi etkinliklerin yapıldığı paydaşlar tarafından paylaşılmıştır.

### ***Yaratıcı Şehirler Ağı Bilgisi***

Araştırmanın bir diğer amacı ise UNESCO yaratıcı şehirler ağına katılım konusunda bilgi sahibi olunup olunmadığı ve Kayseri ilinin başvurusuyla ilgili katılımcıların neler düşündüğüdür.

K1 kodlu katılımcı Kayseri ilinin UNESCO yaratıcı şehirler ağına katılımı sonucunda şehrin tarihini ve kültürünü Dünya çapında duyurabileceğini düşündüğünü belirtmiş, ek olarak da Gaziantep ilinin yaratıcı şehirler ağına katılması sonucunda turizminin geliştiğini ve şehrin gelişmesine katkı sağladığını bildiğini iletmiştir. K2 kodlu katılımcı ise UNESCO yaratıcı şehirler ağı hakkında kültürel bir program olduğunu bildiğini, bunun dışında bilgisinin olmadığını iletmiştir. K3 kodlu katılımcı Gaziantep'in katılan ilk şehir olduğunu ve şehrin kültürüne katkı sağladığını belirtmiştir. K4 kodlu katılımcı ise yapılan başvuru hakkında bilgilendirme yapmış ve görüşlerini iletmiştir.

“Kayseri Büyükşehir Belediyesi olarak 2021 yılında bu ağa başvuru yapmış bulunmaktayız ve başvurumuz ulusal listeye alınarak 2023 yılı başvurularında öncelik tanınacağı UNESCO Türkiye Milli Komisyonu özellikle belirtmiştir.” şeklinde ifade edilmiştir.

Kısacası Yaratıcı Şehirler Ağı, UNESCO'nun 2004 yılında başlattığı şehirlerin 7 farklı yaratıcı alanda sahip oldukları değerleri ön plana çıkarmalarını sağlamak ve bu sektörlerin yaratıcı endüstrideki gelişimi ve sürdürülebilirliğini değerlendiren ve şehrin sahip olduğu kaynakların seçilen yaratıcı alanda uluslararası, kültürel, sosyal vb. alanlarda hareketliliğini devam ettirerek, gelecek kuşaklara taşımak amacıyla olan bir programdır.

Bu ağa başvuruyu yalnızca belediyeler yapabilmektedir. Ancak şehrin ilgili yaratıcı alanda çalışma yapan bütün paydaşlarını da bu ağın önemli bir parçası haline getirilmesi ve birlikte hareket etmesi UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı programı için oldukça önemlidir.

K5 kodlu ve K9 kodlu katılımcılar ise UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı Projesi hakkında bilgilerinin olmadığını söylemişlerdir. K6 kodlu katılımcı ise UNESCO hakkında bilgilendirme yapmıştır.

“Edebiyat, müzik, film, zanaat ve halk sanatları, gastronomi alanlarında farklı şehirlerde yaratıcı çalışmalar yapılmasına destek olmak amacıyla kurulmuş bir yapıdır. 2004 yılında kurulan ağın yaklaşık 300 üyesi vardır. Belirli yıllarda yapılan başvurular UNESCO Türkiye Milli Komisyonu ile yürütülmekte ve doğrudan UNESCO’ya yapılmaktadır.” şeklinde bilgi vermiştir.

K7 ve K8 ve K11 kodlu katılımcılar UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı Projesi hakkında bilgilerinin olduğunu belirterek 2004 yılında kurulduğunu ve 7 farklı tema olarak ele alındığını bunların edebiyat, film, müzik, zanaat, halk sanatları, tasarım medya sanatları ve gastronomi olduğunu bildiğini söylemiştir. Gastronomi alanında da Hatay, Gaziantep ve Afyonkarahisar’ın dâhil olduğunu bildiklerini iletmişlerdir. K10 kodlu katılımcı ise üretim yapan bireyler tarafından karşılıklı destekleme programı olduğunu bildiğini söylemiştir.

Araştırılan başka bir konu ise katılımcıların Kayseri ilinin UNESCO Yaratıcı şehirler Ağı projesine başvuru yapıldığından haberdar olup olmadıkları ve sürece nasıl katkıda buldukları üzerinedir.

K1 kodlu katılımcı başvurudan haberdar olduğunu ve yapılan toplantılara katılarak istenen belgeleri sunduğunu söyleyerek yapılması planlanan projeler hakkında bilgilendirmeler yaptığından bahsetmiştir. K2 kodlu ve K3 kodlu katılımcılar ise detaylı bir bilgiye sahip olmadıklarını ancak Büyük şehir Belediyesinin yapmış olduğu tanıtım toplantısına katılım sağladıktan sonra bilgi sahibi olduklarını söylemişlerdir. K4 kodlu katılımcı başvuru sürecini nasıl yaptıklarını anlatmıştır.

“Ağa Başvuruyu bizzat Kayseri Büyükşehir Belediyesi olarak yaptık. Başvuru aşamasını kültür ve sosyal işler daire başkanlığımız bünyesinde oluşturduğumuz UNESCO komisyonu yürütmüştür. Şehrimizdeki bütün paydaşlarımızla aktif iletişim kurarak birlikte hareket ettiğimiz gastronomi odaklı sürdürülebilir projelerimizi, saha verilerimizi ve teorik verilerimizi başvuru dosyamıza ekleyerek güçlü bir gastronomi şehri olduğumuzu UNESCO Türkiye Milli Komisyonun da onayı ile kanıtlamış bulunmaktayız.” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur.

K5 kodlu ve K10 kodlu katılımcılar ise başvurudan haberdar olmadıklarını ve herhangi bir katkıda da bulunmadıklarını belirtmişlerdir. K6 kodlu katılımcı sürece daha sonradan dâhil olduklarını ve bu sürece daha fazla katkı sağlayabileceklerini ifade etmiştir. K7 kodlu katılımcı ise Kayserinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katıldığından son anda haberdar olduğunu söylemiştir. K8 kodlu katılımcı yapılan resmi yazışmalar vasıtasıyla haberdar edildiklerini daha öncesinde haberdar olmadıklarını belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı ise 2019 yılında yapılan Gastronomi Çalıştayı’nda Kayseri Büyükşehir Belediyesinin projeye başvurma niyetinden haberdar olduklarını ve daha sonra da toplantılara katılım sağladıklarını belirtmiştir. K11 kodlu katılımcı başvurudan haberdar olduklarını ve üst kurulda yer alarak destek olduklarını söylemiştir. Daha önceden yapılmış olan el sanatları ve gastronomideki verilerin Büyükşehir Belediyesi ile paylaşarak destek olduklarını eklemiştir.

Paydaşlara başvurunun Kayseri iline ne gibi katkıları olacağı sorulduğunda ise K1 ve K5 kodlu katılımcılar kültürel çeşitliliği artırarak Kayserinin tanınma oranını arttıracığını ve gastronomi dışında spor, kayak, kültürel etkinliklerin de artış göstereceğini söylemişlerdir. K2 kodlu katılımcı tanınırlığın artmasıyla birlikte ekonominin canlandırılacağı yönünde fikir bildirmiştir. K3 kodlu katılımcı ise turizm denildiğinde ilk akla gelecek ismin Kayseri ili olacağını düşündüğünü söylemiştir. Yöresel ürünleri satan ve alan firmaların artmasıyla birlikte pazar payı içerisinde önemin artacağını eklemiştir. K4 kodlu katılımcı ayrıca Kayseri Mutfağının dünya çapında tanınırlığının artacağını düşündüğü için uluslararası turizm anlamında şehrin dönüşüm sürecinin hızlanacağını ve yapılması planlanan projeler ile Kayseri gastronomisinin markalaşma sürecinin başlayacağını düşünmektedir. K6 kodlu katılımcı ise başvurunun Kayseri iline uluslararası tanınırlık katacağını ve buna bağlı

olarak turistlere yapılan özel geziler, akademik çalışmalar, fuar ve festivallerde de artış olacağını söylemiştir.

K7 kodlu katılımcı UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olan bir şehrin, kendi pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetleri yardımıyla bir marka haline gelebileceğinden söz etmiştir. Yerli ve yabancı turist sayısında önemli oranda artış olacağından ve bu artışın ekonomik yönden şehrin gelişmesine katkı sağlayacağından bahsetmiştir. K8 kodlu katılımcı yöreye özgü yemeklerin ve kültürün akılda kalacağını düşündüğünü belirtmiştir. K9 kodlu katılımcı ise başvurunun hangi amaçlarla yapıldığını sorarak yorumda bulunmuştur.

“Eğer ki Kayseri, turizmine katkı sağlasın diye böyle bir başvuruda bulunuyorsa, gerekli turizm alt yapısını da hazırlar ve başarılı olur. Ama eğer Kayseri siyasi kaygılardan dolayı böyle bir başvuruda bulunuyorsa, başarılı olamaz. Kayseri'nin turizme yönelik bir strateji çalışması var mı? Hangi paydaşlar ile turizm için yakın çalışmaktadır? Başvuru sırasında hangi paydaşların görüşü alınmıştır?”

K10 kodlu katılımcı Kayseri iline gelen misafirlerin artacağını ve buna bağlı olarak işletmelerin gelişeceğinden bahsetmiştir. K11 kodlu katılımcı Yaratıcı Şehirler Ağına Kayseri olarak dâhil olunursa unutulmaya yüz tutan el sanatlarının yeniden değer kazanmasının yanı sıra yemek kültürünün ve yemek sanatlarının yemek biliminin gelişmesi sağlanacaktır ve insanımız sosyal ve ekonomik anlamda bu gelişimden fayda görecektir demiştir.

Araştırmaya katılan paydaşlara Yaratıcı Şehirler Ağı projesine katılımın olumsuz yönlerinin ve güçlüklerinin olup olmayacağı yönündeki düşünceleri de sorulmuştur. K1 kodlu katılımcı projenin olumsuz değil olumlu katkı sunacağını ancak yapılan etkinlikler ile faaliyetlerin devam ettirilerek tanıtımda süreklilik sağlanması gerektiğini belirtmiştir. K2 kodlu katılımcı ise olumlu katkıların olabileceği gibi olumsuz etkilerinin de olabileceğinden bahsetmiştir ancak katkılarının olumsuzluklara göre daha fazla olacağını da eklemiştir. K3 kodlu katılımcı olumlu katkıların olacağını ancak olumsuzlukların oluşacağından bahsetmiştir. Yeterli kalifiye personelin bulunmamasından kaynaklı sorunlar nedeniyle hizmet kalitesi düşebilir, firmalar arası

haksız rekabet yaşanabilir ve şehir bunlara hazır olmadığından turizm için gelenlerde şehir hakkında kötü izlenim oluşabilir demiştir. K4 kodlu katılımcı ise turizmin artmasıyla birlikte bölgede hem yaz hem de kış turizminin artacağını buna bağlı olarak da dağ, kayak merkezlerinde daha iyi hizmet verilebilmesi amacıyla turizm odaklı şirketlerin arttırılması artan talebi karşılayacaktır diye düşündüğünü iletmiştir. K5 kodlu kullanıcı ise olumsuzluklar hakkında herhangi bir fikrinin olmadığını belirtmiştir. K6 kodlu katılımcı turizmin tek seferlik değil sürdürülebilir olması için eksikliklerin tamamlanması gerektiğini belirtmiştir. K7 kodlu kullanıcı “Projenin şehre olumsuzluklar getirmeyeceğini düşünmüyorum” ifadesiyle Kayseri’nin Ağ’a katılımının sadece avantaj sağlayacağını belirtmiştir. K8 kodlu katılımcı da “Uygulamalarda dikkatli olunması gerekir” yorumunu yapmıştır.

“Yeme-içme kültürünün reklam ve tanıtımı maalesef kurumsal ve ticari anlamda ciddi bir israfı da beraberinde getirmektedir. Bunun için sunumda ölçünün kaçırılması ya da gastronomi odaklı festivallerde kültürel imajın suistimal edilmesi durumları ortaya çıkmaktadır. Kültürel imajın zedelenmesi ve israf konularında hassasiyet gösterilmelidir.” şeklinde ifade etmiştir.

K9 kodlu katılımcı ise “Turizmin halka doğru anlatılması gerekir” şeklinde yorumda bulunmuştur. Ayrıca “Esnaf, tüccar, yerel yönetim, medya, okullar, halk turizme hazır olmalıdır, gerekirse bu konuda seminerler, daha sık ve hedef kitleyle sınırlı çalıştaylar yapılmalıdır” demiştir. Yapılmadığı takdirde gelen turistlerin kötü bir izlenimle karşılaşması sonucu projeye zarar verilebileceğini de eklemiştir. K10 kodlu katılımcı ise turizm anlamında olumsuzluk olmayacağını ancak üretim alanında yeterince kalifiye eleman olmadığından ilerleyen yıllarda misafir sayısında azalma olacağını düşündüğünden bahsetmiştir. K11 kodlu katılımcı “Projenin pozitif yönleri negatif yönlerinin önüne geçecektir” demiştir.

### ***Paydaşların İşbirliği***

Araştırmanın bir diğer konusu Kayseri ilinin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına katılması durumunda bölgedeki paydaşların işbirliğini arttırıp arttırmayacağı ve birlikte çalışma kabiliyetini ne yönde etkileyeceğidir. K1 kodlu katılımcı iş birliğinin artması durumunda daha güçlü ve devamlılık sağlayacaktır demiştir. Birçok sektör bir



arada çalışmalı ve işbirliği içerisinde olmalıdır demiştir. K2 kodlu katılımcı ise projenin olumlu yönde işbirliğini arttıracığını düşündüğünü söylemiştir. K3 kodlu katılımcı birlikte hareket edilebilmek için ortak bir platform kurulması gerektiğini, paydaşların fikirlerini özgürce paylaşabileceği toplantıların düzenlenmesi gerektiğini ve bu toplantılarda her firmanın kendine özgü ürünlerini ön plana çıkarma şansı bulması gerektiğini belirterek taklitçilik ve emek hırsızlığının da engellenebileceğini dile getirmiştir. K4 kodlu katılımcı ise; “diğer paydaşlarla sürekli proje odaklı iş birliği yapılması gastronominin sürdürülebilirliği açısından çok önemlidir” demiştir. Özellikle STK’ların, üniversitelerin, kamu kuruluşlarının iş birliği içerisinde yaptığı projeler ekonomiyi canlı tutacağı gibi sürdürülebilirliği de arttıracaktır diyerek projelerin ve işbirliğinin önemini belirtmiştir. K5 kodlu katılımcı paydaşlarla yapılan işbirliklerinin şehre ciddi katkılar sunacağını söylemiştir. K6 kodlu katılımcı ise işbirliğinin mecburi olduğunu söylemiştir.

“Bu konuda işbirliği etki değil mecburiyettir. Uluslararası turizmde kalıcı başarı hedefleniyorsa sorumluluk birkaç kurumun üstlenebileceğinden oldukça fazladır.”

K7 kodlu katılımcı ise projenin işbirliğini arttıracığını düşündüğünü belirterek bölgeye gelen turist sayısı arttıkça konaklanacak otelden başlayarak restorandaki çalışanlara kadar tüm sektöre katkı sağlayacaktır demiştir. K8 kodlu katılımcı olumlu yönde etkileyeceğini belirterek kamu, yerel, sivil işbirliğini kolaylaştıracak ve bütünleştirici bir etki yapacaktır demiştir. K9 kodlu katılımcı ise Kayseri Büyükşehir Belediyesinin samimi bir ortam yaratması gerektiğini belirterek farklı görüşlere ve önerilere açıkla sağlayan bir tavırda olması gerektiğini eklemiştir. Büyükşehir Belediyesinin başvuru şartının diğer paydaşlarla işbirliği yapmak gibi bir şart olmaması gerektiğini söylemiştir. K10 kodlu katılımcı olumlu etkileyeceğini ancak turizmde Her Şey Dâhil sistem dışında çalışıldığında tüm sektöre olumlu katkı sağlayacağını belirtmiştir. K11 kodlu katılımcı Kayseri ilinin projeye katılmasıyla ili pozitif yönde etkileyeceğini ve Hüner ve Yenilik Merkezleri açılıp geliştirilerek yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılması kolaylaşacaktır demiştir.

Araştırma kapsamında Paydaşlara son olarak proje hakkında fikirlerinin ne olduğu ve eklemek istedikleri bir durumun olup olmadığı sorulmuştur. K1 kodlu ve K5 kodlu katılımcılar ekleyeceği herhangi bir fikrinin olmadığını belirtmişlerdir. K2 kodlu

katılımcı ise projenin örf ve adetlerimizi canlandıracağını ve devam ettirilmesi gerektiğini söylemiştir. K3 kodlu katılımcı Sanayi ve Ticaret odasının destek vermesi gerektiğini belirterek eğitimcilerin, akademisyenlerin ve gastronomi alanında başarılı olmuş kişilerin danışmanlıkları alınarak sürecin devam ettirilmesi gerektiğini de eklemiştir. K4 kodlu katılımcı ise Kayserinin Yaratıcı Şehirler Ağına katılması gelişim için çok büyük bir adım olacağını belirtmiştir. Gastronomi odaklı pek çok projenin hayata geçirilmeye başlandığını da eklemiştir. K6 kodlu katılımcı ise sürdürülebilirliğe vurgu yapmıştır ve “Gastronomi turizmi alanında yapılan çalışmalar başvuru olarak kalmamalıdır. Başvuru sürecinde ortaya çıkan güçlü taraflarımızı daha çok kullanmalı ve zayıf yönlerimizi geliştirmeliyiz. Turizm sürekli gelişen ve ekonomi, tarih, kültür gibi farklı disiplinlerin iç içe yer aldığı bir sektördür. İşbirliği ve kurumlar arası koordinasyon geliştirme çalışmalarının önemi gün geçtikçe artacaktır.” şeklinde ifade etmiştir.

K7 kodlu katılımcı ise gelen misafirlerin önemli etkiler sunacağını belirterek, “Son olarak düşüncem Gastronomi turizminin gelişmesi için bölgemize gelen misafirler sayılarının artarak çoğalması için misafirleri tek bir seferlik gelen misafir olarak görmemesi gerekmektedir. Yaptığımız yemeğin yöreselliğinden çıkmadan, lezzetini ticari yüksek karlar elde etmek için bozmamız gerekmektedir. Kayseri’den mutlu ayrılan misafirin yapacağı olumlu reklam sayesinde daha fazla misafir gelecektir. Bu sebepler çerçevesinde otelinden, lokantasına, taksicisinden, otobüsçüsüne tüm işletmelerin üzerine düşeni yapması gerektiğini düşünüyorum.” şeklinde görüş bildirmiştir.

K8 kodlu katılımcı ise “Tanıtım, işlevlendirme ve pazarlama süreçlerini yönetecek kurulların oluşturulması gerekir ve bununla beraber yönetici kurulların kararlarının uygulayıcı unsurlarının da bu kapsamda değerlendirilmesi gerekir” şeklinde belirtmiştir.

K9 kodlu katılımcı “Kayseri Büyükşehir Belediyesi işbirliğini planlayıp paydaşlarını da plana dâhil ederek projeleri yürütmesi gerekir” şeklinde belirterek ilerlemelerin de paydaşlara raporlanarak açık bir sistem oluşturulması gerektiğini belirtmiştir. K10 kodlu katılımcı ise “UNESCO tarafından desteklenen bir projenin reklamlarının

yapılıp duyurulmaması düşündürücüdür. Yöresel olarak zengin bir kültüre sahip olmasına rağmen Kapadokya'nın yarısı kadar bile turist çekemiyoruz" ifadesiyle bu durumunun reklam azlığından kaynaklandığını düşündüğünü belirtmiştir. Projenin yerel ve ulusal kanallarda yapılan programlar ve haberler ile daha çok kişiye ulaştırılması gerektiğinin de altını çizmiştir. K11 kodlu katılımcı ise "Yapılacak projelerde elimizden gelen katkıyı sunacağız" diyerek projeye destek verdiklerini iletmiştir.



## SONUÇ ve ÖNERİLER

Kayseri Büyükşehir Belediyesi UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Gastronomi teması altında başvuru yaparak 2021 yılı temmuz ayında Türkiye Milli Komisyonu tarafından 'Yaratıcı Şehirler Ağı Ulusal Listesi'ne alınmıştır. Bu araştırmada Kayseri UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında değerlendirilerek, hem Kayseri mutfak kültürü ve gastronomi turizminin mevcut durumunun ortaya konması hem de UNESCO projesine yapılan başvurunun yörede gastronomi alanı ile ilişkili olan kişilerin başvuru hakkındaki düşüncelerinin alınarak projeye destek olunması amacıyla neler yapılabileceğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında gastronomi ile ilişkisi olan kurumların temsilcileri de dahil olmak üzere toplam 10 kişi ile görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma kapsamında görüşleri değerlendirilen kurum ve kuruluş temsilcileri Kayseri mutfağının zenginliğini ve bunun turizme entegre edilmesi, bu alanda turizmin çeşitlendirilmesi açısından ön plana çıkarılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır. Bir şehrin mutfak kültürü şehrin kültürel kimlik ve imajını oluşturmasında, bilinirlik ve farklılık yaratması üzerinde etkilidir. Bu farklılığın rekabet avantajına dönüştürülmesi amacıyla da politikalar izlenmektedir. Kayseri'nin 12 ay boyunca turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu Kapadokya Bölgesi içerisinde olması ve kış turizminin yoğun yaşandığı Erciyes Dağı'na sahip olması farklı turizm türlerine uygun olduğunu göstermektedir. Ancak turizm çeşitleri arasında olan gastronomi pazarından beklenen payı üst düzeyde alamamaktadır. Turizm gelirlerinden daha fazla pay almak, şehrin ve turistik değerlerinin tanınırlığını ve istihdamı artırmak, hizmet kalitesini yükseltmek, sektörde faaliyet gösteren işletmeleri geliştirmek gibi faydaların elde edilmesi için turizmin çeşitlendirilmesi gerektiği bilinmektedir. Kayseri ili kültür turizmi oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir. Bunun desteklenmesi açısından gastronomi turizminin geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Yapılan görüşmeler sonucunda Kayseri Mutfağı ve gastronomi turizminin gelişmesine yönelik etkinliklerin genel olarak, yerel düzeyde yedi adet festival, iki adet söyleşi, üç eğitim, iki yarışma, ulusal ve uluslararası fuarlar, stand kurma ile tanıtım etkinliklerine katılım ile sınırlı olduğu görülmektedir. Ayrıca yapılan etkinliklerin yerel düzeyde yapılıyor olması bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla tanıtımı da yerel düzeyde kalmaktadır. Bu nedenle Kayseri'nin gastronomi teması altında UNESCO

Yaratıcı Şehirler Ağı'na ulusal düzeyde kabul edilmiş olması oldukça önem arz etmektedir. Kapadokya Bölgesi dahilinde birçok kültürel değeri barındıran ve Erciyes Dağı ile kış turizmine ev sahipliği yapan Kayseri, doğal, tarihi ve kültürel mirası mutfak kültürü ile bütünleştirerek, UNESCO'nun desteği ile sosyal ve ekonomik açıdan gelişimini hızlandıracağı düşünülmektedir. Kayseri'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olması; kültürel değerlerinin uluslararası bir platformda tanınması, şehrin yerel ekonomi ve sosyal gelişimine yönelik fırsatlar sunması, küresel çapta kültürel paylaşımı desteklemesi açısından önem taşımaktadır (UNESCO, 2022). Ekonomik faydanın yanı sıra toplumun refah seviyesinin artmasına, şehirlerin gastronomi alanında farkındalığının artmasına ve şehrin yaratıcı kimlik oluşumuna da katkı sunmaktadır (Leng ve Badarulzaman, 2014; Akın ve Bostancı, 2017).

Araştırma sonucunda 10 katılımcıdan üçünün UNESCO yaratıcı şehirler ağı hakkında bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir. Bu sonuç, daha önce Hatay'ın UNESCO yaratıcı gastronomi şehri olması ile ilgili olarak işletmelerin farkındalık düzeyinin araştırıldığı çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Söz konusu araştırmada görüşülen 40 yerel işletmecinin sadece 15'inin ağ ile ilgili bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir (Taştan ve İflazoğlu, 2018). Ayrıca Kayseri'nin Ağ'a başvurusuyla ilgili 10 katılımcıdan 6'sının başvuru aşamasında bilgilerinin olmadığı, ileriki zamanlarda Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin tanıtım toplantılarında haberdar oldukları tespit edilmiştir. Bir katılımcı ise hiçbir şekilde haberdar olmadığını belirtmiştir. Başvurunun paydaşların işbirliği içerisinde gerçekleşmediği ortaya çıkmıştır.

Katılımcılar UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda yer almanın Kayseri'ye olası katkılarını ve güçlüklerini değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcıların en fazla vurguladıkları katkının gastronomi turizmi, ekonomik fayda ve tanıtım olduğu tespit edilmiştir. Tanıtım şehrin bilinirliğini artırmakta dolayısıyla daha fazla ziyaretçi gelmesini sağlamaktadır. Bunun sonucu olarak yerel ekonominin gelişmesi, markalaşmanın gerçekleşmesi ve sürdürülebilir kalkınma sağlanmaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kayseri'nin uluslararası alanda tanınırlığını artıracaktır. Kayseri'nin *Gastronomi Şehri* imajı gastronomi turizmini güçlendirecek, ildeki tarihi, kültürel ve doğal unsurların değerini artıracak, böylece diğer turizm türlerinin de gelişmesine zemin hazırlayacaktır. Bunun yanında Ağ'da yer almak mutfak kültürü ile

ilgili düzenlenecek festivaller, yarışmalar, çalıştaylar, eğitimler vb. etkinlikler uluslararası anlam kazanarak profesyonel bakış açısı ile gerçekleşecektir.

Katılımcıların da yetersiz gördüğü konulardan biri Kayseri gastronomi unsurlarının yeterince tanıtılmamasıdır. Kayseri, yöresel ürünler bakımından oldukça zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Fakat alanyazında tanıtım konusunda birkaç ürünle sınırlı kaldığı görülmektedir. Kayseri'nin özellikle ulusal ve uluslararası düzeyde mantı, pastırma ve sucuk ürünlerinin tanındığı, birçok coğrafi işaret ürünü bulunmasına rağmen bunların yeterince bilinmediği görülmektedir. Ağ'ın amaç ve hedefleri arasında olan şehirler arasındaki uluslararası işbirliğini güçlendirme ile bu ürünlerin bilinirliği de artırılacaktır.

Kayseri'nin gastronomi şehri olmak üzere başvuru yapma sürecini Büyükşehir Belediyesi yürütmekte, diğer kurum ve kuruluşların başvuru aşamasında katkı sağlayamadıkları ancak genel olarak gastronomi faaliyetlerini yürüttükleri görülmektedir. Kurum ve kuruluş temsilcileri bu aşamada var olma sürecinde gerekli tüm desteği sağlayacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca odalar ve sivil toplum kuruluşlarının da dahil olması gerekmektedir. Zira UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, sürecin Büyükşehir Belediyesi tarafından yürütülmekle birlikte diğer kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün desteğini gerekli kılmaktadır.

Bu araştırma sonucunda her ne kadar kuruluşların gastronomi ile ilgili olarak yürüttükleri birtakım faaliyetler olduğu görülse de belli bir kurum- kuruluş öncülüğünde tüm paydaşların katılımıyla yürütülen geniş çaplı, planlı bir faaliyetin bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Hali hazırda yürütülen faaliyetler kuruluşlar tarafından diğer paydaşların ortaklığı ve işbirliği ile uzun vadeli planlarla yürütülmediği belirlenmiştir. Gastronomi turizminin gelişmesi amacıyla yürütülen çalışmaların hem kamu kuruluşları hem de sivil toplum örgütlerinin işbirliği ile gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Gürbüz vd., 2017).

Yapılan görüşmelerin sonuçları değerlendirildiğinde kurum ve kuruluşların hepsinin gastronomik faaliyetler yürüttüğü görülmektedir. Ancak bunların hiçbir ortaklık veya işbirliği ile yapılmadığı, kuruluşların bireysel yürüttüğü etkinlikler olduğu

görülmektedir. Bu faaliyetlerin Yaratıcı Şehirler Ağı'nın kriterleri arasında olan ortak hareket noktasında Kayseri Valiliği ve Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde bir platform kurularak ilgili kurum, kuruluş ve özel sektörün dahil edilmesi önerilmektedir. Kayseri Valiliği ve Büyükşehir Belediyesi'nin öncülüğünde oluşturulan ekip ile Yaratıcı Ağ, gastronomi turizmi, mutfak kültürü alanında yapılan, yapılması planlanan ve yapılması gereken faaliyetlere yönelik periyodik olarak toplantılar düzenlenmelidir. Ayrıca festival, şenlik ve yarışmaların sayısı arttırılmalı ve uluslararası düzeyde planlanmalıdır. Bu doğrultuda Kayseri'nin mutfak kültürünün, gastronomi turizminin geliştirilmesi için tanıtım faaliyetlerinin de bu platform tarafından planlanması ve tanıtımın sadece pastırma, mantı, sucuk kapsamlı değil diğer yöresel ve coğrafi işaretli ürünler için de arttırılması gerekmektedir.

Katılımcılardan elde edilen diğer bir veri ise Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olmanın sağlayacağı faydalardan birinin yöresel yemek kültürünün devamının sağlanmasıdır. Kayseri Mutfağı'nın tanıtımının yanı sıra mutfağa özgü yiyecek-içecekleri, pişirme yöntemlerini, reçetelerinin korunması gerekmektedir. Bu yönde eğitim/kurs verdiğini belirten katılımcılar bulunmaktadır. Ancak yeterli sayıda olmadığı görülmektedir. Yörede gastronomi eğitimi veren kurum ve kuruluş sayısının artırılarak, bu eğitimlerde yöresel yiyeceklerin yapılması öğretilmelidir. Katılımcılar arasında eski reçeteler kullanarak yöresel ve unutulmaya yüz tutmuş yiyeceklerin sunulduğu özel işletme sahibi bulunmaktadır. Verilen eğitimler sonrasında eğitim alanların bu tarzda işletme açabilmeleri için hibe, destek ve teşvik sayıları arttırılmalıdır.

Katılımcılar Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olduktan yeterli tanıtım çalışmaları ile birlikte turist sayısının artacağını düşünmektedir. Bu noktada hizmet kalitesi konusunda endişelerinin olduğu görülmektedir. Yeterli kalifiye personelin olmadığı, işletmecilik anlayışının haksız rekabete yol açabileceği ve şehrin uluslararası platform için hazır olması gerektiği vurgulanmıştır. Yerel halkın, esnafın turizmin yoğunluğu karşısında nasıl davranacağı konusunda endişeler ifade edilmiştir. Valilik ve Büyükşehir Belediyesi bünyesinde kurulan platformun işletmecilik, fiyat, hizmet konusunda da bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetleri yapması önerilmektedir. Turizme dahil olabilecek her kesimin dahil edileceği seminer, çalıştaylar vb. düzenlenebilir. Tüm bu faaliyetlerde turizm ve gastronomi alanında eğitimciler,

akademisyenler ve alanda tecrübeli, tanınmış kişilerden danışmanlık alınması yerinde olacaktır.

Daha sonra yapılacak çalışmalarda Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olduktan sonra Kayseri'de hangi planlamaların yapılması gerektiği ve UNESCO'nun 4 yılda bir yapacağı denetlemelerde hangi kriterlerin nasıl karşılanması gerektiği ortaya konulabilir. Ayrıca Kayseri'nin mutfak kültürü ve gastronomi turizmine yönelik sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları ve yerel halkı kapsayıcı çalışmalar yürüterek literatürdeki sınırlı çalışma sayısının artırılması önerilmektedir.

Katılımcıların Ağ'a dahil olduktan sonra turist sayısında hızlı bir artış olacağı beklentisi mevcuttur. Bu beklentiyi karşılamak üzere ve tanıtımı güçlendirmek amacıyla gastronomi şehri unvanı alan Gaziantep ve Hatay ile birlikte coğrafi olarak birbirine yakın olan Kayseri'nin de dahil olduğu gastronomi rotaları oluşturulmalı ve tur programlarında bu rotalara yer verilmesi sağlanmalıdır. Gastronomi turizminin gelişmesine yönelik, seyahat acentaları bilgilendirilmeli, lezzet turları/durakları şeklinde içerikler oluşturulmalıdır.

Turizm paydaşları bir araya getirilerek görüş ve önerileri alınmalıdır. Bu doğrultuda gastronomi turizmi ile ilgili çalıştaylar düzenlenmelidir. UNESCO Yaratıcı Şehir Ağı ve gastronomi turizmi ile ilgili etkinlikler düzenlenmeli, görsel ve işitsel medya kullanılarak bunların tanıtımları gerçekleştirilmelidir. Yöresel lezzetler ve coğrafi işaretli ürünler ile ilgili yabancı dillerde kısa video çekimleri, tanıtım filmleri, internet sitesi gibi dijital medya aracılığıyla farkındalığın artırılmalıdır. Dünyada gastronomi alanındaki öne çıkan turizm fuarlarına katılım sağlanmalı ve teşvik edilmelidir.



## KAYNAKÇA

- Acar MS (1996) Kasaplık hayvan etleri ve tavuk etinden yapılan döner kebapların mikrobiyolojik kalitesinin karşılaştırmalı araştırılması. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, İstanbul.
- Akbaba A ve Kendirci P (2016) Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlemeli ürünler. İçinde O N Özdoğan (Ed.) *Yiyecek-İçecek Endüstrisinde Trendler 2* (Ankara: Detay Yayıncılık).
- 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.
- Akman M (1998) Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yaralanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma. Yayımlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Aksoy M ve Sezgi G (2015) Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(3): 79-89.
- Akyürek S (2020) Gastro Turistlerin deneyim bileşenleri: gastronomi turları kapsamında bir araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Albayrak A (2013) *Alternatif Turizm*. (Detay Yayıncılık, Ankara)
- Alonso AD ve Liu Y (2011) The potential for marrying local gastronomy and wine; the case of the fortunate islands. *International Journal of Hospitality Management* 30: 974-981.
- Altinel H (2014) *Menü Yönetimi ve Menü Planlama*. (Detay Yayıncılık, Ankara).

- Arslan Ö (2010) Yabancı turistlerin yiyecek-içecek işletmeleri, personeli ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı.
- Aydın A (2016) Gastronomi ve turizm bütünleşmesinde izlenen stratejik süreç üzerine nitel bir araştırma: Kapadokya örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi. Antalya.
- Bağırın Özşeker D (2016) Gastronomi kavramı: tanımı ve gelişimi. İçinde H Kurgun ve D Bağırın Özşeker (Ed.) *Gastronomi ve Turizm*. (Detay Yayıncılık, Ankara)
- Ballı E (2016) Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(Special issue 1): 3-17.
- Başoda A, Aylan S, Kılıçhan R ve Acar Y (2018) Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 11(3): 1809–1826.
- Bekar A ve Belpınar A (2015) Gastronomi turizmine ilişkin turist görüşlerinin kültürler arası karşılaştırılması. *Journal of Yasar University* 10(38): 6519-6530.
- Bilgin N (2014) *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Boniface P (2003) *Tasting Tourism: Travelling For Food And Drink* (Ashgate Publishing Limited, Aldershot).
- Ceyhun Sezgin A ve Akbıyık T (2021) Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 9 (1):153-184.
- Charters S ve Knight JA (2002) Who is the wine tourist? *Tourism Management* 23(1); 311-319.

Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (1995)  
<https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=555&mevzuatTur=KHK&mevzuatTertip=5>

Cohen E ve Avieli N (2004) Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research* 31 (4): 755-778.

Corbin J ve Strauss A (2008) *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (Sage, Thousand Oaks)

Cömert M ve Çetin K (2017) Gastronomi temalı yerel festivaller üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research* 10(54).

Cömert M ve Sökmen A (2017) Türkiye’de gastronomi turizmi: Antalya’da konaklayan turistler üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 14(3), 6-26.

Creswell JW (2018) *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çev: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi

Çağlı IB (2012) Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Çalışkan O ve Yılmaz G (2016) Gastronomy and tourism. İçinde: Avcıkurt M, Dinu S, Hacıoğlu N, Efe R, Soykan A ve Tetik N (Ed.) *Global Issues and Trends in Tourism* (St. Kliment Ohridski University Press, Sofia)

Çalışkan O (2013) Destinasyon rekabetsizliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(2): 39-51.

Çetin M, Demirel H ve Çetin K (2019) Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği. *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium*, Mersin.

- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2022) Kayseri hakkında. <https://kayseri.csb.gov.tr/kayseri-hakkinda-i-768>. Erişim Tarihi: 12.11.2021.
- Demirezen B (2020) Turizm odaklı bölgesel kalkınma: Kayseri ili örneği. Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Denizer D (2015) Türk mutfağı unutulmamalı, Türklerde yeme içme kültürü ve turizm açısından önemi bildirisi. *Anadolu Üniversitesi e-gazete*, Erişim Tarihi:04.04.2015, <http://e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?No=6939>
- Dilsiz B (2010) Türkiye’de gastronomi ve turizm-İstanbul örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Ekerim F ve Tanrisever C (2020) Türkiye gastronomi festivalleri ve haritalandırılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 8(3):2277-2297.
- Elmacıoğlu N (2019) Kentlerin pazarlanmasında yeni bir araç olarak gastronomi: Kayseri örneği. Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Emekli G (2006) Coğrafya, kültüre ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi* 15(2006): 51-59.
- European Commission (2022) eAmbrosia-the Eu Geographical Indications Register. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/registration-name-quality-product\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/registration-name-quality-product_en)  
Erişim Tarihi: 08.07.2021
- Getz D ve Brown G (2006) Critical success factors for wine tourism regions: a demand Analysis. *Tourism Management* 27(1):146- 158.
- Gheorghe G, Tudorache P ve Nistoreanu P (2014) Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? *Cactus Tourism Journal* 9(1):12-21.

Göker G (2011) Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Balıkesir ili örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Gülduran ÇA ve Arıkan Saltık I (2020) Sahnede şehirler! Türkiye'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı- film alanı açısından değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi* Özel sayı, 335-358.

Gürbüz S, Serçek GÖ ve Toprak L (2017) Mardin'in UNESCO yaratıcı şehirler ağında "gastronomi kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(1):124-136.

Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (2020)  
<https://www.sanliurfa.bel.tr/icerik/70/28/mutfak-muzesi> Erişim Tarihi: 01 Temmuz 2020

Hall CM, Sharples L, Cambourne B ve Macionis N (2000) *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets* (Elsevier, Oxford).

Hall CM, Sharples L, Mitchell R, Macionis N ve Cambourne B (2003) *Food tourism around the World* (Butterworth-Heinemann, Oxford).

Harrington RJ (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): 129–152.

Hatipoğlu A (2010) İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hatipoğlu A (2014) Osmanlı saray mutfağı'nın gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hegarty J.A (2005) Developing "subject fields" in culinary arts, science, and gastronomy. *Journal of Culinary Science & Technology* 4 (1): 5-13.

Hegarty JA (2009) How might gastronomy be a suitable discipline for testing the validity of different modern and postmodern claims about what may be called avant-garde? *Journal of Culinary Science & Technology* 7: 1-18.

Hegarty JA ve O'Mahony GB (2001) Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *Hospitality Management* 20: 3-13.

Hjalager AM ve Richards G (2002) *Tourism and Gastronomy* (Routledge, London).

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-237109/turk-kahve-muzesi.html> Erişim Tarihi: 01.08.2021.

<https://www.brtv.com.tr/turkiyenin-ilk-kahve-muzesi/> Erişim Tarihi: 01.08.2021.

<https://www.unesco.org.tr/Pages/96/2/UNESCO> Erişim Tarihi: 02.05.2021

Hu Y (2010) An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors. Doctorate Thesis, University of Waterloo, Canada.

Kadioğlu N (1995) Sucuk, pastırma ve kavurmanın geleneksel üretimi ve mutfak kültürümüzdeki yeri. *Standard: Teknik ve Ekonomik Dergi* (407):97-102.

Kantaroğlu M ve Demirbaş N (2018) Türkiye’de coğrafi işaretli gıda ürünleri üretim potansiyelinin değerlendirilmesi. VIII. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, (Nisan 21-22, 2018), 514-520, Plovdiv/Bulgaria,

Karaca OB ve Yıldırım O (2020) Arap mutfak kültürünün adana gastronomi turizminin gelişmesindeki yeri: Yerel halkın görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 24(1): 41-55.

Karaca OB ve Karacaoğlu S (2016) Kültür, din ve yemek etkileşimi çerçevesinde Arap mutfağının kavramsal olarak incelenmesi: Adana ili örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 9(2): 561-584.

Katz SH (2003) *Encyclopedia of Food and Culture* (Thomson Gale, New York).

Kayseri İl Kültür Turizm Müdürlüğü. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-55152/yerel-etkinlikler.html> Erişim Tarihi: 04.02.2022

Kayseri İl Kültür Turizm Müdürlüğü. Kayseri Mutfağı. <https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-55146/kayseri-mutfagi.html> Erişim Tarihi: 04.02.2022

Kivela J ve Crotts J (2006) Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30: 354-377.

Ko S, Kang S, Kang H ve Lee M J (2018) An exploration of foreign tourists' perceptions of Korean food tour: A factor-cluster segmentation approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 23(8): 833-846.

Leng KS ve Badarulzaman N (2014) Branding George Town World Heritage Site as City of Gastronomy: Prospects of Creative Cities Strategy in Penang. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 8(3): 322-332.

Long LM (2004) *Culinary Tourism* (University Press of Kentucky, Lexington)

Marmaris Bal Evi (2020) <http://www.marmarisbalevi.com.tr/tr/marmaris-bal-evi-hakkinda> Erişim Tarihi: 01 Temmuz 2021.

McKercher B, Okumuş F ve Okumuş B (2008) Food tourism as a viable market segment: it's all how you cook the numbers, *Journal of Travel & Tourism Marketing* 25(2);137- 148.

Montanari A ve Staniscia B (2009) Culinary tourism as a tool for regional reequilibrium. *European Planning Studies* 17(10): 1463-1483.

OECD (2014) *Creative Economy and Tourism* (OECD, Paris)

Özkan N (2013) Pastırma sözü üzerine. *Dil Araştırmaları* 13 (13): 45-55.

Plummer R, Telfer D, Hashimoto A ve Summers R (2005) Beer tourism in Canada along the waterloo-Wellington aletrail. *Tourism Management* 26(3): 447-458.

Quan S ve Wang N (2004) Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management* 25 (3): 297.

Richards G (2012) Food and the tourism experience: major findings and policy orientations. In Dodd D (ed.) *Food and the Tourism Experience* (OECD, Paris)

Richards G ve Wilson J (2006) Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management* 27: 1209–1223.

Saban A ve Ersoy A (2017) *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Salman Yıkılmış M (2020) Nitel araştırmalarda e-görüşme tekniği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22 (1): 183-197.

Santich B (2007) The study of gastronomy: A catalyst for cultural understanding. *The International Journal of The Humanities* 5 (6): 53-58.

Savaşkan Y (2021) Türkiye'deki gastronomi müzelerine genel bakış. *Turizm Çalışmaları Dergisi* 3(2):61-78.

Sezen T S (2018) Gastronomi müzeleri. İçinde Akbaba A ve Çetinkaya N (Ed.) *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*. (Detay Yayıncılık, Ankara)

Shenoy S (2005) Food tourism and the culinary tourist. A Thesis Presented to the Graduate School of Clemson University, USA.



Sormaz Ü, Özata E ve Güneş E (2015) Turizmde gastronomi. *Sosyal Bilimler Dergisi* 1(2): 67–73.

Sparks B (2007) Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavior and intentions. *Tourism Management* 28, (5): 1180- 1192

Steinmetz R (2010) Food, tourism and destination differentiation: The Case of Rotorua. Master Thesis, Auckland University of Technology, New Zealand.

Şahin E ve Ünlüöner K (2021) Adana'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 9 (2): 1204-1231

Şanlıer N (2005) Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri, *Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi* 25 (1); 213-227.

Şimşek A ve Selçuk G N (2018) Gastro turistlerin tipolojisinin belirlenmesi: Gaziantep ölçeğinde bir uygulama. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* 3 (1): 28-43.

Taştan H ve İflazoğlu N (2018) Hatay'ın UNESCO gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(3): 384-393.

Tekin HH (2006) Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/4163>. Erişim Tarihi: 17 Ocak 2022.

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Glossary of Tourism Terms <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> Erişim Tarihi: 01.03.2022.

Tikkanen I (2007) Maslow's hierarchy and food tourist in Finland: five cases. *British Food Journal* 109 (9): 721-734.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Develi Cıvıklısı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/3a6eee12-0daa-49c2-a788-99fb5ea01bb7.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Coğrafi İşaretli Ürünler.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/cografiişaretler/liste?il=38&tur=&urunGrubu=&adi=> Erişim Tarihi: 07.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Akkışla Gilaburusu.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/39c56aab-2383-46e1-aa4e-c97bed5d11f2.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Bünyan Gilaburusu.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/cddfef13-9755-4a45-8cdb-581c7ba3b416.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Coğrafi İşaret Nedir?  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafii%C5%9Faret-nedir> Erişim Tarihi: 08.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) İncesu Karaevrek Üzümü.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/198.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Cırgalan Biberi.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/bf06aa87-de60-47f8-855d-50cd24e9569e.pdf> Erişim Tarihi: 09.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Katmeri Coğrafi İşaret Sicil Belgesi.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/b9d2c923-d5fc-4810-9f0c-3197a5cea078.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Kurşun Aşı Çorbası.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/772faacf-13cd-4ee4-974f-385b9ac114c7.pdf> Erişim Tarihi: 07.02.2022.

- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Mantısı.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/113.pdf> Erişim Tarihi:  
07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Nevzinesi.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/1145d076-9a8a-4ceb-9536-931a2f2c2def.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Pastırması.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/36.pdf> Erişim Tarihi:  
09.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Sucuğu.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/35.pdf> Erişim Tarihi:  
09.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Tandır Böreği.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/ed3fb3ed-2736-4c1d-bc0e-4efacfbbeaaa4.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Yağ Mantısı.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/1bec0412-6c44-4023-ab13-97f5410eb01a.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kayseri Yağlaması.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/69811f58-54ee-4cbc-a40c-c9f9bb8bf607.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Kedi Bacağı Coğrafi İşaret Sicil Belgesi.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/0121e611-6de2-4da2-bcea-917344fbe120.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2022.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Özvatan Çiçek Balı.  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/f43e8f31-0e04-42ca-9a37-0992dfec26ab.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Pınarbaşı Uzunyayla Çerkes Peyniri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/10e6332b-e30f-4dd1-aa9d-64313b3f0841.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Tescil Türleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/Type> Erişim Tarihi: 12.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Tescil ve Başvuru Sayıları. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> Erişim Tarihi: 12.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Tescilli Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup> Erişim Tarihi: 12.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Tomarza Kabak Çekirdeği. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/185.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2022.

Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) Yamula Patlıcanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/c24118df-7148-46ef-91f2-744b5e6fbf32.pdf> Erişim Tarihi: 10.01.2022.

Türkben C, Gül F ve Uza, Y (2012) Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 2012 (2): 47-50.

Türkiye Kültür Portalı (2021) Emine Göğüş Mutfak Müzesi-Gaziantep. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/emine-gogus-mutfak-muzesi> Erişim Tarihi: 15.07.2022.

UNESCO Afyonkarahisar. <https://en.unesco.org/creative-cities/afyonkarahisar> Erişim Tarihi: 15.07.2022.

UNESCO Gastronomi Şehirleri. <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> Erişim Tarihi: 15.07.2022.

UNESCO Gaziantep. <https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep> Erişim Tarihi: 15.07.2022.

UNESCO Hatay. <https://en.unesco.org/creative-cities/hatay> Erişim Tarihi: 17.07.2022.

UNESCO Millî Komisyonlar Tüzüğü.  
<https://www.unesco.org.tr/Pages/98/151/UNESCO-Mill%C3%AE-Komisyonlar-T%C3%BCz%C3%BC%C4%9F%C3%BC>

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Başvuru Çağrısı Başvuru Kılavuzu, (2021).  
[https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/2021-uccn\\_application-guidelines\\_0.pdf](https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/2021-uccn_application-guidelines_0.pdf) Erişim Tarihi: 17.07.2022.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı. <https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1>  
Erişim Tarihi: 17.07.2022.

UNESCO Mission Statement. [https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn\\_mission\\_statement\\_rev\\_nov\\_2017.pdf](https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf) Erişim Tarihi: 17.07.2022.

Üner EH (2014) Herşey dahil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Üzümcü OO (2018) Gastronomi kültürü ve gastronomi turizmi açısından Likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine bir inceleme. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Wach E (2013) Learning about qualitative document analysis. <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/2989/P%20InBrief%2013%20QDA%20FINAL2.pdf?sequence=4&isAllowed=y>  
Erişim Tarihi: 20.09.2021.

- Wolf E (2002) Culinary tourism: A tasty economic proposition. <http://www.culinarytourism.org> Erişim Tarihi: 20.09.2021.
- Xiaomin C (2017) City of gastronomy of UNESCO Creative Cities Network: From international criteria to local practice. *Social Systems Studies* 55–67.
- Yağmahan Ş (2019) Zenginlikler şehri Kayseri’yi keşfetmek: kent imgeleri. <https://www.academia.edu/download/59389970/Kayseri-ile-ilgili-makale20190525-44891-13xfl63.pdf>. Erişim Tarihi: 15 Ocak 2022.
- Yıldırım A ve Şimşek H (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Yılmaz H ve Şenel P (2014) Turistik bir çekicilik olarak gastronomi müzeleri. 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara. 13-16 Kasım.
- Yılmaz G (2017) Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 14(2): 171-191.
- Yüncü HR (2010) Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası. Aybastı-Kabataş Kurultayı 11, Ankara.

## EKLER

### EK-1. Paydaşlara Yöneltilen Mülakat Soruları

#### Değerli Katılımcı

Bu çalışmanın amacı “*Kayseri İlinin Unesco Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağına Katılmasına İlişkin Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Bakış Açısı*” nı ortaya koymaktır. Elde edilecek veri yalnızca akademik çalışmalar için kullanılacak olup kesinlikle gizli tutulacak ve şahıs ismi kullanılmayacaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

**Suna YÜZER**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv.  
Turizm Araştırmaları Enstitüsü**

**Prof Dr. Şule AYDIN**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv.Turizm Fakültesi**

1. Gastronomi turizminin, Kayseri turizminin geleceğinde ve pazarlamasındaki yeri ve önemi nedir?
2. Kayseri gastronomisini geliştirmek için sizlerin yapmış olduğu faaliyet, proje, festivaller var mıdır?
3. UNESCO'nun Yaratıcı Şehirler Ağı hakkında neler biliyorsunuz?
4. Şehrin Yaratıcı Şehirler Ağı'na başvurusundan haberdar mıydınız? Bu sürece nasıl bir katkıda bulundunuz?
5. Başvurunun Kayseri Turizmine katacağı olumlu gelişmeler hakkında ne düşünüyorsunuz?
6. Bu ağa dâhil olduğunda şehre getireceği olumsuzluklar veya güçlükler hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
7. Bu oluşumun bölgedeki paydaşların iş birliğini arttırmasını ve birlikte çalışma kabiliyetlerini ne yönde etkileyeceğini düşünüyorsunuz?
8. Bu konu hakkında başka düşünceleriniz, eklemek istediğiniz bir şey bulunmakta mıdır?