



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN TÜRKİYE'DEKİ
GASTRONOMİ MÜZELERİNİN ANALİZİ**

TANSU AKBIYUK

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

ARALIK 2021



**TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN TÜRKİYE’DEKİ GASTRONOMİ
MÜZELERİNİN ANALİZİ**

Tansu AKBIYUK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

ARALIK 2021

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Tansu AKBIYUK
18/12/2021

TURİZM POTANSİYELİ AÇISINDAN TÜRKİYE’DEKİ GASTRONOMİ MÜZELERİNİN ANALİZİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Tansu AKBIYUK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Aralık, 2021

ÖZET

Toplumların mutfak kültürlerinin tanıtımı, korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından gastronomi müzeleri önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bu araştırma gastronomi müzelerinin turizm potansiyeli üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmada tamsayım yöntemi ile Türkiye’nin farklı yörelerinde bulunan gastronomi müzelerinden (toplam 32 adet) veri toplanması hedeflenmiştir. Pandemi şartları nedeniyle bazı müzelerin kapalı olması ve bu müzelere hiçbir şekilde ulaşılamaması, bazılarının ise görüşmeyi kabul etmemeleri nedeniyle 24 gastronomi müze yetkilisiyle görüşülerek veri toplama süreci tamamlanmıştır. Görüşme formu araştırmanın amacını belirten açıklama kısmının yanı sıra 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde gastronomi müzelerinin tanımlayıcı bilgileri ve görüşme yapılan kişilerin demografik özelliklerini belirten 10 adet, ikinci bölümde müze ziyaretçilerinin betimleyici özellikleri ve gastronomi müzelerine ilişkin genel bilgileri içeren 8 adet soru bulunmaktadır. Son bölümde ise gastronomi müzelerinin bulundukları bölgelerin turizm potansiyeline olan etkilerine ilişkin sonuçlar elde etmek amacıyla toplam 6 adet soruya yer verilmiştir. Araştırma sürecinde elde edilen veriler içerik analizi yönteminden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Verilerin analizi bilgisayar destekli olarak gerçekleştirilmiş ve MAXQDA programından yararlanılmıştır. Bu program harita ve ilişki ağırlıklı görseller yardımıyla fikirlerin netleştirilmesi ve tema veya kodlar arasındaki ilişkilerin anlamlı olarak ortaya konulması amacıyla kullanılmaktadır. Araştırma konusu amaç bakımından sekiz ana tema etrafında şekillenmiştir. Bu temalar; turizm potansiyeli, paydaşlar, tanıtım, aktiviteler, çekicilikler, mutfak kültürü, yöresel ürün ve sürdürülebilirliktir. Araştırmada gastronomi müzelerinin turizm potansiyeline olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda turizm potansiyeli ile tanıtım teması arasındaki ilişki diğer temalara göre en yüksek orana sahiptir. Turizm potansiyeli-aktiviteler, aktiviteler-çekicilikler, çekicilikler-turizm potansiyeli arasında da yüksek düzeyde ilişki derecesi tespit edilmiştir. Gastronomi müzelerinin turizm potansiyelindeki etkileri açısından tanıtım teması ön plana çıkarken çekicilikler ve aktiviteler temalarının da önemli olduğu analiz edilmiştir. Araştırmaya konu olan gastronomi müzelerinin çoğunluğunun bulunduğu yörenin mutfak kültürünü tanıtımda yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır. Turistlerin yöreleri tekrar ziyaret etmelerinde gastronomi müzelerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Araştırmada gastronomi müze faaliyetlerinin geliştirilmesi ve turizm potansiyeline etkilerinin artırılmasına yönelik önerilere yer verilmiştir.

Bilim Kodu : 116909
Anahtar Kelimeler : Turizm, Turizm Potansiyeli, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Müzeleri
Sayfa Adedi : 165
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Aybuke Elif CEYHUN SEZGİN

ANALYSIS OF GASTRONOMY MUSEUMS IN TURKEY IN TERMS OF TOURISM POTENTIAL

(Master's Thesis)

Tansu AKBIYUK

GAZİ UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

December, 2021

ABSTRACT

Gastronomy museums are seen as an important element in promoting, preserving and maintaining the culinary cultures of societies. This research was conducted to determine the effects of gastronomy museums on tourism potential. Qualitative research methods and semi-structured interview form within this scope were used in the research. The study aims to collect data from gastronomy museums (32 in total) in different regions of Turkey with the total count method. Due to the pandemic conditions, some museums are closed and none of these museums are accessible, also some museums rejected the interview, while 24 gastronomy museum officials have been interviewed and the data collection process has been completed. The interview form consists of 3 sections as well as the description section that describes the purpose of the research. The first section contains 10 questions, including descriptive information of gastronomy museums and demographic attributes of interviewees; the second section contains 8 questions about the descriptive features of museum visitors and general information about gastronomy museums. In the last section, 6 questions in total were asked to obtain results on the effects of gastronomy museums on tourism potential. The data obtained in the research process was evaluated using the content analysis method. Analysis of data was done computer-assisted and MAXQDA program was utilized. This program is used to clarify ideas with the help of maps and relationship-based visuals and to establish meaningful relationships between themes and codes. The research topic is shaped around eight main themes in terms of purpose. These themes are tourism potential, stakeholders, promotion, activities, attractions, culinary culture, regional product and sustainability. The study concluded that gastronomy museums have positive impacts on tourism potential. In line with the data obtained, the relationship between tourism potential and promotion theme has the highest rate compared to other themes. A high degree of correlation was found between tourism potential-activities, activities-attractions, attractions-tourism potential. It has been analyzed that the theme of publicity is key for the effects of gastronomy museums on tourism potential, while the themes of attractions and activities are also important. The study concluded that the majority of gastronomy museums was inadequate in promoting culinary culture of regions where they are located. Gastronomy museums are considered to be effective in tourists revisiting the regions. The research included recommendations for the development of gastronomy museum activities and increasing their impact on tourism potential.

Science Code	: 116909
Keywords	: Tourism, Tourism Potential, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Gastronomy Museums
Number of Pages	:165
Thesis Advisor	: Assoc. Prof. Dr. Aybuke Elif CEYHUN SEZGİN

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim ve tez sürecimde bütün bilgi ve birikiminden yararlandığım, bu zorlu süreçte sabır ve ilgiyle yanımda olan değerli danışman hocam Doç. Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN'e teşekkürlerimi sunarım. Aynı zamanda akademik bilgi birikimiyle yolumu aydınlatan, gerek manevi gerekse tez yazım sürecinde sağladığı katkılarından dolayı fahri danışman hocam Prof. Dr. Yasin BOYLU'ya sonsuz teşekkür ederim. Lisans ve Yüksek Lisans eğitim hayatım boyunca tanıştığım, ufkumu genişleten Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'ndeki tüm hocalarıma bana verdikleri katkılar için teşekkür ederim.

Üniversiteye başladığım ilk günden beri yan yana yürüdüğüm sevgili dostum Nurşah SİNER'e bu süreçte de verdiği desteklerden ötürü teşekkür ederim. Tez yazım süresince her an yanımda olan arkadaşım Arş. Gör. Ümit Can KAYA'ya yardımlarından dolayı teşekkür ederim. Mental olarak zorlandığım bu süreçte her zaman sırtımı yaslayıp güç aldığım Caner ŞAHİN'e teşekkür ederim. Tez yazım sürecinde ihtiyacım olduğunda yardımını ve bilgilerini esirgemeyen arkadaşım Arş. Gör. Veli CEYLAN'a, daima yanımda olan ve desteklerini esirgemeyen Burak DORUK, Samed AYGÜN ve ismini sayamadığım tüm dostlarıma teşekkür ederim.

Teşekkür kısmını bitirirken, bugünlere gelmemde en büyük payı olan attığım her adımda gururla yanımda olan ve desteklerini esirgemeyen annem Songül AKBIYUK'a, yanımda olamasa da varlığını her zaman hissettiğim verdiği ahlak ve ilk eğitimle ilerlediğim sevgili babam Cevat AKBIYUK'a, her zaman yanımda dimdik duran, eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteğini esirgemeyen ablam Cansu KAYA'ya, bana hem arkadaşlık yapıp hem desteğini her zaman hissettiren küçük kardeşim Diren AKBIYUK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Öğrenmenin ucu bucağı olmayan bir deniz olduğunu anladığım eğitim hayatımda, o denizin içinde merakla keşif yapan bir gemi olarak kalmak dileğiyle.....

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xii
HARİTALARIN LİSTESİ.....	xiii
RESİMLERİN LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR.....	xix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM TANIMI, KAVRAMLARI VE GELİŞİMİ

1.1. Turizm Kavramı ve Tanımı	5
1.2. Turizmin Özellikleri.....	7
1.3. Turizmin Çeşitleri	9
1.3.1. Türkiye’deki Turizm Potansiyeli ve Gelişimi.....	10

İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TANIMI, KAVRAMI VE GELİŞİMİ

2.1. Gastronomi Tanımı ve Kavramı	13
2.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi.....	15
2.3. Gastronomi Turizmi Kavramı ve Tanımı	18
2.4. Türkiye’deki Gastronomi Turizmini Gelişimi	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ MÜZELERİ

3.1. Müze Kavramı	27
3.2. Gastronomi Müzeleri	29
3.3. Dünyadaki Gastronomi Müzeleri.....	31
3.3.1. Mutfak Kültürü Temalı Müzeler.....	40
3.3.2. Yöresel Ürün Temalı Müzeler	42
3.3.3. Meyve/Sebze Temalı Müzeler	44
3.3.4. Şarap/Bira ve Diğer İçecek Temalı Müzeler	46
3.3.5. Zeytin/Zeytinyağı Temalı Müzeler	48
3.3.6. Çay/Kahve Temalı Müzeler	50
3.3.7. Peynir ve Şarküteri Temalı Müzeler	52
3.3.8. Ekmek ve Unlu Mamul Temalı Müzeler	54
3.3.9. Çikolata/Şeker Temalı Müzeler	56
3.3.10. Diğer Müzeler	58
3.4. Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri	61
3.4.1. MSA Gastronomi Müzesi (İstanbul).....	65
3.4.2. Türk Lezzet Müzesi (İstanbul).....	66
3.4.3. Pelit Çikolata Müzesi (İstanbul)	67
3.4.4. Balık Müzesi (İstanbul).....	68
3.4.5. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi (İstanbul)	69
3.4.6. Polenezköy Arıcılık Müzesi (İstanbul)	70
3.4.7. Ankara Ekmek Müzesi (Ankara)	72
3.4.8. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı (Ankara)	73
3.4.9. Köstem Zeytinyağı Müzesi (İzmir).....	74
3.4.10. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (Aydın).....	76

Sayfa

3.4.11. Çine Arıcılık Müzesi (Aydın)	78
3.4.12. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi (Muğla)	79
3.4.13. Marmaris Bal Evi Müzesi (Muğla)	80
3.4.14. Özel Muğla Arıcılık Müzesi (Muğla)	82
3.4.15. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi (Balıkesir).....	83
3.4.16. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi (Balıkesir)	84
3.4.17. UNESCO Hatay Gastronomi Evi (Hatay)	85
3.4.18. Altınözü Zeytin Müzesi (Hatay)	87
3.4.19. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (Hatay)	88
3.4.20. Emine Göğüş Mutfak Müzesi (Gaziantep)	89
3.4.21. Baklava Müzesi (Gaziantep).....	90
3.4.22. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi (Kahramanmaraş)	91
3.4.23. Dondurma Müzesi (Kahramanmaraş).....	92
3.4.24. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (Şanlıurfa).....	93
3.4.25. Erzurum Evleri (Erzurum)	95
3.4.26. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi (Antalya)	96
3.4.27. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (Tekirdağ).....	97
3.4.28. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (Çanakkale).....	98
3.4.29. ÇAYKUR Çay Müzesi (Rize)	99
3.4.30. Eko Müze Zavot Peynir Müzesi (Kars/Boğatepeköyü)	100
3.4.31. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi	101
3.4.32. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi.....	103
3.5. Konuyla İlgili Yapılan Çalışmalar	104

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	109
4.2. Araştırmanın Yöntemi	110
4.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması	110
4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	111
4.5. Araştırmanın Sınırlıkları	112
4.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği	113
4.7. Verilerin Analizi	114

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. Araştırmaya Katılanlar Hakkında Genel Bilgiler	118
5.2. Araştırmada Müze Ziyaretçilerine İlişkin Bulgular	120
5.3. Araştırmanın Ana Temalarına İlişkin Bulgular	121
5.4. Araştırmada Turizm Potansiyeline İlişkin Bulgular	138

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

KAYNAKLAR	145
EKLER.....	161
EK.1 Etik Kurul Onay Formu	162
EK-2.Görüşme Formu.....	163
ÖZGEÇMİŞ	165

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 3.1. Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları	33
Çizelge 3.2. Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri ve Temaları	63
Çizelge 5.1. Betimleyici İstatistikler.....	118
Çizelge 5.2. Gastronomi Müzelerinin Yıllık Ortalama Ziyaretçi Sayıları.....	120
Çizelge 5.3. Araştırmanın Ana Temaları Kapsamındaki Kelime Frekansı	121
Çizelge 5.4. Araştırmaya İlişkin Temaların İlişkiler Tarayıcısı	134
Çizelge 5.5. Müzelerin Bölgelerin Turizm Potansiyeline Olan Etkilerine İlişkin Genel Görüşler	138

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 5.1. Araştırmada Kullanılan MAXQDA Programı Kodlama Şeması.....	118
Şekil 5.2. Araştırmanın Ana Temalarına Ait Kelime Bulutu.....	122
Şekil 5.3. Araştırmanın Ana Temalarına Ait İlişki Haritası	136
Şekil 5.4. Kod Birlikte Oluşturma Modeli.....	137



HARİTALARIN LİSTESİ

Harita	Sayfa
Harita 3.1. Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri	64



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 3.1. Yunan Gastronomi Müzesi Sergi Alanı.....	40
Resim 3.2. Yunan Gastronomi Müzesi Sergi Alanı.....	40
Resim 3.3. Prag Gastronomi Müzesi	41
Resim 3.4. Prag Gastronomi Müzesinde Sergilenen Eserler	41
Resim 3.5. ABD Ulusal Hardal Müzesi.....	42
Resim 3.6. ABD Ulusal Hardal Müzesi Sergi Alanı	43
Resim 3.7. Gelato Müzesi Sergi Alanı.....	43
Resim 3.8. Gelato Müzesi.....	44
Resim 3.9. Idaho Patates Müzesi	45
Resim 3.10. Idaho Patates Müzesi	45
Resim 3.11. Mantar Müzesinde Yetiştirilen Özel Mantarlar	46
Resim 3.12. Mantar Müzesinde Yetiştirilen Özel Mantarlar	46
Resim 3.13. İtalya Şarap Müzesinde Sergilenen Kadehler Ve Şarap Küpleri.....	47
Resim 3.14. ABD Bira Müzesinde Sergilenen Bira Kutuları	48
Resim 3.15. ABD Bira Müzesinde Sergilenen Bira Kutuları	48
Resim 3.16. Yunanistan Zeytin Ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları.....	49
Resim 3.17. Yunanistan Zeytin Ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları	49
Resim 3.18. İtalya Zeytin ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları.....	50
Resim 3.19. İtalya Zeytin ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları	50
Resim 3.20. İngiltere Çay Müzesi.....	51
Resim 3.21. İngiltere Çay Müzesinde Sergilenen Çay Kutuları	51
Resim 3.22. Brezilya Kahve Müzesi.....	52

Resim	Sayfa
Resim 3.23. Brezilya Kahve Müzesi.....	52
Resim 3.24. Çedar Peynir Müzesi.....	53
Resim 3.25. Çedar Peynir Müzesi.....	53
Resim 3.26. Parma Jambon ve Salam Müzesi	54
Resim 3.27. Parma Jambon ve Salam Müzesi	54
Resim 3.28. Harold M. Freund Amerikan Fırıncılık Müzesi.....	55
Resim 3.29. Amerikan Fırıncılık Müzesinin Kuruluş Dönemi.....	55
Resim 3.30. Avrupa Ekmek Müzesi Sergi Alanı	56
Resim 3.31. Avrupa Ekmek Müzesi Girişi	56
Resim 3.32. Çikolata Müzesi Sergi Alanı.....	57
Resim 3.33. Çikolata Müzesi’nde Sergilenen Çikolata Dekorları	57
Resim 3.34. Haribo Şeker Müzesi Sergi Alanı	58
Resim 3.35. Haribo Şeker Müzesi Sergi Alanı	58
Resim 3.36. Gıda Katkı Maddeleri Müzesi Sergi Alanı	59
Resim 3.37. Gıda Katkı Maddeleri Müzesi Sergi Alanı	59
Resim 3.38. Gurme Müzesi ve Kütüphanesi	60
Resim 3.39. Gurme Müzesi ve Kütüphanesi	60
Resim 3.40. MSA Gastronomi Müzesi	65
Resim 3.41. MSA Gastronomi Müzesi	65
Resim 3.42. Türk Lezzet Müzesi	66
Resim 3.43. Türk Lezzet Müzesi	66
Resim 3.44. Pelit Çikolata Müzesi.....	68
Resim 3.45. Pelit Çikolata Müzesi.....	68
Resim 3.46. Balık Müzesi.....	69
Resim 3.47. Balık Müzesi.....	69

Resim	Sayfa
Resim 3.48. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi	70
Resim 3.49. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi	70
Resim 3.50. Polenezköy Arıcılık Müzesi	71
Resim 3.51. Polenezköy Arıcılık Müzesi Dış Görünümü.....	71
Resim 3.52. Ankara Ekmek Müzesi	73
Resim 3.53. Ankara Ekmek Müzesi	73
Resim 3.54. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı	74
Resim 3.55. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı	74
Resim 3.56. Köstem Zeytinyağı Müzesi.....	75
Resim 3.57. Köstem Zeytinyağı Müzesi.....	75
Resim 3.58. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	77
Resim 3.59. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	78
Resim 3.60. Çine Arıcılık Müzesi.....	78
Resim 3.61. Çine Arıcılık Müzesi.....	79
Resim 3.62. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi.....	80
Resim 3.63. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi.....	80
Resim 3.64. Marmaris Bal Evi.....	81
Resim 3.65. Marmaris Bal Evi.....	81
Resim 3.66. Özel Muğla Arıcılık Müzesi	83
Resim 3.67. Özel Muğla Arıcılık Müzesi	83
Resim 3.68. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi.....	84
Resim 3.69. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi.....	84
Resim 3.70. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi	85
Resim 3.71. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi	85
Resim 3.72. UNESCO Hatay Gastronomi Evi	86
Resim 3.73. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Dış Görünümü	86

Resim	Sayfa
Resim 3.74. Altınöz Zeytin Müzesi	87
Resim 3.75. Altınöz Zeytin Müzesi	87
Resim 3.76. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	88
Resim 3.77. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	89
Resim 3.78. Emine Göğüş Mutfak Müzesi	90
Resim 3.79. Emine Göğüş Mutfak Müzesi	90
Resim 3.80. Baklava Müzesi	91
Resim 3.81. Baklava Müzesi	91
Resim 3.82. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi	92
Resim 3.83. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi	92
Resim 3.84. Dondurma Müzesi	93
Resim 3.85. Dondurma Müzesi	93
Resim 3.86. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi.....	94
Resim 3.87. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi.....	95
Resim 3.88. Erzurum Evleri.....	96
Resim 3.89. Erzurum Evleri.....	96
Resim 3.90. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi	97
Resim 3.91. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi Dış Görünüşü	97
Resim 3.92. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi.....	98
Resim 3.93. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi.....	98
Resim 3.94. Adatepe Zeytinyağı Müzesi	99
Resim 3.95. Adatepe Zeytinyağı Müzesi	99
Resim 3.96. ÇAYKUR Çay Müzesi	100
Resim 3.97. ÇAYKUR Çay Müzesi	100
Resim 3.98. Ekomüze Zavot Peynir Müzesi.....	101

Resim	Sayfa
Resim 3.99. Ekomüze Zavot Peynir Müzesi.....	101
Resim 3.100. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi.....	102
Resim 3.101. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi.....	102
Resim 3.102. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi.....	103
Resim 3.103. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi.....	103



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Miletler Dünya Turizm Örgütü)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Miletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)
AIB	American Institute Bakery (Amerikan Pişirme Endüstrisi)
MSA	Mutfak Sanatları Akademisi
MAYBİR	Muğla İli Arı Yetiştiriciliği Birliği
DOĞAKA	Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı
MEGEP	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemlerinin Geliştirilmesi Projesi

GİRİŞ

Kültürel değerlerin zaman içinde yozlaşmaya uğraması toplumlar için koruma ve gelecek nesillere aktarma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Kültürel değerler içerisinde önemli bir konuma sahip olan mutfak kültürünün korunması ve envanter oluşturulması açısından gastronomi turizmi ön plana çıkmaktadır. Gastronomi turizmi mutfak kültürü ve yerel gastronomik unsurların korunmasını teşvik eden ve önemini ortaya koyan bir olgudur. Destinasyon pazarlamasının ve turizm potansiyelinin gelişimine sunduğu katkılar ile ülke ekonomisine fayda sağlayan gastronomi turizmi, yerel mutfak kültürlerini deneyimlemek amacıyla yapılan bir seyahat türü olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle ülkeler turizm faaliyetlerini arttırmak, çeşitlendirmek ve gastronomik değerlerini ortaya çıkarmak için gastronomi müzelerinden yararlanmaktadır. Toplumlara ait beslenme alışkanlıklarını yansıtarak mutfak kültürlerinin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebilirlik özelliği kazanması açısından önemli bir görevi olan gastronomi müzeleri, ziyaretçilerine özgün ve farklı deneyimler sunmasıyla bir destinasyon pazarlama aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu durum gastronomi müzelerinin yerli ve yabancı ziyaretçiler için önemli birer cazibe merkezi haline gelmesini sağlamıştır.

Gastronomi, bir destinasyon ziyaretinin çekici unsuru olarak görülmekte ve bu sebeple önem arz etmektedir. Turistlerin alternatif turizm arayışı içinde olmaları farklı ve yeni deneyimler yaşamak istemeleri gastronomiyi önemli bir hedef haline getirmektedir. Ancak gastronomi turizmine katılanlar için yöreye ait farklı lezzetleri tatmak yeterli gelmemektedir. Yöreye ait geleneksel yiyeceklerin tarihi, üretimi ve hazırlanışı hakkında bilgi almak ve tadım yaparak bu deneyimi pekiştirmek istemektedirler. Bu kapsamda gastronomi müzeleri, turistlerin ulaşmayı hedefledikleri deneyimi sağlamakta ve gastronomi turizmine olan ilgiyi arttırmakta önem taşımaktadır. Bazı gastronomi müzeleri yiyeceklerin tarihçesi, üretimi ve hazırlanmasının yanı sıra yiyecekleri deneyimleme ve üretimde kullanılan araç gereçleri görme gibi imkânlarda sunmaktadır (Bekar, Arman ve Sürücü, 2017:469).

Gastronomi turizmi birçok ülke ve yerel bölge için yeni bir turizm potansiyeli sağlamakta ve turistik bölgelerde benzersiz bir rekabet oluşturmaktadır. Destinasyon tercihinde misafirler için gastronomi ve gastronomi kültürü ilgi duyulan çekicilik unsurlarından biridir.

Zira her turist gittiği ülkenin mutfağını ve yerel yiyeceklerini merak etmektedir (Horng ve Tsai, 2010:75).

Gastronominin önemli gelişim göstergelerinden biriside bu alanda açılan gastronomi müzeleridir. Gastronomi amacıyla seyahat eden turistler gittikleri yerlerde toplumlara ait yeme-içme alışkanlıkları, tarihi, gelenekleri, teknikleri ve araç gereçleri hakkında bilgi sahibi olabilecekleri müzelerin arayışları içerisindeydir. Türkiye’deki gastronomi müzelerinin özellikle 2005 yılı sonrasında kuruldukları görülmektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015:81).

Destinasyonların birçoğu yöresel yiyeceklerini ve mutfak kültürlerini turizm pazar talebi olarak gördükleri için destinasyonlarına ait yiyecekleri ve mutfak kültürünü tanıtmak turistlerin ilgisini çekmek amacıyla gastronomi müzelerini kurarak ön plana çıkarmaktadır. Gastronomi faaliyetlerini gerçekleştirerek destinasyonlara kolaylık sağlayan gastronomi müzelerinin iyileştirilmesi ve yeni müzelerin açılması gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır (Sormaz ve Güneş, 2016:27-28).

Müzeler destinasyon pazarlamasında önemli bir cazibe unsurudur. Gastronomi müzelerinin tanıtımı noktasında yapılan çalışmaların yetersizliği elde edilecek olan verimi engellemektedir. Türkiye’deki gastronomi temalı müzelerin iyileştirilmesi, yeni gastronomi müzelerinin açılması ve bu müzelerin dünyaya tanıtımı ülkenin turistik çekim gücünü ve turist sayısını güçlendirebilir. Müzeler geçmişle geleceğe yansıtan ayna görevindedirler. Bu anlamda gastronomi müzeleri de mutfak kültürünü yansıtan en önemli araçlardan biri olarak görülebilir. İlgili literatürde konu çerçevesinde yapılan araştırmalara pek rastlanamaması bu araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu araştırmada; Türkiye’de yörelere özgü yeme-içme alışkanlıklarının ve geleneksel ürünlerin gerek çeşitli objeler ve gerekse görseller gibi farklı materyaller ile tanıtımını yapan gastronomi müzelerinin tarihsel gelişimi ve temaları hakkında bilgi verilerek müze yetkilileri ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler turizm potansiyeli açısından değerlendirilmiştir. Bu araştırma ile gastronomi müzelerinin turizm üzerindeki etkileri, müzelerin bulunduğu yöre mutfağını tanıtım potansiyeli ve çekicilik unsuru olarak turistler üzerindeki etkilerini belirlemek amaçlanmıştır.

Literatür taraması araştırma kapsamında 3 ayrı bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde genel bir çerçeve oluşturmak amacıyla turizm tanımı, kavramları ve gelişimi konuları ele alınmıştır. İkinci bölümde çalışmanın temelini oluşturan gastronominin tanımı, kavramı ve gelişimi incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise dünyadaki ve Türkiye’deki gastronomi müzeleri temalar açısından kategorize edilerek detaylandırılmıştır.

Yöntem bölümünde; araştırmanın amacı ve önemi, uygulanan yöntem, veri toplama aracı ve verilerin toplanması, evren ve örneklem, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın geçerliliği ve güvenliği ile verilerin analiz sürecine yer verilmiştir. Bulgular bölümünde araştırma doğrultusunda müze yetkilileri ile gerçekleştirilen görüşmelere ilişkin sonuçlar ayrıntılı bir şekilde raporlanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler MAXQDA programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Bu bölüm araştırmanın temalarının ayrıntılı olarak incelenmesiyle tamamlanmıştır. Sonuç ve öneriler bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilerek araştırmanın ortaya çıkardığı temel gerçekler ve sonuçlar incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda gastronomi müzelerin geliştirilmesi ve turizm potansiyeline olan katkısının artırılmasına yönelik öneriler sunularak araştırma tamamlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM TANIMI, KAVRAMLARI VE GELİŞİMİ

1.1. Turizm Kavramı ve Tanımı

Turizm kelimesi ilk defa 1800’lü yıllarda İngilizcede kullanılmaya başlanmıştır. Turizm kelimesinin kökeni Latinceye dayanmaktadır. Latince anlamı çevreyi dolaşmak ve geri dönmek olan “tornus” kelimesi “tour” kökünden türetilmiştir. Tour kelimesi “birinin başlangıç noktasına döndüğü bir yolculuk: Yunancada daire, Fransızcada ise dönmek anlamına gelmektedir”. Turizm kelimesinin kökenine ilişkin başka bir yaklaşım ise İbranice’de dinlenme, öğrenme ve insanın kendisini geliştirmesi anlamında kullanılan “tora” kelimesine dayanmaktadır (Araboğa, 2018:4; Tunde, 2012:120).

Eski uygarlıklar incelendiğinde insanların ticari faaliyetleri, dinsel ihtiyaçları, sağlık sorunları, politik ve daha birçok nedenle yaşadıkları yerlerden farklı yerlere seyahat ettikleri görülmektedir. İnsanların uygarlık tarihinden itibaren yüzyıllar içerisinde çeşitli amaç ve nedenlerle seyahat etme ihtiyaçları artmıştır. 20. yüzyıla özgü modern bir kavram olarak görülmesine rağmen, turistik yer değiştirme faaliyetleri insanların varoluşlarından itibaren süre gelen eski bir olgudur. Hareketli bir yapıda bulunan seyahat aktivitesi, çeşitli dillerde farklı kavramlar ile ifade edilmektedir. Bu dinamik faaliyetin gelişimi ve kavramların sebep olduğu karışıklık sonucunda ortak tek bir kavram ‘turizm’ üzerinde fikir birliğine varılmıştır (Büyükepeççi, 2019:4; Kozak, Kozak ve Kozak, 2019:1-3).

Turizm faaliyetleri toplumlar için önemli sosyal, ekonomik ve fiziksel sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ilerleme ve gelişmesine katkı sağlayan bir faktör olarak nitelendirilen turizmin Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) kaynakları otomotiv, kimya ve madencilik gibi endüstriyel dallardan daha fazla ekonomik çıktılar sağladığını ifade etmektedir. Ülkeler turizmden elde ettikleri çıktılar doğrultusunda turizme olan ilgilerini arttırmış ve turizm faaliyetlerinde hassasiyet göstermişlerdir. Bu sebeple hükümet ve özel sektör yatırım planlarında turizme yer vermeye başlanmıştır. Birçok ülke, girişimcilerin turizm yatırımlarını teşvik etmek

amacıyla destekleyici uygulamalar sağlamaktadır. Ülkeler arasında turizm gelirleri için rekabet olduğunu söylemek mümkündür (Emir, 2017:465-466).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2020) tarafından turizm tanımı, “insanların kişisel veya ticari/mesleki amaçlarla ülkelere veya olağan ortamlarının dışındaki yerlere taşınmasını gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur. Bu kişilere ziyaretçi adı verilir (turistler veya geziciler de olabilir; bölge sakinleri veya yerleşik olmayanlar) adı verilir” şeklindedir.

Turizm genel tanımı insanların yaşamlarını sürdürdükleri yer dışında farklı bir yere gününbirlik veya daha fazla süre kalmaları ile ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması faaliyetleri şeklinde ifade edilmektedir. Turizm başka bir tanımı ise hızlı endüstrileşme ve kentleşme içerisinde fiziksel ve zihinsel açıdan dinlenme, kendini yenileme, yer değiştirme, değişiklik, kaçma isteği ve uzaklaşma gibi insan psikolojisi ile ortaya çıkabileceği gibi zorunlu haller ile oluşan iş, konferans ve sağlık gibi sebeplerle de yapılabilmektedir. Turizm faaliyetlerinin öznesi insandır. Turizmin oluşmasını sağlayan ve merkezinde bulunan, yaşadığı yeri maddi kazanç dışı sebeplerle belirli bir süre zarfında terk ederek seyahat eden, sınırlı maddi imkânlarla konaklayarak gezen ve tatmin arayan insan “turist” kelimesi ile ifade edilmektedir. Türkçede turisti seyyah kelimesi, turizm ise seyahat kelimesi karşılamaktadır (Edinsel ve Adıgüzel, 2014:168-169; Aydın, 2012:92-93).

Turizmin önemli bir bileşeni, ziyaretçilerin ve yerel halkın arasındaki sosyal etkileşimdir. Bu sebeple, iyi bir seyahat deneyimi yaratmak ev sahiplerinin misafirperverliğine ve ticarileştirilmesine bağlıdır. Turizmin gerektirdiği eğitim ve uzmanlık, belirli sosyo-kültürel bağlamlara ve destinasyon bölgelerindeki ziyaretçilerin kültürel özellikleriyle benzerlik derecesine göre değişmektedir. Bu açıdan bakıldığında, turizm üretiminin diğer ekonomik faaliyetlerden daha karmaşık bir boyuta sahip olduğu ortaya çıkmaktadır (Bianci, 2003:18).

Turizm, ekonomideki diğer sektörlerden ayrılan bir faaliyettir. Çok yönlü olması sebebiyle ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel nitelikte girdilere sahiptir. Turizmin bir ‘endüstri’ olarak tanımlanmasındaki en büyük sorun diğer endüstri faaliyetlerinin aksine fiziksel olarak ölçülebilen bir çıktıya sahip olmamasıdır. Küresel anlamda turizm sektörünü temsil eden ortak bir yapı yoktur. Örneğin kimi ülkelerde deniz-kum-güneş turizmi gelişmişken kimi ülkelerde iş ve kongre turizmi gelişmiştir. Bunun yanı sıra turizmle ilgili açık olan

özelliklerde bulunmaktadır. Örneğin turizm, bir kişinin yolculuğa çıktığını ifade ederken: yolculuk bir günden daha kısa sürüyorsa günübirlik turizm gezisi, ulusal sınır içinde yapılıyorsa yurt içi turizm gezisi ve ulusal sınırı aşan seyahatler uluslararası turizm gezisi olarak nitelendirilmektedir. Turizmi oluşturan sadece yolculuğun yapısı değil aynı zamanda amacıdır. Tarihsel olarak turizmin gelişimine bakıldığında en çok dikkat çeken türün ülke dışına yapılan uluslararası turizm olduğu görülmektedir (Leonard ve Carson, 1997:1-5).

Yeme-içme gibi bazı turizm hizmetlerinde dokuna bilirlilik mümkün olsa dahi turizm ürünleri dokunulmaz olma özelliğiyle diğer mallardan ayrılmaktadır. Turizm ürünlerini diğer mallardan ayıran temel özellikler ise değişkenlik, eş zamanlılık, depolanamama ve sahihsizliktir. Aynı zamanda turizmin seyahat deneyimine dayanması diğer hizmetlerden ayrılmasına sebep olan kendine has bir olgudur. Kişinin turizm hizmetini almaya başladığı andan yaşadığı yere geri dönmesine kadar geçen süreden arta kalan tek şey seyahat deneyimidir (Kozak, 2014:25-26).

Turizm, yıllık ortalama %5 büyüme oranıyla en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. Ekonomik faaliyetlerin ve istihdamın ana üreticiler arasında yer almaktadır. Aynı zamanda turizm gelişmekte olan birçok ülke için döviz sağlayan önemli bir ekonomik kaynaktır. Turizm endüstrisi, fosil yakıtlar, telekomünikasyon, bilgisayar ekipmanları, otomotiv ürünleri ve tarım ticaretinden sonra uluslararası ticarete 6. sırada yer alması sebebiyle ekonomide önemli bir konuma sahiptir. Turizm bir ülkenin ulusal, bölgesel ve yerel kaynaklarına bağlı olan bölgesel bir endüstridir. Diğer endüstrilerin aksine aynı zamanda geleneklere, kültüre ve sosyal etkinliklere de bağlıdır. Turizm endüstrisinde doğal kaynaklar yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Turizmin çevre, ekosistemler, ekonomi, toplumlar ve kültür üzerinde önemli etkileri söz konusudur. Turizm sürdürülebilirlik ilkesi altında yönetilirse bölgesel kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Aksi takdirde doğa ve insan üzerinde yıkıcı etkiler meydana gelmektedir (UNESCO, 2009:3-4).

1.2. Turizmin Özellikleri

Turizmin kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerin büyük çoğunluğu turizmin hizmet sektörü dâhilinde olmasından kaynaklanmaktadır. Turizmin özelliklerini şu şekilde sıralanabilir (Usta, 2009:7-9):

- 1- Turizm dinamik ve statik olmak üzere iki etmenden oluşmaktadır.
 - a. Statik unsur, konaklama faaliyetlerinin bütünü ve bu sisteme entegre hizmet veren tesisleri içermektedir.
 - b. Dinamik unsur, seyahat olgusunu ve buna bağlı olan ulaşım ve ulaşım araçlarından yararlanılmasını kapsamaktadır.
- 2- Turizm ticari bir kazanç amacıyla yapılmamalıdır. Turizmin kişisel ihtiyaçlar doğrultusunda spor, eğlence, dinlenme, kongre, sağlık vb. sebeplerle yapılmış olması gerekmektedir.
- 3- Turizm, ekonomik boyutu olan bir faaliyettir. Seyahat edilen ülkeye döviz getirisi ve görünmeyen ek ihracat özelliği turizmin ekonomik boyutunu ortaya koymaktadır.
- 4- Turizm endüstri boyutu olan bir faaliyettir.
 - a. Turizm, seyahat ve konaklama faaliyeti olmanın yanı sıra turistik ihtiyaçların karşılanması için gerekli olan davranış ve kurumları da bünyesinde barındırmaktadır. Turistlerin yararlanacağı donanımı oluşturan altyapı, üstyapı ve tamamlayıcı yatırımlar turizmin ağır endüstri özelliğine sahip olduğunu göstermektedir.
 - b. Turizm faaliyetleri kapsamında girişimci, doğa, sermaye, emek gibi üretim faktörleri bir araya gelerek üretimi oluşturmaktadır. Yeme içme hizmetleri, turistlerin istek ve zevklerine göre turistik ürün haline dönüştürülmektedir. Bu açıdan bakıldığında turizm endüstriyel bir olay olarak kabul edilmektedir.
 - c. Ulaştırma araçlarındaki bir yerin, konaklama işletmesindeki bir yatağın, vapur biletinin, tarihsel yerlerin, antik kentlerin, deniz, plaj gibi yerlerdeki hizmetlerin satışı turizmi hizmet endüstrisi olarak nitelendirmektedir.
 - d. Turizm kapsamında hizmet veren bütün tesislerin işbirliği ve uyum içinde çalışma zorunluluğu turizmin bütünleşik endüstri olmasını sağlamaktadır.
 - e. Turizmin ulusal ekonomiye katkı sağlaması, rasyonel prensiplerle temellendirildiği ölçüde endüstrileşmesine bağlıdır.
- 5- Turizm sosyal bir faaliyettir. Toplum için gerçekleştirilir ve toplumsal etkileşim sağlamaktadır.

Turizm kavramı kültürel, sosyal, ekonomik, siyasi ve dini açıdan farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlamalardan yola çıkarak turizm olgusunun farklı özellikleri

ortaya çıkmaktadır. Turizm pek çok açıdan ele alınmaktadır. Bir başka kaynakta turizmin özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Çalığışu, 2018:9; Kozak, Kozak ve Kozak, 2019:5)

- Turizm, insanların iş ve para kazanma etkinlikleri dışında kalan belirli süredeki seyahatleridir.
- Boş ve arta kalan zamanların değerlendirilmesiyle ilgilidir.
- Sürekli yaşanılan yerden farklı bir yere, kalıcı yerleşme amacı olmadan yapılan bir faaliyettir.
- Özgür bir irade ile serbest bir ortamda yapılması gerekir.
- Çeşitli amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilebilir.
- Bireysel veya toplu bir şekilde yapılabilir.
- Ekonomik bir nitelik taşımaktadır.
- Mevsimselliğin yoğun etkisi altındadır.
- Hizmetlerin büyük bir çoğunluğu insanlar tarafından gerçekleştirildiği için emek yoğun bir sektördür.
- Sosyoloji, psikoloji, hukuk, coğrafya, işletme, siyaset, tarih ve çevrebilimi gibi bilim dallarıyla yakından ilişkilidir.
- Yüksek yatırım gerektirir.
- Genellikle hizmet üretilir ve sunulur.
- Tüketici tercihleri sürekli değişim gösterir.
- Eş zamanlı üretim ve tüketim mevcuttur.

1.3. Turizmin Çeşitleri

Turizm, çeşitleri bakımından literatürde çok farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bunun başlıca sebepleri turizm çeşitlerinin çoğu zaman birbirleri ile olan yakın ilişkisi ve kendi aralarında kesin çizgilerle ayrışmamalarıdır. Diğer bir sebep ise ülkeler arasındaki turizm sektörünün gelişim farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Turizm çeşitleri katılan kişi sayısına, sosyo-ekonomik duruma, ekonomik duruma, yaşa ve amaca göre 5 ana başlık altında toplanmıştır (Bahar ve Kozak, 2013:14).



Şekil 1.1. Turizm Çeşitleri

1.3.1. Türkiye’deki Turizm Potansiyeli ve Gelişimi

Turizm potansiyelinin belirlenmesinin turizm bölgeleri ve ülkeleri açısından birçok faydası bulunmaktadır. Turistik gelişmelere yön verilmesi, coğrafi çevrenin en iyi şekilde değerlendirilmesi, korunması, geliştirilebilir alanların ön plana çıkarılması, turistik alanın sürdürülebilir şekilde kullanımının sağlanması, hangi tür turizmin geliştirilmesi gerektiği gibi birçok konunun ortaya konulmasını sağlamaktadır. Türkiye’de klasik turizm olarak nitelendirilen “deniz-kum-güneş” üçlemesi temelli bir turizm anlayışı hâkim iken dünyada turizm hareketlerinde gelişmeler ortaya çıkmış ve bununla birlikte alternatif turizm türlerinin de önemi artmaya başlamıştır (Karahana, Bal ve Çağatay, 2013:62).

Türkiye tarihi zenginliği, doğal güzellikleri ve kültürü ile turizm çekiciliğine sahip olan bir ülkedir. İklim koşullarının elverişli olması, üç tarafının denizlerle çevrili olması, Anadolu’dan geçen medeniyetlerin miras bıraktığı pek çok tarihi yapı, doğal güzellikleri ve kültür sanat varlıkları sayesinde büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Türkiye’nin turizm potansiyelini arttıran birçok etmen bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak konukseverlik ve mutfak kültürü verilebilir (Zengin, 2010:103).

Türkiye’de turizm endüstrisinin gelişimini, planlı dönem öncesi (1923-1963) ve planlı dönem (1963’ten sonra) olmak üzere iki dönemde incelemek gerekmektedir. Türkiye’de

turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel getirileri 1940'lı yıllardan sonra fark edilmiş, 1963 yılı sonrası planlı döneme geçilmesiyle birlikte 1980'li yıllarda gelişme eğilimi göstermeye başlamıştır. Planlı dönem öncesindeki Türkiye turizmine ilişkin geniş veriler bulunmamaktadır (Büyükşalvarcı, Şapçılar ve Bayrakçı, 2016:189).

Kalkınma planlarında genel olarak yer alan konular aşağıda kısaca verilmiştir (Öztürk Sözen, 2007:67-68):

- Turizmin döviz getirici etkisini arttırmak ve ödemeler bilançosunu dengelenmesinden faydalanmak,
- Yerli ve yabancı turist sayısını arttırmak,
- Turizm potansiyeli olan yerleri tespit ederek altyapı ve fiziksel eksiklikleri gidermek,
- Kitle turizmine uygun altyapı ve ulaştırma yatırımlarını desteklemek,
- Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirmek,
- Kamunun altyapıyı, özel sektörün üstyapıyı iyileştirmesini sağlamak,
- Teşvik ve kredileri düzenlemek,
- Kültürel ve doğal varlıkların korunarak sürdürülebilirliğini sağlamak,
- Yerli ve yabancı girişimcileri yatırımlara imrendirmek,
- Turizm eğitimini düzenlemek ve geliştirmek,
- Genel olarak fiziki gelişmelere odaklanmak,
- Turizmin çeşitlendirilmesini sağlamak,
- Konaklama, yatak sayısı gibi kapasiteyi artıracak niteliklerin geliştirmek.

Türkiye, Batı Akdeniz'de turizmin mekânsal yayılımından Yugoslavya ve Yunanistan üzerinde ki kitlesel pazarın doğuya doğru bir kayma yaşamasından faydalanmıştır. Ancak Türk turizminin gelişmesi sektörün aktif tanıtımının, düşük maliyetli hava yolculuğunun daha uzak noktalara yayılmasının ve modern turistlerin 'farklılık' kavramını barındıran yerleri ziyaret etme isteklerinin artmasının bir sonucudur. Türkiye'nin turizm sektörüne tam anlamıyla girişi 1980 yılından sonra gerçekleşmiştir. Turizmde büyüme, on yıldan aşkın bir süreye yayılım göstermiştir. Uluslararası turizmde adından yeni söz ettirmeye başlayan Türkiye turizminin hem güçlü yönleri yer almakta hem de hızlı büyümenin getirdiği geliştirilmesi gereken zayıf yönleri bulunmaktadır (Williams, 2003:62-63).

Türkiye turizminin temelleri 1960 yıllarında atılarak, 1977-1987 yılları arasında başlangıç, 1987-997 yılları arasında büyüme, 1998 den sonra ise olgunluk dönemine girmiştir. Türkiye kültürel ve doğal yapılarıyla turizme son derece elverişli destinasyonlara sahiptir. Altyapı ve üst yapı kaynaklarındaki yetersizlik, turizmin ülke içerisinde belirli coğrafi bölgelerde yoğunlaşması, tanıtım ve pazarlama eksiklikleri, doğal kaynakların ve çevrenin korunamaması gibi sorunların çözümüyle Türkiye dünya turizminde gereken değere kavuşacaktır (Yıldız, 2011: 57-60).



İKİNCİ BÖLÜM

GASTRONOMİ TANIMI, KAVRAMI VE GELİŞİMİ

2.1. Gastronomi Tanımı ve Kavramı

"Gastronomi" kelimesi, Yunanca "gaster" (mide) ve "nomas" (hukuk, yasa, bilim) kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Sözlük anlamının ötesinde neyi ifade ettiğini ve neyi kapsadığını yorumlamak daha faydalı ve önemlidir. "Gastronomi" literatürde yeme içme sanatı olarak tanımlansa da aslında edebiyat, kimya, tarih, biyoloji, jeoloji, müzik ile doğrudan bağlantılı olan sanat ve bilim dalı, tıp, sosyoloji, felsefe, psikoloji, tarım, yeme ve içme, beslenme bilimleri, tatma fizyolojisi ve şarap gibi konuları da kapsamaktadır. Gastronominin amacı, sağlanabilecek en iyi beslenme şekli ile insan sağlığını korumak ve hayattan zevk almaktır (Sormaz, Akmeşe, Güneş ve Aras, 2015:726).

Lezzetli bir yemeği ayırt etme, hazırlama ve yeme sanatı olarak tanımlanan gastronomi, toplumların sofra gelenekleri, mutfak ve mutfak kültürlerinin değerlendirilmesi ve tanıtımının yapılması konularını da kapsamaktadır (Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017:257). Gastronomi alanına ilgisi olan bireyler genellikle farklı bir yemek tatma, hazırlama, deneyimleme, araştırma, keşfetme, anlama ve yazma konularıyla ilgilenmektedir (Kivela ve Crotts, 2015:354). Ayrıca gastronomi sosyal, ekonomik ve coğrafi açıdan yemek ve içecek kültürünün kökenlerinin incelenmesi ve analizini içermektedir. Gastronomi alanında yemek; yaşamın, geleneklerin, kültürün ve medeniyetin merkezi konumunda olmakla beraber gıda hijyeni, sağlığın korunması ve yeme içme zevklerini de içerisine alarak bir bütün oluşturmaktadır (Gillespie ve Cousins, 2001:2).

Gastronomi “kültürleri yansıtan, yiyecek üretimi, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimiyle ilgili bir sanat ve bilim dalı” olarak ifade edilmektedir (Sarışık ve Özbay, 2015:234). Gastronomi tanımını daha kolay anlayabilmek için dört başlık altında incelemek mümkündür (Ivanović, Galičić, ve Pretula, 2008:572-573):

Pratik Gastronomi: Yemek ve içeceklerin hazırlanma, üretim ve servis kısmını oluşturmaktadır. Ham ürünlerin estetik, ulusal, bölgesel ve kültürel olarak özel yenilebilir

ürünlere dönüştürülmesi sırasında kullanılan teknikler ve standartlarla ilgilenen alandır. Aşçıların ve içecek personellerinin oldukça aktif olduğu bir kısımdır.

Teorik Gastronomi: Pratik gastronomiyi destekleyen tarifler, yemek kitapları ve diğer gastronomiye dair yazılan yazılarla ilgili alandır. Menüleri, yemekleri ve içecekleri formüle eden reçeteleri ve tüm bunları hazırlarken gereken fiziksel süreçleri teorik olarak planlama, kısaca başarıyı en üst seviyeye ulaştırmak için yapılması gereken adımları kaydetmektedir. Gastronomi eğitimi, öğrenmeyi ve verimliliği en üst düzeye ulaştırmak için pratik yeteneklerini teorik girdilerle birleştiren şefler ve yiyecek ve içecek profesyonelleri için bir alandır.

Teknik Gastronomi: Gastronomik alanda etmenlerin sistematik değerlendirilmesiyle ilgilidir ve pratik gastronominin temelini oluşturmaktadır. Tesis ve makinelerin spesifikasyonları ile bunların üretimi ve hizmeti nasıl etkileyebilecekleri, tariflerin çoğaltılması, küçük ölçekli operasyon ile seri üretim arasında bir çizgidir. Teknik gastronomi yiyecek ve içeceklerin üretimi sırasında kullanılan tüm teknikleri, sous vide gibi yeni üretim yöntemlerini ve bunların üretime yerleştirme, deneme sürelerini içermektedir. Başarıyı sağlamak için kullanılan değişkenlerin performansını gözlemlemenin, kaydetmenin ve analiz etmenin araçlardan biridir. Araştırma ve geliştirme teknisyenleri, menü mühendisleri, geliştirme şefleri, gıda bilimcileri ve operasyon uzmanları bu alanda çalışmaktadır.

Gıda Gastronomisi: Yiyecek ve içeceklerin oluşumu, birbirleriyle olan uyumu, mevsimsel değişimleri, kalite ve lezzetleriyle ilgilidir. Hazırlanan gıdalarla ilgili malzemelerin nasıl kullanılacağını anlatan bir platform oluşturmaktadır.

Gastronomi yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişiminden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde analizi, uygulanması ve geliştirilerek çağın ihtiyaçlarına göre uyarlanması çalışmalarını içeren aynı zamanda bilimsel ve sanatsal etmenlerle katkı sağlayan bir bilimdir. Gastronomi kavramı farklı şekillerde tanımlansa da ortak noktası yiyecek ve içecek zevki ile ilgili oluşudur (Özbay, 2017:3).

2.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi

Varoluş sürecinde insanoğlu ilk önceleri bitkisel gıdaları toplayarak daha sonra ise hayvanları avlayarak beslenmiştir. İlerleyen zamanlarda yaptıkları keşifler ve icatlar sayesinde insanoğlu beslenme ihtiyaçlarını kolaylaştıracak olan ateşi ve buğdayın öğütülerek un haline getirilmesini bulmuşlardır. Özellikle hayvansal gıdaların pişirilerek hazmının kolaylaşması ve daha lezzetli bir hale gelmesiyle beslenme alışkanlıkları değişmeye başlamıştır. Zaman içerisinde etin yanında sebze gibi başka ürünleri de pişirerek, farklı lezzet arayışlarına girilmiş ve yeni malzemeler eklenerek yeni tarifler ve pişirme yöntemleri ortaya çıkmıştır. Buğday ekimine başlanmasının dünya tarihinde yeri ayrıdır. Buğdayın saklanabilir ve depolanabilir özellikte olması yerleşik hayata geçilmesini sağlamıştır (Özgen, 2013:2-3).

Biyolojik antropoloji Profesörü Richard Wrangham, insan evriminde ateşin kontrol edilmesi ve yemeklerin pişirilmesinin insanlık tarihinde değişim ve dönüşümünü sağlayan en büyük unsur olduğunu ifade etmektedir. Pişirmenin yiyeceklerin kalitesini artırdığını ve insanları bedensel ve ruhsal olarak değiştirdiğini belirtmektedir. Pişirme süreciyle yemekler daha sağlıklı, lezzetli ve zengin bir hale geldiğini ve insanların lezzetli tatlardan zevk almaya başladığını öngörmüştür. Wrangham yaptığı deney ve çalışmalarla pişmiş gıdaların sindirim sistemine ve insan sağlığına faydalarını kanıtlamak istemiştir (Nelson, 2010:340-342).

Gastronomi fikrini şekillendiren ilk yazarlardan biri olan Archestratus milattan önce dördüncü yüzyılda Gela’da (Sicilya) yaşamaktaydı. *Hedypatheia* (Tat Alma Zevki veya Lüks Yaşam) isimli eserinde lüks yaşam sanatı genellikle gastronomi olarak çevrilmiştir ve yazarın esas olarak anlatmak istediği “mide zevkleri” ile ilgilidir. Bu kitapta yazdığı özel yemek tariflerine Sicilya, İtalya, Yunanistan ve Anadolu’yu (Ege-Akdeniz) gezerek ulaşmıştır. Bu eserinde özellikle Akdeniz gastronomisini ele alarak mezelere, balık ve şarap bölümlerine de geniş olarak yer vermiştir. Antik Romalıların yemek kültürlerini ve sofrada adaplarını anlatmıştır. Yemekten önce iştah açmak için kullanılan “Mulsum” adı verilen şarap ve balın karıştırılmasıyla elde edilen bir içecekte bu eserde yer alan tarifler arasındadır. Gurme Archestratus başka bir yemek kitabını roman diliyle yazmış daha sonra da 15 kitaptan oluşan bir gurme serisi çıkarmıştır (Wilkins ve Hill, 1994:15-20).

Antik Roma'nın ilk yemek kitabı yazarı olarak bilinen bir diğer isim iyi bir damak zevkine sahip olduğu savunulan gurme Marcus Gavius Apiciusdur. Yazdığı *De Re Coquinaria* gastronomiyle ilgili en önemli eseridir. Apicius aynı zamanda yemek denemeleri yapan bir aşçıdır ve bundan dolayı mutfak harcamaları artıp mal varlığı azalınca, alıştığı şekilde yemek zevkenden mahrum kalacağını düşünerek kendini zehirlemiştir (Aksoy, İflazoğlu ve Canbolat, 2016:56).

Gastronomi alanında bir diğer önemli isim ise iki yüzyıl sonra gastronomik analizlere bağlı eserler bırakan yazar Athenaeus'dur. Milattan sonra ikinci yüzyılın sonunda yazdığı eser *Deipnosophistae* ile birçok üzüm çeşidini, farklı yemek tariflerini, her türlü sebze ve meyveyi, yağları, sirkeyi ve hayvansal kaynaklı yemekleri anlatmıştır. Ayrıca kitabında tarihçilerin, şairlerin ve filozofların yemekle olan ilişkisini yazmıştır. İçecek kaplarının şekli, yemek gemilerinin boyutu gibi yemek zevkine yardımcı olan konuları ele almıştır. Hem antik Yunan hem de Roma İmparatorluğu döneminde birçok yazarın çalışmaları, gastronomiden ayrı bir çerçeve olarak daha çok aşçılıkla ilgili konuları içermektedir (Scarpato, 2002:52).

Orta Çağ'da basılan ilk modern gastronomik araştırma eseri Platina tarafından 1472 yılında yazılan *De Honesta Voluptate et Valitudine* (Dürüst hoşgörü ve iyi sağlık) isimli yemek kitabıdır. Bununla birlikte gastronomi kelimesinin resmi olarak ilk çıkışını tam iki yüz yıl önce yapmıştır. Gastronomi, 1801 yılında Fransız şair Jacques Berchoux şiirine *La Gastronomie, ou L'homme Des Champs à Table* (Gastronomi veya Tarladan Sofraya İnsan) adını verene kadar yaklaşık 15 yüzyıl boyunca Avrupa sözlüklerinde yer almamıştır. Berchoux'un gastronomi anlayışı yiyecek ve içeceklerin en iyisinin tadını çıkarmaktır. 1804 yılında gastronomik gazeteciliğin kurucusu sayılan Grimod de la Reyniere, neyin ne zaman ve nasıl hazırlanacağını öğütlediği *Almanachs des Gourmands* kitabını yayınlamıştır. Daha Sonra "gastronomi" kelimesi popüler hale gelerek 1835 yılında Fransız Akademisi'nin sözlüğüne "iyi yemek sanatı" olarak dâhil edilmiştir (Santich, 2004:17).

Gastronominin temelini oluşturan ilk resmi çalışma, Fransız hukukçu olan Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından 1825 yılında yazılan *La Pysilogie du Gout*, birçok kez *The Physiology of Taste (Lezzetin Fizyolojisi)* olarak İngilizceye çevrilen eseridir. Kitap büyük bir popülerlik kazanarak bugün hala "mutfak sanatını gerçek bir bilim haline getirme" girişimi olarak görülmektedir. Brillat Savarin'in yaptığı şey gastronominin temel amacını belirlemek ve duyular ile yiyecek ve içecek tüketimi arasındaki ilişkiyi bir bilim olarak

ortaya çıkarmaktır ve böylece gastronominin bilimler arasında yerini almasını sağlamaktır (Kivela ve Crotts, 2015:355).

Mutfak kültürü zaman içinde doğudan batıya doğru yönelmiş ve Fransız mutfağı kendini göstermeye başlamıştır. Fransız kralların ve sosyetenin iyi yemek hizmetine düşkünlüğü nedeniyle Fransa’da mutfak gelişimi hızlı bir şekilde olmuştur. Fransız aşçıların ünleri yayılmış ve diğer Avrupa ülkelerindeki aşçılar da onlardan eğitim almışlardır. Fransız mutfağının kurucusu olarak görülen Marie Antonie Carem (1738-1833) önemli yemek kitapları yazmış, yeni mutfak aletleri icat etmiş ve yeni tarifler üretmiştir. Aynı zamanda mutfaklarda kullanılan üniformaları ilk o kullanmıştır. Carem’in en önemli eseri beş ciltten oluşan, mutfağın gelişimini ve evrimi anlatan “*Mutfak Sanatı*”dır. Dönemin en ünlü aşçılarından ve Carem’in öğrencisi olan Georges Auguste Escoffier klasik mutfağın kurucusu olarak tarihe geçmiştir. En önemli eseri 5000’den fazla yemek ve garnitür tarifi içeren “*Aşçılığın Rehberi*” (*Le Guide Culinaire*)’dir (Aksoy, İflazoğlu ve Canbolat, 2016:59-60).

Fransız Devrimi, mutfağın saraylardaki gelişimini sonlandırmış ve restoranlar dönemini başlatmıştır. Geç başlayan restorancılığın gelişimi, dönemsel ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak hızlı ilerlemiştir. Sanayi devrimi ve teknolojik gelişmeler mutfaktaki gelişimi de hızlandırmıştır. Gıda sanayisindeki teknolojik gelişmeler; sektörel ilerleme, dışarda yemek yeme oranlarındaki artış ve restoranların artmasıyla temelli bir değişime yönelmiştir.

Gastronominin gelişmesi yeni değerleri ortaya çıkarmıştır. Gastronomik miraslar ve geleneksel yemekler erişilebilen tarifler ve bilgi birikiminin birleşmesiyle yeni yöntemler ile yapılmaya başlanmıştır. Gastronominin küreselleşme süreci mutfaklarda kültürleri ve mirasları karıştırarak füzyon mutfaklara ve çok kültürlülüğe sebep olmaktadır. Tüketicilerin sürekli yeni lezzetler ve yeni mutfak deneyimleri yaşamak istemeleri tüm bunların temelini oluşturmaktadır. Gastronomik çoğulculuk gelişmektedir. Olağanüstü yemek pişirme yöntemleri ve elitiz restoranlar artık lüks ve lezzetin sembolü olmaktan çıkmış ve sıradan gıda maddeleriyle oluşturulan yaratıcılık, saf ve sağlıklı ürünler, daha az karmaşık ortamlar gibi yeni eğilimler insanların daha çok dikkatini çekmiştir. Bu durum “düşük maliyetli gastronomi” gastronominin demokratikleşmesinde ve kitlesel tüketiminde aktif bir rol oynamaktadır. Büyük restoranların lider rolüne dayanan eski Fransız gastronomi modeli, artık dünya gastronomisi için referans noktası olarak alınmamaktadır. Eski ve gelişmekte

olan mutfaklar arasındaki rekabet anlayışı aynı zamanda gastronomiyi tüketmenin önünü açmıştır. (Barrère, Bonnard ve Chossat, 2012:140-146).

2.3. Gastronomi Turizmi Kavramı ve Tanımı

Turizm faaliyetlerinde yemek her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. Yapılan çeşitli çalışmalar turizm amaçlı gerçekleştirilen seyahatlerin genel maliyetinin üçte birinin yemeğe yapılan harcamalardan oluştuğu ortaya koymaktadır. Bu nedenle gastronomi turizmi genel turizm pazarı içerisinde büyüyen bir sektör olarak yer almaktadır (Xavier Medina ve Tresserras, 2018:9).

Turizm temelde görme duyusuna dayalı bir sistemde ilerlemektedir. Bu durum gezginleri dramatik manzaraların bir gözlemcisi haline dönüştürmektedir. Zamanla turistler buna tepki göstererek diğer duyularını uyaran tatiller talep etmeye başlamıştır. Bu yeni talebi karşılamak için ortaya çıkan alternatif turizm çeşitlerinden biri de gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi her zevke göre duyuları uyarmaktadır. Kültürel bir değeri olmakla birlikte bir yerin sosyo-kültürel sermayesinin ifadesi olarak nitelendirilmektedir. Diğer turistik destinasyonlarla rekabet etmek ve katma değeri arttırmak için gastronomi turizmi tarafından sunulan ürünlerde yeniliklere ihtiyaç duyulmaktadır. Ziyaretçi seçtiği yerlerdeki yerel mutfakları deneyimleyerek o yerin karakteri ve kültürü hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaktadır. Bu nedenle gastronomi turizmi olası bir rekabet avantajı olmasının yanı sıra bir bölgenin kültürel kimliğini ve mirasını yansıtmaktadır (Guzman ve Canizares, 2011).

Turizm bölgeleri arasındaki rekabet arttıkça turist çekmek için yerel kültür, yeni ürünlerin ve faaliyetlerin giderek daha değerli bir kaynağını oluşturmaktadır. Gastronomi bu bağlamda önemli bir role sahiptir. Post modern toplumların kendilerine özgü bir kimlik oluşturmalarını sağlamaktadır. Gastronomi ile ilgilenen bireyler için gastronomi turizmine katılmak, bir yemek yapma süreci gibidir tam ve benzersiz bir deneyim ile sonuçlanan dikkatli bir şekilde koordine edilmesi gereken bir faaliyettir (Hjalager ve Richards 2002). UNWTO gastronomi turizmini, “Gastronomi turizmi, turizm bölgeleri için vazgeçilmez bir kaynak olarak değerlendirilmekte, değer katmakta ve destinasyonlarda göze çarpan eşsiz ürünler sunarak giderek artan bir ihtiyaca çözüm getirmektedir “ şeklinde yorumlamıştır (UNWTO, 2020).

Gastronomi turizmi birçok ülke ve yerel bölge için yeni bir turizm potansiyeli sağlamakta ve turistik varış noktalarında önemli bir rekabet oluşturmaktadır. Destinasyon tercihinde misafirler için gastronomi ve gastronomi kültürü, ilgi duyulan çekicilik unsurlarından biridir. Zira her turist gittiği ülkenin mutfağını ve yerel yiyeceklerini merak etmektedir. Yemek ve turizm arasındaki ilişkiyi ifade etmek için çeşitli terimler ortaya çıkmıştır. Bunlar; yemek turizmi, mutfak turizmi ve gastronomi turizmidir. Tanımlara göre, “mutfak” tek başına yemek hazırlama ve pişirme teknikleriyle ilgiliyken, “gastronomi” daha genel anlamda yiyecek ve içecek tüketimiyle iyi yemek ve estetik açıdan zevk alınan bir yaşam tarzını ifade etmektedir. Bu turizme katılan turistlerin ilk amacı, belirli bir turistik bölgenin gastronomisini keşfetmek, deneyimlemek ve keyfini sürmektir. Gastronomi turizmi bölgesel yiyeceklerin satın alınması, tüketilmesi veya gıda üretiminin gözlenmesini kapsayan gezilerden oluşmaktadır. Mutfak, kültürlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu sebeple gastronomi turizmi, kültür turizminin bir parçası olarak da kabul edilmektedir (Horng ve Tsai, 2009:76).

Gastronomi turizmi gıda festivallerini, restoranları, gıda üreticilerini ziyaret etmeyi, özellikle bazı yiyeceklerle ilgili restoranları, özel bir yemeği deneyimlemeyi, üretim ve hazırlama proseslerini gözlemlemeyi içermektedir. Sadece yeme-içme ile ilişkin olmayan gastronomi turizmi aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkânları, gastronomi ile ilgili medya kurumları, televizyon programları, dergileri, şarap üretimi, üzüm bağları, bira fabrikaları ve gastronomiyle alakalı müzeleri de kapsamaktadır. Gastronomi turizminin gelişimi için önemli noktalardan biri bölge halkının o bölgeye ait yöresel yiyecekleri koruması ve sürdürülebilirliğini sağlamasıdır (Sormaz, Akmeşe, Güneş ve Aras, 2016:726).

Gastronomi turizmi, unutulmaz deneyimler yaşatarak yemek ve gıda ile ilgili faaliyetler aracılığıyla kültürü ve tarihi keşfetmektir. Gastronomi amaçlı seyahatlerde yeni restoranlar, yerel lezzetler ve eşsiz yemekler aranırken, yemek gezisi “keşif ve macera” olarak devam etmekte ve “kültürel deneyimler” ile son bulmaktadır. Mutfak ve gastronomi bu nedenle turistik merkezlerin pazarlanmasında, o merkezlerin kalkınmasında, turizm talebinin oluşturulması ve artırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Literatürde gastronomi turizmi için en sık kullanılan tanımlardan biri “dinlenme veya eğlence amaçlı turizm eylemlerinin, birincil veya ikincil amacının gastronomik deneyimler yaşamak olduğu turistik bir seyahat” şeklindedir (Dixit, 2019:13). Turizm ve gastronomi turizmi kurumları, tanıtımcılar ve seyahat edenler tarafından ayrılmaz bir şekilde ilişkilendirilmektedir. Bu

bağlamda kültürün ve kimliğin bir parçası olarak mutfakın rolü turistik bir cazibe halini almaktadır (Navarro ve Xavier Medina, 2018:15-17).

Turistik bölgelerde gastronomik ürünler, yerli ve uluslararası turistleri çekmek için önemli bir cazibe unsurudur. Bu kapsamda, bir çok destinasyon farklılaşmak amacıyla turizm pazarlama faaliyetlerinde gastronomi ürünlerinden faydalanmaktadır. Destinasyonlardaki mutfak ve mutfak kültürü rekabet avantajı sağlayan stratejik bir kaynak olarak nitelendirilmektedir (Suna ve Alvarez, 2019:171).

Turizm gelirlerinden daha fazla pay almayı hedefleyen ülkeler mutfak kültürünü ve yerel yiyecek-içecek ürünlerini cazibe unsuru olarak kullanmaktadırlar. Gastronomi, turizmi önemli ölçüde etkileyerek ülkelerin ekonomik girdilerine fayda sağlayan ve bu doğrultuda istihdam sağlayan önemli bir alan olma yolundadır. Ülkeler gastronominin bu yönlerinden faydalanabilmek için nitelikli insan gücüne, bu alanda eğitime ve destekleyici girişimlere ihtiyaç duymaktadır (Güdek ve Boylu, 2017:490).

Bölgesel kalkınmada yerel mutfak ve turizm arasında olumlu yönde bir ilişki söz konusudur. Gastronomi turizmi bölge ya da ülkenin ekonomik gelişimi açısından kullanılabilecek araçlar arasındadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde gastronomi turizminin yöresel kalkınmaya katkı sağladığı ve yöresel kimliğin güçlenmesinde olumlu etkileri olduğu söylemek mümkündür. Yiyecek ve içecek turizminde sunulan ürünler aynı zamanda bu turizmin arz kaynaklarını da ortaya koymaktadır. Gastronomi arz kaynakları aşağıdaki çizelgede gösterilmiştir (Oğuz ve Unur, 2017:412).

Çizelge 2.1. Gastronomi Turizmi Arzları

GASTRONOMİ TURİZMİ ARZLARI			
TESİSLER	AKTİVİTELER	ETKİNLİKLER	ORGANİZASYONLAR
Yapılar * Gıda İşleme Tesisleri * Şaraphaneler * Bira Fabrikaları * Çiftçi Pazarları * Yiyecek Dükkânları * Yemek Müzeleri * Restoranlar	Tüketim *Restoranlarda Yemek *Yerel Ürünlerle Piknikler *Perakende Yiyecek ve İçecek Satın Alma *Kendin Topla Konseptleri	Tüketici Gösterileri *Yemek ve Şarap Gösterileri *Mutfak Aletleri ile Gösteriler *Ürün Sergileri	*Restoran Sınıflama ve Tescilleme Sistemleri (Michelin Yıldızı gibi) *Yemek/ Şarap Sınıflama Sistemleri (VQA gibi) *Dernekler
Arazi Kullanımları *Çiftlikler *Bahçeler *Bağlar *Kentsel Restoran Alanlar	Turlar *Şarap Bölgeleri *Tarım Bölgeleri *Kentsel Yemek Mekânları	Festivaller *Yemek Festivalleri *Şarap Festivalleri *Bağ Bozumu Festivalleri	
Rotalar *Şarap Rotaları *Yiyecek Rotaları *Gurme Rotaları	Eğitim/Gözlem *Yemek Okulları *Şarap Tadım/Eğitim Kursları *Şaraphane Gezileri *Şef Yarışmalarını Gözlemleme *Gıda Kitapları		

Kaynak: Oğuz ve Unur, 2017:413

2.4. Türkiye’deki Gastronomi Turizmini Gelişimi

Turizm sektörünün ödemeler dengesine, istihdama ve bölgesel kalkınmaya olumlu etkileri göz önüne alındığında ulusal ekonomiye sağladığı katkılar yadsınamaz bir gerçektir. Turizm sektörü nitelikleri sebebiyle ülkedeki gelişmeyi endüstriyel merkezlerden kırsal merkezlere taşımakta ve böylelikle bölgeler arası gelir dağılımının eşitlenmesini yardımcı olmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:184). Gastronomi, odağında estetiğin ve insanın olduğu, yemek

yeme faaliyetlerini konu alan bir olgudur (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017:18). Gastronomi turizmi geliştiği bölgelerde ulusal ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Bu turizme katılan bireyler özellikle yerel ürünleri tercih etmeleri sebebiyle yerel ekonomik sektörlere yeni yatırımlar yapılmasında, bu sektörlerin gelişmesinde ve yerel değerlerin korunmasında önemli bir rolü bulunmaktadır (Üner ve Güzel Şahin, 2016:81).

Türk mutfak kültürünün gelişim süreci incelendiğinde birçok uygarlığın, devletin ve farklı toplumların bıraktığı izlere rastlanmaktadır. Türkler Anadolu'ya yerleşerek Orta Asya'dan edindikleri mutfak kültürü birikimlerini Anadolu mutfağıyla sentezleyerek yeni ve zengin bir mutfağın ortaya çıkmasına sebep olmuşlardır. Kurulan Selçuklu Devleti ve daha sonra Osmanlı İmparatorluğu'nun çok geniş coğrafyalara yayılmasıyla birlikte Türk mutfağı tanıştığı yeni mutfak kültürlerini de bünyesine alarak daha da zenginleşmiştir. Ayrıca Avrupa ve Asya kıtalarının verimli tarım arazilerine sahip olan Türkiye, çok sayıda ve farklı tarımsal ürüne yelpazesine sahiptir. Tüm bunların sonucunda Türk mutfağının var olan en eski ve en zengin mutfak kültürleri içinde yer aldığını söylemek mümkündür (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013:16).

Türk mutfağı, dünyanın en eski mutfakları arasında yer alması ve besleyici olma özelliğiyle adından söz ettiren bir mutfak kültürüne sahiptir. Türk gastronomisi doğru bir konumlandırma ve yapılandırılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına ve turizm taleplerinin artmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Bu kapsamda Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosunun ortak yapmış olduğu bir araştırmada "Türkiye'nin Lezzet Haritası" oluşturulmuştur. Türkiye'nin 81 ilini içeren bu harita 2205 yöresel yemek ve içecek çeşidiyle Türkiye gastronomi turizmine oldukça uygun bir yapıya sahiptir. Bu araştırmada elde edilen verilere göre Türkiye'nin en zengin mutfağına sahip ili; 291 çeşit yemek, içecek ve tatlı çeşidine sahip olan Gaziantep'tir. 154 çeşit yemek, içecek ve tatlı çeşidiyle Elazığ mutfağı ikinci sırada yer almaktadır. Yedi bölge arasında 455 yiyecek ve içecek çeşidiyle İç Anadolu birinci sırada yer almaktadır. Sırasıyla 398 yiyecek ve içecek türüyle Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve 397 çeşitle Karadeniz Bölgesi onu takip etmektedir. Akdeniz ve Marmara Bölgesi 184 yiyecek ve içecek türüne sahipken Ege Bölgesinin ise 162 çeşit yiyecek ve içeceğe sahip olduğu bilgilerine ulaşılmıştır (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014:64).

Türk mutfağı sunumları ve besleyicilik özelliğiyle turistlerin dikkatini çekmektedir. 2002 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre turistlerin Türk yemekleri hakkındaki

düşünceleri şu şekildedir: Lezzetli (olumlu %87.7-olumsuz %14.3), normal yağlı (olumlu %65.7-olumsuz %34.3), görünüşü güzel (olumlu %74.3-olumsuz %25.7), doyurucu (olumlu %85.7-olumsuz %14.3), çok çeşit var (olumlu %77.1-olumsuz %22.9), tatlılar güzeldir (olumlu %22.9-olumsuz %77.1) (Sarıışık, 2017:233).

Gastronomi turizmi için tercih edilen ülkeler arasında olan Türkiye’de, yöresel tatları ile ünlü Adana, Mersin, Hatay, Urfa, Mardin, Gaziantep, Şanlıurfa gibi şehirler gastronomi açısından önemli bir konumdadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Geleneksel Türk Mutfağı Kampanyası” adı altında geleneksel gastronomi ürünlerinin ve hizmetlerinin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmıştır. Türk mutfağına uygun özelliklere sahip, ulusal ve uluslararası alanda markalaşmış işletmelere teşvik ve destek amaçlı yönlendirme yöntemi ile Özel Tesis Turizm İşletmesi Belgesi verilmiştir (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015:65).

Gastronomi Turizmi Derneği ve Xsights Araştırma Şirketi’nin gastronomi turistleri üzerinde yaptıkları araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’ye gastronomi amacıyla seyahat eden turistlerin harcamalarının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Farklı amaçlarla seyahat eden bir turist günde ortalama 83 dolar harcama yaparken gastronomi amacıyla seyahat eden turistlerin günlük 136 dolar harcama yaptığı ortaya çıkmıştır. Ortalama yedi gün konaklama yapan gastronomi turisti, bu süre içerisinde yaptığı 945 dolar harcamanın 259 dolarını yeme ve içmeye ayırmaktadır. Başka amaçlarla seyahat eden bir turist haftalık ortalama 837 dolar harcamakta ve bunun 171 dolarını yeme-içme faaliyetlerine ayırmaktadır (Seçilmiş ve Soydan, 2020:74).

TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu yemek turizmi ile ilgili topluluk (restoran, aşçılık okulu, seyahat acentesi gibi paydaşlar temel alınarak) sayılarını ülkelere göre sıraladığında; dünya genelinde toplamda 33.522 topluluk yer alırken; bunun 17.879’u ABD’de, 5.345’i İsveç’te, 3.441’i Kanada’da yer almaktadır. Türkiye’de ise sadece 94 topluluk bulunmaktadır (Özdemir ve Dülger-Altınır, 2019:9).

TÜRSAB’ın 2015 yılında yayınladığı Gastronomi Turizm Raporu’na göre; Türkiye turizm gelirleri içerisinde yiyecek içecek faaliyetleri en büyük paya sahiptir. Birinci sırada yer alan ve konaklama maliyetlerinin de önüne geçen yeme-içme harcamalarının toplam gelirler

içindeki payının %20-25 arasında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Türkiye'nin 2004 yılı turizm gelirlerinin toplamı 17 milyar dolar iken gelen turistler yeme-içme için 3.1 milyar dolar düzeyinde para harcamışlardır. Bu rakam geçen 11 yıllık süre sonrasında iki katına ulaşarak 6 milyar 523 dolar olmuştur. Turizmin toplam gelirleri de 34.3 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye' de turistlerin yapmış olduğu toplam harcama içerisinde yeme-içmeye ayrılan payı %19-20 olduğu saptanmıştır. Başka bir ifadeyle Türkiye'de turist başına yapılan 828 dolar harcamanın 157 doları yeme-içme faaliyetlerinden oluşmaktadır (Erdoğan-Aracı, 2016:129).

Çizelge 2. 2. Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Yeme-İçme Harcamaları (2004-2014)
(TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu)

Yıl	Gelen Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (Bin Dolar)	Yeme İçme Harcaması (Bin Dolar)	Yeme İçmenin Toplamdan Aldığı Pay (%)
2004	20.753.734	17.076.609	3.158.780	18.4
2005	25.045.142	20.322.111	3.690.171	18.1
2006	23.924.023	18.593.947	3.899.512	20.9
2007	27.239.630	20.042.501	4.746.747	23.6
2008	31.137.774	25.415.068	5.774.961	22.7
2009	31.759.816	25.064.481	5.975.660	23.8
2010	32.997.308	24.940.996	5.841.251	23.4
2011	36.769.039	28.115.693	6.440.577	22.9
2012	37.715.225	29.351.445	6.210.047	21.1
2013	39.860.771	32.308.991	6.583.641	20.3
2014	41.627.246	34.305.904	6.523.852	19.1

Kaynak: Seçilmiş ve Soydan, 2020:74

2015 yılında ülkemize seyahat eden uluslararası turistler, tüm harcamaları içerisinde %25'ini yeme içmeye ayırmıştır. 2015 yılında toplam turizm gelirlerinin %20'si gastronomi faaliyetlerinden elde edilmiştir. 2018 yılında Gastronomi turizmi toplam turizm gelirleri içerisinde 5 milyar dolar pay elde etmiştir (Seçilmiş ve Soydan, 2020:74).

Gastronomi turizminin gelişmesi ve turistlerin bu turizm türüne özellikle de ülke kültürlerine olan ilgilerinin artması bu alanda yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Özellikle yöresel yemeklerin korunması, tanıtımı, unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin gün yüzüne çıkarılması amacıyla dünyada ve Türkiye'de gastronomi müzeleri kurulmaya başlanmıştır. Bu müzeler gastronomi turizmi açısından önemli bir cazibe unsuru olan yöresel mutfak kültürünün korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını sağladığı gibi ziyaretçilerin yörenin mutfak kültürü ve tarihi hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak ve yerel lezzetleri tadarak

deneyim kazanma isteklerine aracı olabilmektedir. Turistlerin bu talepleri doğrultusunda mutfak müzelerine olan ilgi artmaktadır (Yeşilyurt ve Arıca, 2018:62).





ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ MÜZELERİ

3.1. Müze Kavramı

Müze kavramı Latince Mousa'lar (esin perileri) tapınağı anlamına gelen “meseum” ve eski Yunancada bulunan “mouseion” kelimesinden gelmektedir. Antikçağda İskenderiye’de I. Ptolemaios Mouseion isimli bir tapınak inşa ettirmiştir. Bu tapınak içerisinde ünlü İskenderiye kütüphanesinin yer alması ve tapınağın, âlimlerin eğitim verebileceği ve konaklayabileceği ve araştırma yapabileceği bir bilim merkezi olması “müze” kavramının ve müzenin nitelikleri hakkında ilk bilgileri sunmaktadır (Sezer, 2010:45).

Müzeler geçmişe ait her türlü bilgi, belge, araç-gereç ve yapıtı saklamak, korumak, sergilemek, gelecek nesillere en iyi şekilde aktarmak ve tanıtmak amacıyla oluşturulan bilimsel kuruluşlardır. Bu kurumlar ziyaretçilerini bilgilendirmenin yanı sıra yaptıkları bilimsel çalışmalarla da evrensel kültürün önemli araçları arasına girmiştir (Kervankıran, 2014:346).

Çağdaş anlamıyla müze, toplumunun gelişimine hizmet sunan, halka açık, insana ve çevresine şahitlik etmiş unsurlar üzerine araştırmalar yapan, biriktiren, koruyan, bilgiyi paylaşan yapılardır. Müzeler inceleme ve keyif alma yönünde sergileme yapan, kar amacı gütmeyen ve bağımsız sürekliliği olan kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Şahan, 2005:487).

Kültürel değer taşıyan yapılardan oluşan bir bütünü korumak, araştırmak, değerlendirmek ve insanlarla paylaşmak amacıyla toplum yararına kurulan müzelerin temel amacı korumak, sürdürülebilirliğini sağlamak, toplamak, belgelemek ve sergilemektir. Son yıllarda müzecilik anlayışı insan odaklı olmaya başlamıştır. 20. yüzyılda kütüphane ve laboratuvar gibi kurumlar arasına müzeler de yerini almaya başlamıştır. Müzeler insanlara kültürel ve toplumsal katkılar sağlamaktadır. Müzelerin pedagojik, psikolojik, sosyolojik, eğitim ve ekonomik açılarından taşıdığı önem de vurgulanmaktadır (Okan, 2016:187-189).

Bir ülkenin tarihini, kültürünü, sanatsal ürünlerini koruyarak gelecek nesillere ulaştıran müzeler insanlar üzerinde önemli etkilere sahiptir. Geçmişten gelen ürünlerin somut olarak sergilendiği müzeleri ziyaret eden insanlar gördükleri tarihi değerler ile kendilerini tarihin içerisinde hissetmektedir. Müzeler insanların tarihi dokuyu hissetmesini ve anlamlandırmasına yardımcı olan unsurlardır.

Müzeler 15. yüzyılda ortaya çıkmış, 19. ve 20. yüzyıllarda ise gelişim göstermeye başlamıştır. 15. yüzyılda Avrupa’da başlayan koleksiyonculuk geleneği müzeciliğin ilk örnekleri sayılmaktadır. Oxford’da bulunan Ashmolean Museum ve 1683 yılında kurulan British Museum İngiltere’nin ilk müze örnekleri olarak gösterilmektedir. Türk mimari eserlerinde yok olmalarını önlemek amacıyla önceki medeniyetlere ait işlenmiş parçaların kullanılması, Türklerde ilk müzecilik hareketleri olarak görülmekte ve Selçuklu dönemine kadar uzanmaktadır. Yabancı uzmanların liderliğinde devam eden Türkiye’de müzecilik, Osman Hamdi Bey’in Aya İrini Kilisesi’nde bulunan müzeye müdür olmasıyla birlikte yeni bir döneme geçiş yapmıştır. Osman Hamdi Bey, çoğalan eski eserlerin korunması ve saklanması için planlarını mimar Valaury’e çizdirerek günümüzdeki adı İstanbul Arkeoloji Müzesi olan yapıyı inşa ettirmiştir. Osman Hamdi Bey 1910 yılından ölümüne kadar müze müdürlüğünü sürdürmüş ve Türkiye’de müzeciliğin modernleşmesi için çok büyük emekler vermiştir (Kervankıran ve Özyılmaz, 2015:603).

Cumhuriyetin ilanının müzeciliğe yeni bir boyut getirmesiyle birlikte 1924 yılında Topkapı Sarayı onarılarak müze olarak halka sunulmuştur. Süleymaniye’deki Evkaf-i İslamiye Müzesi, vakıflardan alınarak Müzeler Müdürlüğüne bağlanmış, 1927 yılında İslam Eserleri Müzesi adını almıştır. Ayasofya, 1934 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla müzeye çevrilmiş, yapımı tamamlanan Ankara Etnografya Müzesi ise 1928 yılında hizmete açılmıştır. Bu dönemde Türkiye’de 87 müze açılmış ve bu müzelerin 47 tanesine müdürlük kurulmuştur. Yine bu dönemde 10 müze deposu Türkiye müzeciliğine kazandırılmıştır. 1980 yılına kadar müze eserleri genellikle arkeolojik, etnografik, tarihi, İslam sanatları ve el sanatlarına ait eserlerden oluşmaktaydı. 1938 tarihli ve 2863 sayılı “Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu” özel müzelerin kurulmasına olanak vererek müze koleksiyonlarının çeşitlenmesine sebep olmuştur. Korunması gereken kültürel varlıklar dikkate alındığında bu çeşitlenmenin yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Müzelerde yapılan yapıt sayısı dökümlerinden 125.000 eser tespit edilerek her yıl müzelere 50.000’in üstünde yapıt girdiği belirtilmektedir.

Müzeler arkeoloji müzeleri, etnografya müzeleri tarih ve sanat müzeleri, müze anıtlar ve devrim müzeleri şeklinde sınıflandırılmaktadır. Son yıllarda turistler tarafından ilgi çeken gastronomi müzeleri de müzecilik kavramında yerini almaya başlamıştır (Özkasım ve Ögel, 2005:100; Usta, 2009:131).

3.2. Gastronomi Müzeleri

Geçmiş dönemlerde yaşamış insan topluluklarına ait kültürel ve tarihsel değeri olan eserleri sergileyen, insanların geçmiş ile bağ kurmasını sağlayan müzeler, turizm amaçlı seyahatlerde turistlerin ilk ziyaret ettikleri yerlerin başında gelmektedir. Bu nedenle müzeler turizm sektörü içerisinde özel bir konuma sahiptir. Kültürel mirasa dayalı olan gastronomi müzeleri, yeme içme alışkanlıklarının unutulmaması, ziyaretçi katılımını arttırması, farklı mutfak kültürlerinin öğrenilmesi ve bu değerlerin birer turistik pazarlama unsuru haline gelmesi açısından gastronomi turizminin önemli bir aracıdır (Bekar, Arman ve Sürücü, 2017:470).

Gastronomi müzeleri farklı disiplinleri bir araya getiren bir yapıya sahip olduğu için tarım, gıda, sanayi, insan bilimleri, sosyal bilimler, arkeoloji ve etnografya gibi disiplinlerin bütünleşik olduğu mekânları ifade etmektedir. Gastronomi, avlanma, toplama, besin hazırlama ve tüketim dâhilinde kültürel mirasın bir parçasıdır. Bu kapsamda bu kültürel mirasın bir yerde toplanması, korunması ve sunulması açısından gastronomi müzeleri önem teşkil etmektedir (Akyürek ve Erdem, 2019:21).

Müzecilik anlayışında gerçekleşen değişim ve gelişimle birlikte kentlerin tarihi ve kültürü değerlendirilmeye başlanmış ve bunun sonucunda kent müzelerinin varlığı önem kazanmıştır. Mutfak kültürünün toplumların yaşam biçimleri hakkında verdiği ipuçları kent müzelerinde yer bulmalarına olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda şehirlerin tanıtımı açısından önemli bir konuma ulaşan kent müzelerinin içerisinde bulunan gastronomi müzeleri mutfak kültürünü aktarmada, etkinliği nedeniyle giderek yaygınlaşmıştır (Sormaz ve Güneş, 2016:28).

Ülkelerin kültürel tanıtımına ve turizm talebine sağladığı olumlu etkiler nedeniyle sayıları giderek artan gastronomi müzeleri; bulundukları ülkenin mutfak kültürünü, yemeğe verilen

önemi ve yemeğin ülke ekonomisine katkılarına dikkat çeken turistik mekânlardır. Farklı ülkelerde yerel yemekler ve geleneksel mutfak müzeleri, meyve/sebze müzeleri, kahve müzeleri, peynir müzeleri, çay müzeleri, bira müzeleri, tarım müzeleri, zeytin ve zeytinyağı müzeleri, patates müzeleri, çikolata müzeleri, şarap ve şarap imalathaneleri gibi birçok müze kurularak ziyaretçilerin hizmetine açılmıştır (Mankan, 2017a:163).

Gastronomi temalı müzeler kırsal turizm, kültürel miras, endüstriyel miras ve popüler kültür başlıkları altında farklı kategorilere ayrılmaktadır (Yılmaz ve Şenel, 2014:501).

- Kültürel Mirasa Dayalı Gastronomi Müzeleri: Bölgenin kendine özgü yiyecek-içeceklerini, yeme-içme geleneklerini ve kültürel değerlerini gösteren müzelerdir.
- Endüstriyel Mirasa Dayalı Gastronomi Müzeleri: Yiyecek-içecek üreten eski fabrika ve üretim merkezlerini tekrar değerlendirmeye yönelik müzelerdir.
- Kırsal Turizme Dayalı Gastronomi Müzeleri: Yiyecek-içeceklerin tarladan sofraya kadar olan tüm aşamalarını deneyimleme hatta bu üretim sürecine katılma imkânı sunan müzelerdir.
- Popüler Kültüre Dayalı Gastronomi Müzeleri: Popüler kültür yiyecek-içeceklerinin tarihini yansıtan müzelerdir.

Ülkeler yerel mutfaklarının ve mutfak kültürlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarımı konusunda büyük çaba sarf etmektedir. Bu çabaların en belirgin örneği, somut olmayan kültürel miras içerisinde yer alan yiyeceklerdir. Somut olmayan birçok kültürel miras gibi mutfak kültürü de kendine toplumların belleğinde bir yer bulmuştur. Mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması ve korunması amacıyla kurulan gastronomi müzeleri yeni bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Gastronomi ile uluslara ait yeme alışkanlıkları iki farklı unsur ile incelenmektedir. Bunlar (Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:218):

- Klasik etnografik bulgularla farklı coğrafya veya insan topluluklarına ait mutfak kültürü ve ona ait öğelerin değerlendirilmesi: Örneğin İtalyan mutfak kültürü değil de ona yön veren gelenek, toplumsal değerler gibi olguların incelenmesi.
- Çok mekânla etnografik bulgularla yapılan araştırmalar: Tek bir tür yiyeceğin veya içeceğin var olduğundan itibaren tüm yönleriyle ele alınmasıdır.

Gastronomi temalı müzeler gastronomi turizminin gelişimine yön veren önemli unsurlar arasına girmiştir. Gastronomi deneyimleri yaşamak amacıyla seyahat eden ziyaretçiler gittikleri yerlerde bu doğrultuda yiyeceklerin tarihini, kültürlerini ve teknikleri ile ilgili bilgi edinebilecekleri müzelere ihtiyaç duymaktadır. Türkiye’de bu kapsamda önemli müzeler bulunmaktadır. Örneğin; İzmir Oleatrium Müzesi Avrupa’nın en büyük zeytinyağı müzesi olarak kabul edilmektedir. Gaziantep, Şanlıurfa ve Hatay’da yöresel mutfağı tanıtan müzeler yer almaktadır. Gastronomi alanında yapılan şenlikler, etkinlikler ve festivaller yörenin yerel mutfak kültürünü tanıtmaya faaliyetleri olarak görülmektedir. Yapılan bu faaliyetler gastronomi amacıyla seyahat eden turistlerin aktif katılım sağladığı çekicilik unsurlarıdır (Küçükörmürler, Boran-Şirvan ve Ceyhan-Sezgin, 2018:83).

Tarihi açıdan önemli bir yere sahip olan, tarihi mirasları koruyan, varlıklarını sürdürdükleri dönemleri yansıtan bir alan dâhilinde ve etkili bir şekilde turistlerin ziyaretine sunulan mekânlar dünya genelinde çok fazla turistlerin ilgisini çekmektedir. Gastronomi müzeleri kültürlerin yiyecek içecek alışkanlıklarının aktarılmasını, kültürel değerlerin korunmasını ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Bu nedenle kültürel mirasa dayalı gastronomi müzeleri bölgenin gastronomi kültürünün korunması ve tanıtılması açısından önemli konumdadır (Çetin ve Küçükörmürler, 2019: 5).

Gastronomi müzelerinde dinamik sergileme şekilleri yerine çoğunlukla durağan sergileme şekillerinin kullanıldığı görülmektedir. Durağan sergileme şekillerinden en çok kullanılanları vitrin, manken ve bilgi panolarıdır. Vitrinlerde genellikle mutfakta kullanılan araç gereçler ve mutfak kitapları sergilenirken, bilgi panoları ile yemek kültürü hakkında bilgiler verilmektedir. Ayrıca müzelerin içerisinde satış ve hediyelik alanı, kafeterya, etkinlik salonu gibi bölümler genellikle yetersiz düzeyde bulunmaktadır (Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1211).

3.3. Dünyadaki Gastronomi Müzeleri

Ülkelerin kültürel tanıtımı ve turizm talebine kattığı olumlu etkileri sebebiyle sayıları giderek artan gastronomi müzeleri; bulundukları ülkenin mutfak kültürünü, tarzını, yemeğe verilen önemi ve yemeğin ülke ekonomisine kattığı faydaları ön plana çıkaran turistik

mekânlardır. Dünyada gastronomi temalı 250'den fazla müze bulunduğu düşünülmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021:176).

Mısır ve Fransa'da tarım ve tarım ürünleriyle ilgili müzeler, İsviçre, Amerika ve Kıbrıs'ta şarap müzeleri, Almanya'da Avrupa Ekmek Müzesi ve Çin'de Çay Müzesi gastronomi temalı müzelere örnek olarak verilebilmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:219). ABD, Kanada, Almanya, Japonya, Belçika ve İtalya'da meyve/sebze müzeleri bulunurken Danimarka ve İsviçre'de yerel yemekler ve geleneksel mutfak müzeleri yer almaktadır. ABD, Japonya, İngiltere, Tayvan, Brezilya, Hindistan, Almanya ve Birleşmiş Arap Emirlikleri'nde kahve müzeleri; Hollanda, İngiltere ve Küba'da peynir müzeleri; Çin, Tayvan, Hindistan ve Sri Lanka'da çay müzeleri; İtalya, Yunanistan, Fransa, İspanya, Tunus ve Kıbrıs'ta zeytin ve zeytinyağı müzeleri; Belçika, Almanya, İtalya, Rusya, İspanya, İngiltere, Fransa ve Brezilya'da çikolata müzeleri bulunmaktadır. Şarap ve şarap imalathane müzeleri; Bulgaristan, Avusturya, Brezilya, Çin, Kıbrıs, İtalya, Fransa ve Tayvan'da kurularak ve faaliyetlerini devam ettirmektedir. Aynı zamanda Kanada, Belçika, Danimarka, Almanya, İtalya, Fransa ve Amerika'da bulunan patates müzeleri de oldukça ilgi görmektedir (Mankan, 2017a:163). Hollanda'da peynir müzesi, Fransa'da mantar müzesi ve İtalya'da zeytin müzesi gibi bazı Avrupa ülkelerindeki gastronomi müzeleri popülerliği ve değeri artan çekim merkezleri konumundadır (Şahin ve Aydın, 2017:187).

Yapılan bir çalışmada dünyadaki gastronomi müzeleri meyve ve sebze, yöresel ürün, şarap, bira ve diğer içecekler gibi sergilenen ürün bazında sınıflandırılmıştır (Sezen, 2018:267). Çalışmadan yola çıkılarak Dünya'daki gastronomi müzeleri aşağıdaki şekilde yeniden sınıflandırılmıştır (Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021:157-175):

- Mutfak kültürü temalı müzeler
- Yöresel ürün temalı müzeler
- Meyve/sebze temalı müzeler
- Şarap/bira ve diğer içecek temalı müzeler
- Zeytin/zeytinyağı temalı müzeler
- Çay/kahve temalı müzeler
- Peynir ve şarküteri temalı müzeler
- Ekmek ve unlu mamul temalı müzeler

- Çikolata/şeker temalı müzeler
- Diğer müzeler

Çizelge 3.1. Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

Mutfak Kültürü Temalı Müzeler			
Sıra No	Tema	Ülke	Müze Adı
1	Aşçılık Yemek ve Mutfak Kültürü	Amerika	Culinary Arts Museum NY Food Culture
2	Mutfak Kültürü	Amerika	Southern Food ve Beverage Museum
3	Mutfak Kültürü	Amerika	Burnt Food Museum
4	Yiyecek İçecek	Amerika	Museum of Food and Drink,
5	Mutfak Kültürü	Amerika	CIA Culinary Museum
6	Mutfak Kültürü	Amerika	California Citrus State Historic Park
7	Tarım Ürünleri ve Yiyecek	Fransa	Agropolis Museum
8	Mutfak Kültürü	Fransa	Escoffier Museum of Culinary Arts
9	Gastronomi	İsviçre	Swiss Gastronomy Museum
10	Mutfak Kültürü	İsviçre	Alimentarium Food Museum, Vevey
11	Mutfak Kültürü	İngiltere	Sally Lunn's House
12	Mutfak Kültürü	İngiltere	The British Museum of Food
13	Mutfak Kültürü	Çin	Sichuan Cuisine Museum of Chengdu
14	Mutfak Kültürü	Çin	Chinese Hangzhou Cuisine Museum
15	Mutfak Kültürü	Polonya	St. Martin's Croissant Museum
16	Mutfak Kültürü	Japonya	Hatakeyama Memorial Museum of Fine Art
17	Yiyecek	Japonya	New Ginger Museum
18	Mutfak	İrlanda	Desmond Castle
19	Mutfak Kültürü	İspanya	Ethnographic Museum of Dairy
20	Gastronomi	İspanya	Museu Gastoronomic
21	Mutfak Kültürü	Tayvan	Taiwanese Food Museum
22	Gastronomi	Peru	Casa de la Gastronomía Peruana
23	Mutfak	Yunanistan	Barbayannis Quzo Museum
24	Gastronomi	Yunanistan	The Greek Gastronomy Museum
25	Mutfak Kültürü	İzlanda	Herring Era Museum
26	Gastronomi	Brezilya	Museu da Gastronomia Baina
27	Gastronomi	Çek Cumhuriyeti	The Gastronomy Museum Prague
28	Mutfak	Finlandiya	Hotel and Restaurant Museum
29	Yemek	İsveç	Disgusting Food Museum
30	Gastronomi	Türkiye	MSA Gastronomi Müzesi
31	Gastronomi	Türkiye	Türk Lezzet Müzesi
32	Mutfak Kültürü	Türkiye	Antakya Mutfak Müzesi
33	Mutfak Kültürü	Türkiye	Emine Göğüş Mutfak Müzesi

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

34	Mutfak Kültürü	Türkiye	Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi
35	Mutfak Kültürü	Türkiye	Erzurum Evleri
36	Mutfak Kültürü	Türkiye	İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi
37	Gastronomi	Türkiye	Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi
38	Mutfak Kültürü	Türkiye	Adana Mutfak Müzesi Mardin Gastronomi Müzesi ve Uygulama Merkezi
39	Gastronomi	Türkiye	Gastronomi Müzesi ve Kültür Merkezi
40	Gastronomi	Türkiye	Gastronomi Müzesi ve Kültür Merkezi
41	Mutfak Kültürü	Türkiye	Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi
Yöresel Ürün Temalı Müzeler			
1	Hardal	Amerika	National Mustard Museum
2	Hardal	İngiltere	Colman's Mustard Shop and Museum
3	Patates Yemeği	Japonya	Konnyaku Park
4	Pirinç Topları	Japonya	Mentai Park
5	Soya Eti	Tayvan	Soya-Mixed Meat Museum
6	Dondurma	İtalya	Gelato Museum
7	Hardal	Hollanda	Mustard Museum Doesburg
8	Ramen (Erişte)	Japonya	Shin-Yokohama Ramen Museum
9	Ramen (Erişte)	Japonya	Momofuku Ando Instant Ramen Museum
10	Noodle	Japonya	Cup Noodles Museum
11	Yöresel Yemek	Almanya	Deutsches Currywurst Museum
12	Yöresel Yemek	Japonya	Ryogoku Edo Noren
13	Yöresel Yemek	Güney Kore	Museum Kimchikan
Meyve/Sebze Temalı Müzeler			
1	Soğan	Amerika	Vidalia Onion Museum
2	Patates	Amerika	Idaho Potato Museum
3	Biber	Amerika	Dr. Pepper Museum
4	Kuşkonmaz	Almanya	Europen Asparagus Museum
5	Nane	Almanya	Peppermint Museum
6	Salatalık	Almanya	Cucumber Museum
7	Mantar	Fransa	Musée du Champignon
8	Trüf	Fransa	Truffle Museum Italian Food Museums:Museo del Pomodoro
9	Domates	İtalya	Pomodoro
10	Üzüm	İtalya	Poli Grappa Museum
11	Meyve	İtalya	Torino Wax Fruit Museum
12	Havuç	Belçika	The World Carrot Museum
13	Patates	Belçika	Friet Museum
14	Meyankökü	İngiltere	Ponterfract Museum
15	Karpuz	Çin	China Watermelon Museum
16	Mantar	İspanya	Museum of Iberian Ham
17	Taze Soğan	Tayvan	Spring Onion Culture Museum
18	Patates	Peru	Potato Museum
19	Meyve	Hollanda	Stichting Behoud en Bevording Fruitcultuu
20	Domates Konservesi	Yunanistan	Tomato Industrial Museum

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

Şarap/Bira ve Diğer İçecek Temalı Müzeler			
1	Şarap	Amerika	Bully Hill Vineyards
2	İçecek	Amerika	Museum of the American Cocktail
3	Bira	Amerika	The Beer Can Museum
4	Viski	Amerika	Oscar Getz Museum of Whiskey History
5	Bira	Amerika	Potosi Brewery
6	İçecek	Amerika	Museum of the American Cocktail
7	Şarap	Amerika	Napa-Copia Museum
8	Şarap	Fransa	Musee du Vin
9	Şarap	İtalya	Museo del Vino (Torgiano)
10	Şarap	İtalya	Castello di Barola Wine Museum
11	Bira	Belçika	Cantillon Brewery
12	Bira	Belçika	Bruges Beer Museum
13	Şarap	İsviçre	Aigle Castle
14	Bira	İngiltere	National Brewery Centre
15	Bira	İngiltere	Hook Norton Brewery
16	Şarap	Çin	Macau Wine Museum
17	Bira	Japonya	Sapporo Beer Museum
18	Şarap	İrlanda	International Museum of Wine
19	Viski	İrlanda	Irish Whiskey Museum
20	İçecek	İrlanda	Guinness Storehouse
21	Elma Suyu ve Şarap	İspanya	Cider Museum
22	Şarap	İspanya	Winery Museum Maserof
23	Coca-cola	Tayvan	Coca-Cola Museum
24	Su	Tayvan	Museum of Drinking Water Yilan Distillery Chia Chi Lan Wine Museum
25	Şarap	Tayvan	
26	Bira Fabrikası	Danimarka	Carlsberg Museum
27	Bira	Hollanda	Heineken Experience
28	Şarap	Yunanistan	Wine Museum Koutsogiannopoulos
29	İçecek	Portekiz	Moxie Museum
30	Likör	Macaristan	Zwack Unicom Museum
31	Votka	Rusya	Russian Vodka Museum
32	Bira	Güney Afrika	SAB World of Beer
33	Şarap	Slovakya	Small Carpathian Museum
34	Şarap	Kıbrıs	Disgusting Food Museum
35	Şarap	Bulgaristan	Museum of Wine, Pleven Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı
36	Şarap	Türkiye	
37	Şarap	Türkiye	Feyzi Kutman Şarap Müzesi

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

Zeytin/Zeytinyağı Temalı Müzeler			
1	Zeytinyağı	Fransa	Olive Oil History Museum
2	Zeytin	Fransa	Museum of the Olive Tree
3	Zeytin ve Zeytinyağı	İtalya	Museo Dell'Olive Dell'Olio
4	Zeytinyağı	İspanya	An Olive Oil Cultural Center and Museum Museum of the Olive and Greek Olive Oil in Sparta
5	Zeytin ve Zeytinyağı	Yunanistan	Olive and Oil Museum
6	Zeytin ve Zeytinyağı	Yunanistan	Museum of Industrial Olive Oil Production
7	Zeytinyağı Üretim	Yunanistan	Olive Press Museum Zante
8	Zeytin	Yunanistan	Eggares Olive Oil Museum
9	Zeytinyağı	Yunanistan	Cyclades Olive Museum
10	Zeytin	Yunanistan	Olive Museum "Fabbrica"
11	Zeytin	Yunanistan	Olive Tree Museum
12	Zeytin ve Zeytinyağı	Tunus	Olive Culture Museum
13	Zeytin ve Zeytinyağı	Tunus	Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi
14	Zeytin ve Zeytinyağı	Türkiye	Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi
15	Zeytinyağı	Türkiye	Adatepe Zeytinyağı Müzesi
16	Zeytinyağı	Türkiye	Köstem Zeytinyağı Müzesi
17	Zeytinyağı	Türkiye	Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi
18	Zeytinyağı	Türkiye	Hatay Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi
20	Zeytinyağı	Türkiye	
Çay/Kahve Temalı Müzeler			
1	Çay ve Kahve	İngiltere	Bramah Tea and Coffee Museum
2	Çay	İngiltere	The Twinings Tea Museum
3	Çay	Çin	China National Tea Museum
4	Çay	Çin	Museum of Tea Ware
5	Kahve	Tayvan	Ping Huang Coffee Museum
6	Çay	Tayvan	Ping-Lin Tea Museum
7	Kahve	Brezilya	Brazil's Coffee Palas
8	Kahve	Brezilya	Coffee Museum
9	Kahve	Birleşmiş Arap Emirlikleri	Dubai Coffee Museum
10	Çay	Sri Lanka	Ceylan Tea Museum
11	Çay	Türkiye	Rize Çay Müzesi
Peynir ve Şarküteri Temalı Müzeler			
1	Kasap	Almanya	German Butcher's Museum
2	Jambon	İtalya	Museum of Prosciutto di Parma
3	Şarküteri	İtalya	The Felino Museum of Salame
4	Peynir	İsviçre	La Maison du Gruyère
5	Peynir	Kanada	Musée du Fromage Cheddar
6	Peynir	Kanada	Ingersoll Cheese and Dairy Museu
7	Tereyağı	İrlanda	Cork Butter Museum
8	Jambon	İspanya	Museo del Jamon

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

9	Peynir	Hollanda	Amsterdam Cheese Museum
10	Peynir	Hollanda	Dutch Cheese Museum, Alkmaar
11	Şarküteri	Macaristan	Pick Salami and Szeged Paprika Museum
12	Peynir	Küba	Cuba Cheese Museum
13	Peynir	Türkiye	Zavot Peynir Müzesi
Ekmek/Unlu Mamul Temalı Müzeler			
1	Ekmek	Amerika	Harold M. Freund American Museum of Baking
2	Ekmek	Amerika	American Institute of Baking
3	Pizza	Amerika	Pizza Brain
4	Kek	Amerika	Endangered Cake Museum
5	Ekmek	Almanya	European Bread Museum
6	Ekmek	Almanya	The Museum of Bread Culture
7	Makarna	İtalya	Museo Nazionale Delle Pasta Alimentari
8	Ekmek	İtalya	Museo del pane (Bread Museum)
9	Makarna	İtalya	National Museum of Pasta Foods
10	Ekmek ve Pasta	Polonya	The Gingerbread Museum
11	Unlu Mamuller	Tayvan	Kuo Yuan Ye Museum of Cake and Pastry
12	Ekmek	Portekiz	Bread Museum
13	Ekmek	Türkiye	Ankara Ekmek Müzesi
14	Baklava	Türkiye	Gaziantep Baklava Müzesi
Kakao, Çikolata ve Şeker Temalı Müzeler			
1	Çikolata	Amerika	Chocolate Museum
2	Şekerleme	Amerika	Candy Americana Museum
3	Çikolata	Amerika	Hershey's Chocolate World
4	Şekerleme	Amerika	Jelly Belly Candy Company factory
5	Şekerleme	Amerika	M&M's World
6	Çikolata	Almanya	Imhoff-Schokoladen Museum
7	Çikolata	Almanya	Hallören Chocolate Factory Das Schokoladen museum im Herzen Hamburgs
8	Çikolata	Almanya	
9	Çikolata	Fransa	Musee Secrets du Chocolat Museum of the Art of Sugar and Chocolate, Cordes-sur-Ciel
10	Şeker ve Çikolata	Fransa	
11	Çikolata	Fransa	Chocolate Museum Haribo Candy Museum (Musée du Bonbon Haribo)
12	Şekerleme	Fransa	
13	Çikolata	İtalya	Museo del Cioccolato (Chocolate Museum)
14	Çikolata	Belçika	Choco-Story Museum
15	Çikolata	Belçika	Jacques Chocolate Museum
16	Çikolata ve Kakao	Belçika	Museum of cacao and chocolate
17	Çikolata	İngiltere	Cadbury World
18	Çikolata	Kanada	Chocolate Museum
19	Çikolata	İrlanda	Butler's Chocolate Experience

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

20	Çikolata	İrlanda	The Chocolate Warehouse
21	Çikolata	İspanya	Museu de la Xocolate Museum
22	Şekerleme	Hindistan	Schimpff's Confectionery Museum
23	Çikolata	Rusya	Museum of Chocolate (Pokrov)
24	Çikolata ve Pasta	Avusturya	Demel
25	Çikolata	Küba	Chocolate Museum
26	Şeker	Belçika	Sugar Museum,
27	Rafine Şeker	Kanada	Redpath Sugar Refinery
28	Şeker	Tayvan	Taiwan Sugar Museum (Kaohsiung)
29	Şeker	Brezilya	Museum of Sugar
30	Çikolata	Türkiye	Pelit Çikolata Müzesi
Diğer Müzeler			
1	Tarım ve Gıda	Amerika	Agropolis Museum
2	Üretim	Amerika	The Farmers' Museum
3	Jöle	Amerika	Jell-O Gallery Museum
4	Deniz Ürünleri	Amerika	Maritime ve Seafood Industry Museum
5	Patlamış Mısır	Amerika	Wyandot Popcorn Museum
6	Acı Sos	Amerika	Tabasco Museum
7	Tarım	Amerika	Dole Plantation
8	Restoran	Amerika	Oldest McDonald's restaurant
9	Restoran	Amerika	Big Mac Museum
10	Sirke	Amerika	International Vinegar Museum
11	Tuz	Almanya	German Salt Museum
12	Gıda Katkı Maddeleri	Almanya	Food Additives Museum
13	Baharat ve Ot	Almanya	Spice Museum, Hamburg,
14	Tuz	Almanya	Hallors and Saline Museum Deutsches Museum fuer Kockkunst und Kochbuecher
15	Aşçılık Tarihi	Almanya	Deutsches Kochbuch museum
16	Yemek Kitapları	Almanya	Deutsches Kochbuch museum
17	Tuz	Fransa	Royal Saltworks at Arc-et-Senans
18	Yılan Balığı	İtalya	Museo dell'anguilla (Eel museum)
19	Sirke	İtalya	Balsamic Vinegar Museum
20	Dondurma	İtalya	Gelato Museum
21	Gıda	Belçika	Brussels Museum of Mill and Food
22	Gurme Müzesi ve Kütüphane	Belçika	Gourmet Museum and Library
23	Tarım	İsviçre	Swiss Museum of Agriculture in Burgrain
24	Tuz	İngiltere	Lion Salt Works
25	Tarım ve Gıda	Kanada	Agriculture and Food Museum
26	Tahıl	Kanada	Grain Academy Museum
27	Tuz	Polonya	Bochnia Salt Museum National Museum of Agriculture in Szreniawa
28	Tarım	Polonya	

Çizelge 3.1. (devam) Dünyadaki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

29	Gıda	İrlanda	Burren Smokehouse
30	Bal	Tayvan	Honey Museum
31	Gıda	Tayvan	Taiwan Mochi Museum
32	Gıda	Tayvan	Taiwan Nougat Museum
33	Tuz	Tayvan	Taiwan Salt Museum
34	Balık	Tayvan	Teng Feng Fish Ball Museum
35	Soya Sosu	Tayvan	Soy Sauce Brewing Museum
36	Tarım	Mısır	Agriculture Museum
37	Geleneksel Tarım Teknolojisi	Hindistan	The Goa Chitra Museum
38	Tarım Ürünleri	Hollanda	Museum de Locht
39	Tuz	Avusturya	Hallein Salt Mine
40	Tuz	Pakistan	Khewra Salt Mine
41	Arıcılık	Litvanya	Lithuanian Museum of Ancient Beekeeping
42	Balık	Norveç	Lofoten Stock fish Museum
43	Balık	Norveç	Klippfish Museum
44	Balık	Türkiye	İstanbul Balık Müzesi
45	Arıcılık	Türkiye	Çine Arıcılık Müzesi
46	Bal	Türkiye	Marmaris Bal Evi Müzesi
47	Aromatik Bitki	Türkiye	Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi
48	Dondurma	Türkiye	Dondurma Müzesi
49	Arıcılık	Türkiye	Polenezköy Arıcılık Müzesi
50	Arıcılık	Türkiye	Özel Muğla Arıcılık Müzesi

Kaynak: Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:220; Akyürek ve Erdem, 2019:24; Ceyhun-Sezgin ve Akbiyuk, 2021:157-175; İnternet 1, 2017; İnternet 2, 2017; İnternet 3, 2020; İnternet 4, 2020; İnternet 5, 2020; İnternet 6, 2020; İnternet 7, 2018; İnternet 8, 2018; İnternet 9, 2020.

Dünyadaki gastronomi müzelerinin, genellikle belirli bir yiyecek veya içecek teması üzerine kurulmuş, ürün ya da üretim odaklı, üretim aşamaları, üretimde kullanılan araç gereçler veya tarihsel olarak nasıl üretime başlandığına dair bilgiler vermekte oldukları görülmektedir. Ülkelerin yerel ürünleri tanıtmaya yolunda müzelerin etkisi göz önüne alındığında ürün temelli müzelerin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Müzeler belirli yiyecek ve içecek şirketleri, özel kuruluşlar veya devlet bünyesinde yer almaktadır. Dünya genelinde kurulan gastronomi müzelerine tematik açıdan bakıldığında çikolata müzeleri, zeytin ve zeytinyağı müzeleri, şarap ve bira müzeleri, peynir, kahve ve ekmek müzelerinin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Çok eyaletli bir yapıya sahip olan ABD, karmaşık kültürel yapısı dolayısıyla birçok farklı temada gastronomi müzesini ev sahipliği yapmaktadır. Akdeniz ve çevresindeki ülkelerde zeytin ve zeytinyağı müzelerinin çoğunlukta olduğu dikkat çekmektedir. Zengin ve tanınmış mutfak kültürüne sahip Fransa, İtalya gibi ülkelerinde önemli gastronomi müzelerine sahip olduğu görülmektedir.

3.3.1. Mutfak Kültürü Temalı Müzeler

Mutfak kültürü temalı müzeler, yerel mutfakların genel özelliklerini ve tarihini temsil eden öğeleri sergileyen müzelerdir. Ülkelerin mutfak kültürlerini konu edinen bu temadaki müzeler Amerika, Türkiye, Fransa, İsviçre ve Japonya gibi birçok ülkede yer almaktadır.

The Greek Gastronomy Museum (Yunanistan): Atina'da 2013 yılında kurulan Yunan Gastronomi Müzesi, 19. yüzyıl neo-klasik döneminden kalan eski bir bina içerisinde yeniden yapılandırılmıştır. Üç bölümden oluşan müzenin ilk bölümünde ziyaretçiler yerel ürünlerin üretimi ve işlenmesiyle ilgili aşamaları interaktif olarak deneyimlemekte, ikinci bölümünde ziyaretçilere Yunan mutfağının farklı pişirme yöntemleri ve mutfak sırları hakkında bilgiler verilmekte ve üçüncü bölümde ise birinci katta bulunan restoranda hazırlanan geleneksel Yunan yemekleri ikram edilmektedir. Müze belirli dönemlerde beslenme ve Yunan gastronomi kültürü üzerine farklı sergi ve projelere ev sahipliği yapmaktadır (İnternet 10, 2020).



Resim 3.1. Yunan Gastronomi Müzesi Sergi Alanı (www.cultour.gr, 2020)



Resim 3.2. Yunan Gastronomi Müzesi Sergi Alanı (www.tripadvisor.com, 2020)

The Gastronomy Museum Prague (Çek Cumhuriyeti): 2009 yılında ziyarete açılan Prag Gastronomi Müzesinin kuruluş amacı sağlıklı ve lezzetli yiyeceklere ulaşılabilirlik sağlamak adına ziyaretçilere bilgiler vermek ve genç nesillere sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazandırmaktır. Ayrıca Çek Cumhuriyeti mutfak kültürünü ve uluslararası mutfak kültürlerini tanıtmayı hedeflemektedir. Müze şarap mahzeni, yemek odası, dünya şefleri ve gastronomları, Çek Cumhuriyeti gastronomisi ve konukseverliği adında çeşitli bölümlerden oluşmaktadır. Müzede mutfak araç gereçleri, sunum tabakları ve bıçakları da sergilenmektedir (İnternet 11, 2020).



Resim 3.3. Prag Gastronomi Müzesi (www.tripadvisor.com, 2020)



Resim 3.4. Prag Gastronomi Müzesinde Sergilenen Eserler (www.muzeumgastronomie.cz, 2020)

3.3.2. Yöresel Ürün Temalı Müzeler

Yöresel ürün temalı müzeler, bulundukları bölgelerdeki geleneksel yiyecekleri tanıtmak amacıyla kurulan müzelerdir.

National Mustard Museum (ABD): Ulusal Hardal Müzesinin kurucusu Barry Levenson 27 Ekim 1986 tarihinde “Mount Horeb Hardal Müzesi” olarak koleksiyonunu sergilemeye başlamıştır. Hardal Müzesi 5 Nisan 1992 tarihinde Mount Horeb tarafından Wisconsin eyaletinde halka açılmıştır. 2009 yılında şuanda bulunduğu Winconsin eyaletinden Middleton merkezindeki tesise taşınmış ve adı daha kapsamlı olan “Ulusal Hardal Müzesi” olarak değiştirilmiştir. 2010 yılından sonra müzenin bulunduğu yerde Ulusal Hardal Günü düzenlenmeye başlanmıştır. Müzede 5624 adetten fazla hardal ve yüzlerce hardala ait materyaller sergilenmektedir. Wisconsin'in en popüler turist duraklarından biri olan Ulusal Hardal Müzesi, The Oprah Winfrey Show, The Food Network, The Good Life gibi birçok dergi ve gazetede yer almıştır (İnternet 12, 2020).



Resim 3.5. ABD Ulusal Hardal Müzesi (www.changesinlongitude.com, 2020)



Resim 3.6. ABD Ulusal Hardal Müzesi Sergi Alanı (www.haberturk.com, 2020)

Gelato Museum (İtalya): 2012 yılında Gelato (dondurma)'nın tarihini, kültürünü, teknolojisini ve yüzyıllar boyunca geçirdiği evrimi anlatmak üzere kurulmuş bir müzedir. Gelato ile ilgili üç ana temayı vurgulayan interaktif bir tura sahip olan müzede; gelatonun zaman içindeki evrimi, üretim teknolojisinin tarihi, tüketildiği yerler ve üretim yöntemlerine ilişkin materyaller sergilenmektedir. Müzenin 1000 metrekaresi 20 orijinal makine, multimedya sunumları, 10.000 tarihi görüntü ve belge, değerli araçlar, aksesuarlar ve orijinal video röportajlarına ev sahipliği yapmaktadır (İnternet 13, 2020).



Resim 3.7. Gelato Müzesi Sergi Alanı (www.themaggar.com, 2020)



Resim 3.8. Gelato Müzesi (www.tripadvisor.com.tr, 2020)

3.3.3. Meyve/Sebze Temalı Müzeler

Meyve ve sebze temalı müzeler, tohumdan tüketime kadar meyve ve sebze çeşitlerini, üretim sürecini, hasat aşamalarını, tarihini ve genel özelliklerini sunan müzelerdir. Sebze temalı müzelerin meyve temalı müzelere oranla daha fazla sayıda olduğu bilinmektedir. Özellikle sebze müzeleri arasında patates ve mantar müzelerinin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Idaho Potato Museum (ABD): Idaho Patates Müzesi 1912 yılında inşa edilen bir bina içinde yer almaktadır. Müze; patates tarihi, yetiştirme, hasat süreci ve patatesin beslenmedeki önemi hakkında bilgiler vermektedir. Patatesin başkenti olarak da bilinen Idaho'da bulunan müze yıl boyunca hizmet sunmaktadır. Müzede sergilenen dünyanın en büyük patates cipsi heykeli ziyaretçilerin en çok dikkatini çeken eserdir. Müzenin hediyelik eşya dükkânında patates çeşitleri ve Idaho temalı hediyelik eşyalar bulunmakta ve müze içinde yer alan kafede ziyaretçilerin deneyimlemesi için ev yapımı patates kızartması ile fırında patates servis edilmektedir (İnternet 14, 2020).



Resim 3.9. Idaho Patates Müzesi (www.tripadvisor.co.nz, 2020)



Resim 3.10. Idaho Patates Müzesi (www.atlasobscura.com, 2020)

Musée du Champignon (Fransa): Tüf taşından oyulmuş bir mağara içinde bulunan müze, yüzlerce mantarı içerisinde barındırmaktadır. Les Troglodytes de Saumur şirketi tarafından yönetilmektedir. Yabani mantar koleksiyonlarını bir araya getirerek 250’den fazla yabani mantara ev sahipliği yapan müze Avrupa’nın en büyük mikolojik sergisidir. Müze içerisinde yılda 10 ton mantar toplanmaktadır. Düğme mantarlar, istiridye mantarları, shiitakeler ve diğer egzotik mantarlar yer almakta ve bu türler 1998 yılından beri sergilenmektedir. Ayrıca mantar müzesinde Sonbahar Mantar Festivali düzenlenmektedir (İnternet 15, 2020).



Resim 3.11. Mantar Müzesinde Yetiştirilen Özel Mantarlar (www.musee-du-champignon.com, 2020)



Resim 3.12. Mantar Müzesinde Yetiştirilen Özel Mantarlar (www.anjou-tourisme.com, 2020)

3.3.4. Şarap/Bira ve Diğer İçecek Temalı Müzeler

İçecek temalı müzelerde, içeceklerin üretim aşamaları, tarihi, kültürü, özel koleksiyonları, ilk üretim şişeleri ve fiçileri gibi öğeler sergilenmektedir. Diğer içeceklere oranla şarap ve bira müzelerinin yoğunlukta olduğu bilinmektedir.

Museo del Vino (İtalya/Torgiano): Cantine Lungarotti Şaraphanesi'nin kurucuları ve şarap üreticileri Giorgio Lungarotti ve eşi Maria Grazia Marchetti tarafından 1974 yılında kurulan müze zeytin ve zeytinyağı müzesi ile birlikte işletilmektedir. Şarap üretim alanında bulunan özel bir müzedir ve tamamen şarap kültürüne adanmıştır. Müze arkeolojik, etnografik ve sanat koleksiyonlarıyla şarabın kültürel özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Koleksiyon

tematik olarak odalara ayrılmıştır. İlk odada bağcılığın Orta Doğu kökenleri ve Akdeniz Havzasına nasıl ulaştığına dikkat çeken arkeolojik parçalar sergilenmektedir. 2-8 arası odalar Umbria’da kullanılan bağcılık tekniklerini göstermektedir. 8,9 ve 10 numaralı odalarda yerel el sanatları ve bağcılığa geçiş için şarabın kullanımı ve ticaretine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. 11-15 arasındaki odalar şarap çömlekleriyle ilgilidir. 16 numaralı odada Vin Santo ile servis edilen yiyecekler bulunmaktadır. 17 numaralı odada Mantegna, Piranesi ve Picasso gibi sanatçıların resimlerinin bulunduğu diyonizik sahnelerle ilgili yaklaşık 600 parçadan oluşan zengin bir gravür ve eskiz koleksiyonuna ev sahipliği yapmaktadır. 18 numaralı oda ise ekslibrise ayrılmıştır. Müze şarapla ilgili eski kitapların sergilendiği 19 numaralı oda ile son bulmaktadır (İnternet16, 2020).



Resim 3.13. İtalya Şarap Müzesinde Sergilenen Kadehler Ve Şarap Küpleri (www.artribune.com, 2020)

The Beer Can Museum (ABD): Müze 1978 yılında müzenin müdürü ve küratörü Kevin Logan tarafından kurulmuştur. Massachusetts eyaletinde East Taunton’da bulunan müze, 5.000’den fazla bira kutusu, bira kutusu telefonları ve radyoları yanında bira ile ilgili kitapların bulunduğu bir kütüphaneden oluşmaktadır. Müze 2013 yılının Kasım ayında “Travel ve Amp; Leisure’in Amerika’nın En Tuhaf Müzeleri” listesine dâhil edilmiştir. Koleksiyonun en eski kutusu 1930 yılında üretilen ilk bira kutularına benzeyen 1935 yılından kalma bir Kruger Ale kutusudur. Müzede pub havluları, binlerce sayıda bardakaltlığı, bira paspasları, bira tepsileri, minyatür oyuncak bira kutuları ve bira kutusu şapkaları gibi birçok farklı eser bulunmaktadır (İnternet 17, 2020).



Resim 3.14. ABD Bira Müzesinde Sergilenen Bira Kutuları (www.atlasobscura.com, 2020)



Resim 3.15. ABD Bira Müzesinde Sergilenen Bira Kutuları (www.atlasobscura.com, 2020)

3.3.5. Zeytin/Zeytinyağı Temalı Müzeler

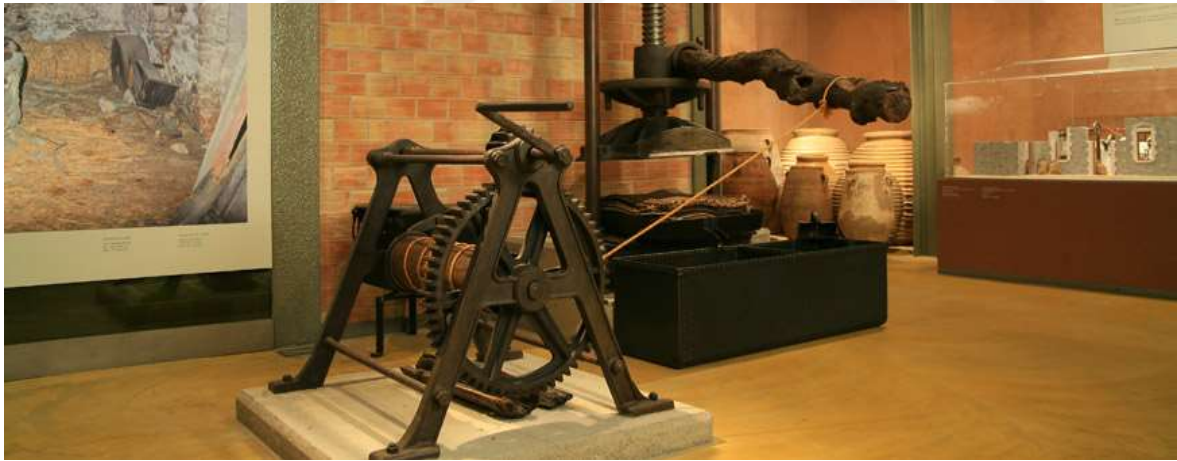
Zeytin ve zeytinyağı temalı müzelerde, zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı yapımı hakkında bilgiler sunularak üretimde kullanılan araç ve gereçler sergilenmektedir. Müzede zeytinyağı tarihini, kültürünü ve çeşitli üretim şekillerini içeren kitap, belge ve resim gibi eserler yer almaktadır.

Museum of the Olive and Greek Olive Oil in Sparta (Yunanistan): Müze 20. yüzyılın başlarına kadar Yunan kültüründeki zeytin ve zeytinyağı üretim kültürünü, tarihini ve teknolojisini yansıtmaktadır. Santorini Adası'ndan 50.000-60.000 yaşında nadir bulunan fosilleşmiş zeytin yaprakları ve zeytin ağacının varlığının kanıtını sunan eski bulgular sergilenmektedir. M.Ö. 14. yüzyıla ait Linear B tabletleri müzede yer almaktadır. Müzede zeytinyağı üretiminde kullanılan teknolojik evrimin izlerini görmek mümkündür. Gençlerin

ilgisini çekebilecek, tarih öncesi zeytin presi, Helenistik zeytin presi, Bizans zeytin presi, su ile çalışan zeytin presi, buharla çalışan zeytin presi, dizel motorla çalışan zeytin presi gibi zeytin preslerini temsil eden animasyonlar bulunmaktadır. Müzede özellikle grup ziyaretçilerin ve çocukların dikkatini çekmek amacıyla zeytinyağı temalı oyun ve etkinlik içeren eğitim programları düzenlemektedir (İnternet 18, 2020).



Resim 3.16. Yunanistan Zeytin Ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları (www.greece-is.com, 2020)



Resim 3.17. Yunanistan Zeytin Ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları (www.landlifetravel.com, 2020)

Museo Dell'Olio e Dell'Olivo (İtalya): Torgiano’da bulunan zeytin ve zeytinyağı tarihçesi hakkında bilgiler sunan özel bir müzedir. 1960 yılına kadar faaliyet gösteren eski bir petrol fabrikasında bulunan müze, Cantine Lungarotti Şaraphanesi’ne aittir ve 2000 yılında faaliyete açılmıştır. Müze güzergâhı, petrol ve zeytin ağaçlarının farklı yönlerini ele alan 11 odadan oluşmaktadır. Zeytin ağaçları hakkında bilimsel bilgiler yanında zeytinyağı ile ilgili

mitolojik değere sahip belgeler sergilenmektedir. Aynı zamanda müzede zeytinyağı tarihi ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Müzenin son odasında yüzyıllar boyunca yaşamını sürdüren zeytin ağaçlarının kutsal yönü ile zeytinyağının iyileştirici özellikte olduğunu kanıtlar nitelikteki çeşitli sembolik öğeler bir araya getirilmiştir (İnternet 19, 2020).



Resim 3.18. İtalya Zeytin ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları (www.gamberorosso.it, 2020)



Resim 3.19. İtalya Zeytin ve Zeytinyağı Müzesinde Sergilenen Zeytinyağı Üretim Araçları (www.club-del-vino.com, 2020)

3.3.6. Çay/Kahve Temalı Müzeler

Çay ve kahve yetiştiriciliğinin yapıldığı belirli bölgelerde özellikle tanıtım ve kültürel sürdürülebilirlik amacıyla faaliyet gösteren müzelerdir. Bu müzelerde içeceklerin tarihi, kültürü, üretim aşamaları, özel koleksiyonları, eski dönemlere ait paket ve kutuları sergilenmektedir.

The Twinings Tea Museum (İngiltere): Londra’da Twinings Mağazasına bitişik olan küçük bir müzedir. 1076 yılında eski bir kahvehane satın alan Thomas Twining tarafından kurulmuş ve o dönemlerde zenginlerin tükettiği egzotik bir içecek olan çay tanıtılmış ve 1717 yılında çay ve kahve satmak için Altın Lyon açılmıştır. 1787 yılında Torunu Richard Twining çay içmenin Çin’de başladığını vurgulamak için müzenin kapı aralığına iki Çinli figürü inşa etmiştir. Sergiler arasında Kraliçe Victoria’nın 1837 tarihli Kraliyet emrinin bir kopyası ve çay kadehleri bulunmaktadır. Müzede ayrıca eski çay kutuları, Twinings ambalaj örnekleri ve çayla ilgili materyaller sergilenmektedir (İnternet 20, 2020).



Resim 3.20. İngiltere Çay Müzesi (www.visitlondon.com, 2020)



Resim 3.21. İngiltere Çay Müzesinde Sergilenen Çay Kutuları (www.tripadvisor.com.tr, 2020)

Coffee Museum (Brezilya): Brezilya’nın São Paulo eyaleti Santos Belediyesi’nin tarihi sarayı, 1998 yılında restorasyonu yapılarak Kahve Müzesi olarak açılmıştır. Müzenin yer aldığı binanın diğer bir adı ise Bolsa Oficial de Café’dir ve seçkin bir mimari yapıya sahiptir.

Saray iç ve dış detaylarıyla kahve ekonomisinin gücünü ve üretim aşamalarını yansıtan özelliktedir. Müzenin açılışından hemen sonra kahve tanıtımını arttırmak amacıyla Museum Coffee Shop açılarak kahve satışı yapılmaya başlanmıştır. Müzede vitray giriş, müzayede odası, saat kulesi, Brezilya'daki kahve tarihinin dönemlerini ve çeşitli yönlerinin yayın ve belgeler ile anlatıldığı bilgi ve dokümantasyon merkezi bulunmaktadır (İnternet 21, 2020).



Resim 3.22. Brezilya Kahve Müzesi (www.turismosantos.com, 2020)



Resim 3.23. Brezilya Kahve Müzesi (www.outlookindia.com, 2020)

3.3.7. Peynir ve Şarküteri Temalı Müzeler

Peynir ve şarküteri ürünleri hakkında bilgiler sunan, çeşitlerini tanıtan, üretiminde kullanılan araç ve gereçleri sergileyen müzelerdir. Hemen hemen her ülkenin kendine özgü peynir çeşidi bulunduğundan peynir temalı müzeler diğer şarküteri müzelerine oranla daha fazladır. Yerel peynir ve şarküteri ürünlerinin tanıtımını yapmak ve geleneksel üretimini korumak için açılan bu müzeler önem taşımaktadır.

Musée Du Fromage Cheddar (Kanada) : Müze 1895 yılında Perron Peynir Fabrikası için inşa edilen binada yer almaktadır. 24 Ekim 1989 tarihinde eski Perron Peynir Fabrikasının binası, Quenbec Kültür Bakanlığı tarafından kültürel mülk olarak ilan edilmiştir. Müzenin misyonu eski Perron Peynir Fabrikasının tarihini ve Quenbec'teki zanaat peynir üretimini yaymaktır. Müzenin koleksiyonu, özellikle çedar peynirinin zanaat üretimi ve ihracatı için tasarlanmış aletler olmak üzere 650'den fazla eser içermektedir. Koleksiyonda ayrıca 19. Yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında binada yaşayan Perron ailesine ait mobilya, tabak ve mutfak eşyaları da yer almaktadır (İnternet 22, 2020).



Resim 3.24. Çedar Peynir Müzesi (www.laterre.ca, 2020)



Resim 3.25. Çedar Peynir Müzesi (www.bonjourquebec.com, 2020)

Museum of Prosciutto di Parma (İtalya): Parma Jambon ve Salam Müzesi Langhirano'da bulunmaktadır. 2002 yılına kadar belediye depolarına ev sahipliği yapan bina, jambon fabrikalarına yakın bir konuma sahip olması nedeniyle müze yeri olarak seçilmiştir. Müze

sekiz bölümden oluşmakta ve jambonun üretimini anlatan bölümden başlayarak domuz ırkları, çeşitli kıtalara yayılması gibi bilgileri içeren eserlerin bulunduğu bölümlerle son bulmaktadır. Ayrıca müzede yerel ürünlerin satıldığı özel bir mağaza da yer almaktadır (İnternet 23, 2020).



Resim 3.26. Parma Jambon ve Salam Müzesi (www.atlasobscura.com, 2020)



Resim 3.27. Parma Jambon ve Salam Müzesi (www.viator.com, 2020)

3.3.8. Ekmek ve Unlu Mamul Temalı Müzeler

Yöresel ekmekler, ekmek üretim aşamaları, üretim için gerekli araçlar ile unlu mamullerden elde edilen geleneksel gıdaların sergilendiği müzelerdir. Bu müzelerde ekmek yapımının tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olmaya katkı sağlayabilecek belgeler sergilenmektedir.

Harold M. Freund American Museum of Baking (ABD): Kaliforniya’da yer alan Glendale Freund Baking Şirketi’nin eski başkanı ve AIB (Amerikan Pişirme Endüstrisi) Yönetim Kurulu’nun eski bir üyesi olan Harold Freund, müzenin kurulmasını teşvik etmiştir. AIB dünyanın en büyük fırın figürleri koleksiyonu ve fon konusunda destek vererek müzenin kurulmasını sağlamıştır. Müze 3.800 yıldan daha eski tarihlerde var olan Mısır ekmeği, Mısır keki, Roma ekmeği ve Kuzey Amerika’da yaşayan kolonilere ait tahıl ile ilgili bilgi içerikli önemli eserlere ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca özel bir kitap koleksiyonuna sahip olmakla birlikte, koleksiyonun bir parçası olarak Louis Livingston Kütüphanesini bünyesinde barındırmaktadır. Harold Freund’un 1996 yılında vefatından sonra müzenin adı 1998 yılında Harold M. Freund Amerikan Fırıncılık Müzesi olarak değiştirilmiştir. Müzenin amacı fırıncılık endüstrisi tarihini tanıtmak ve korumaktır (İnternet 24, 2020).



Resim 3.28. Harold M. Freund Amerikan Fırıncılık Müzesi (www.lasr.net, 2020)



Resim 3.29. Amerikan Fırıncılık Müzesinin Kuruluş Dönemi (www.lasr.net, 2020)

Europen Bread Museum (Almanya): Almanya Ebergötzen’de yer alan Avrupa Ekmek Müzesi (Almanca: Europäisches Brotmuseum), Avrupa’da ekmek yapımının tarihsel gelişimini tanıtmayı amaçlayan bir müzedir. Müzede Avrupa’da tahıl çiftçiliği, tahıl işleme, öğütme, ekmek pişirme ve sanatta ekmeğin yeri gibi bilgiler sergi ve gösteriler aracılığıyla sunulmaktadır. Ayrıca hala işlev gören fırınlar, yel değirmeni, su değirmeni, ekmek arabaları, tarım makineleri, ekmek hazırlamak için gerekli alet ve ekipmanlar sergilenmektedir (İnternet 25, 2020).



Resim 3.30. Avrupa Ekmek Müzesi Sergi Alanı (www.breadculture.net, 2020)



Resim 3.31. Avrupa Ekmek Müzesi Girişi (www.wander.am, 2020)

3.3.9. Çikolata/Şeker Temalı Müzeler

Çikolatanın tarihi, kökeni, ticaret yöntemleri, kakao üretimi, şeker üretimi ve şekerleme yapım aşamaları hakkında bilgi veren öğelerin yer aldığı ve eski üretim fabrikalarının halka açılmasıyla kurulan müzelerdir.

Museu De La Xocolata Museum (İspanya): Çikolata Müzesi Avrupa'daki çikolatanın tarihini, kökenini, ticaret sürecini ve kakao çekirdeğinden endüstriyel üretim süreçlerine kadar birçok bilgiyi sunmaktadır. Barselona'da bulunan küçük bir müzedir. Birinci alanda kakao bitkisi ve ağacının meyveleri sergilenmekte, ikinci alanda Aztek kakaolu içeceği “Xocoatl”ın tarifi, çikolatanın Aztek ve Maya gibi eski Latin Amerika kültürü açısından önemini anlatan eserlere yer verilmektedir. Devamında ise çikolatanın tarihi ile sanat ve fırıncılık üzerindeki etkisine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Çikolatanın tarihi ve endüstriyel üretiminin görsel-işitsel sunumuna geniş bir bölüm ayrılmıştır. Kurutulmuş kakao çekirdeklerinin öğütülmesinden çikolata kalıplarına kadar farklı üretim süreçlerini gösteren makineler sergilenmektedir. Düzenli olarak çikolata konusunda etkinlikler, turlar ve atölyeler organize edilmektedir. Ayrıca müzenin girişinde her türlü çikolata çeşidinin satışa sunulduğu bir mağaza bulunmaktadır (İnternet 26, 2020).



Resim 3.32. Çikolata Müzesi Sergi Alanı (www.getyourguide.com, 2020)



Resim 3.33. Çikolata Müzesi'nde Sergilenen Çikolata Dekorları (www.tripadvisor.com.tr, 2020)

Haribo Candy Museum (Musée du Bonbon Haribo) (Fransa): Bu müze Haribo markalı şekerlerin tarihi ve üretimine odaklanan bir müze-mağazadır. 1996 yılında kurulmuş olup her yıl ortalama 300.000 kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Uzès (Gard) kenti yakınlarında “Pont des Charrettes” olarak ifade edilen bir bölgede bulunmaktadır. Eğlenceli ve eğitici bir güzergâha sahip olan müze çocukların ziyaret boyunca üretime ilgi duymasını sağlamaktadır. Kurucusu Hans Riegel’in çalışmaları aracılığıyla şekerlemelerin üretim süreçleri sergilenmektedir (İnternet 27, 2020).



Resim 3.34. Haribo Şeker Müzesi Sergi Alanı (www.museedupaysduder.com)



Resim 3.35. Haribo Şeker Müzesi Sergi Alanı (www.museedupaysduder.com)

3.3.10. Diğer Müzeler

Dünyanın farklı ülkelerinde çeşitli temalara sahip ve sayı açısından da sınırlı olan gastronomi müzeleri, yukarıda belirtilen temalar dâhiline alınmadığından diğer müzeler başlığı altında incelenmiştir. Bu başlık altında gastronomi alanıyla ilgili birçok farklı tema

ve ürün bazlı müze bulunmaktadır. Bunlara Amerika’da bulunan, Wyandot Popcorn Museum, Tabasco Museum, International Vinegar Museum, Almanya’da bulunan Spice Museum, Hamburg, Hallors and Saline Museum ve İtalya’da bulunan Museo dell’anguilla (Eel museum), Balsamic Vinegar Museum gibi örnekler verilebilir (Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021:174).

Food Additives Museum (Almanya): Alman Gıda Katkı Maddeleri Müzesi’nde günlük olarak tüketilen birçok yiyeceğe eklenen farklı kimyasal maddeler sergilenmektedir. Müze farklı türdeki katkı maddeleri, bu maddelerin kullanım amaçları, üretim süreçleri, risk ve yan etkileri hakkında ziyaretçilere bilgi vermek amacıyla Hamburg Gıda Vakfı tarafından 2008 yılında kurulmuştur (İnternet 28, 2020).



Resim 3.36. Gıda Katkı Maddeleri Müzesi Sergi Alanı (www.atlasobscura.com, 2020)



Resim 3.37. Gıda Katkı Maddeleri Müzesi Sergi Alanı (www.atlasobscura.com, 2020)

Gourmet Museum and Library (Belçika): Belçika'nın Liège eyaletindeki Hermalle-sous-Huy'da yer alan Gurme Müzesi ve Kütüphanesi, gastronomi tarihine adanmış bir müzedir. Belçika'daki en önemli yiyecek ve içecek kitaplarını içeren bir koleksiyona sahip olmasının yanı sıra Avrupa'daki en büyük yirmi kütüphaneden biridir. Avrupa ve özellikle Belçika sofrası sanatı ve tütün ürünleri hakkında bilgiler sunmaktadır. Konulara göre biyografiler, tarih, yemek tarifleri, aşçılık, çocuk aşçılık, diyetetik, vejetaryenlik, veganlık, ev ekonomisi, sosyoloji ve yemek kimyası gibi sınıflandırılmalar yapılmıştır. Müzede 17. yüzyılın otantik gastronomi nesneleri, orijinal resimler, mobilyalar ve başyapıt eserleri sergilenmektedir (İnternet 29, 2020).



Resim 3.38. Gurme Müzesi ve Kütüphanesi (www.liegetourisme.be, 2020)



Resim 3.39. Gurme Müzesi ve Kütüphanesi (www.shanghailiving.com, 2020)

3.4. Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri

Türkiye iklim koşulları, coğrafi konumu, yedi farklı bölgeden oluşması, tarım ürünlerindeki çeşitliliği ve birçok medeniyeti bünyesinde barındırmış olması nedeniyle değerli gastronomik öğelere sahiptir. Hızlı bir şekilde gelişim gösteren gastronomi turizmi, yerel ürünlerin koruma altına alınarak sürdürülebilirliğini sağlama gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca gastronomi turizminin gelişimi ardından ülkeler, kendilerine ait gastronomik öğeleri ve yöresel gıdaları ön plana çıkararak turistleri bu turizm türüne teşvik etmektedir. Dünyadaki birçok ülkede ve Türkiye’de gastronomi turizminin ekonomik faydalarından yararlanmak amacıyla gastronomik öğelerin değeri göz önüne alınarak kullanılmaktadır. Türkiye’de gastronomi alanında açılan müzeler, gastronomi turizminin gelişim gösterdiğini kanıtlar niteliktedir. Türkiye’de kurulan gastronomi müzelerinde geçmiş dönemlerde kullanılan mutfak araç gereçleri, yöreye ait gıdalar, üretim alanları ve öğeleri sergilenmektedir (Birdir, Akyürek ve Kızılcık,2018:616; Ağcakaya ve Can, 2019: 822-823).

Türkiye’deki gastronomi müzelerinin sergilenme şekillerinin incelendiği bir araştırmada, müzelerin genelinde durağan sergilenme şekilleri kullanırlarken, yalnızca üç tanesinde dinamik sergilenme şekillerinin kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Müzeler mekânsal açıdan incelendiğinde, tarihi konakların restore edilerek müzeye dönüştürüldüğü, zeytinyağı ve çikolata müzelerinin ise üretim süreci devam eden fabrikalar içerisinde olduğu sonucu çıkarılmıştır. Ayrıca çalışmada ziyaret edilen müzeler içerisinde sadece üç tanesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı özel müze statüsünde olduğu, diğer müzelerin ise özel girişim, kamu ve kurumları ve sivil toplum örgütleri tarafından kurulan müzeler olduğu ifade edilmektedir (Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1227).

Tripadvisor seyahat sitesi üzerinden ziyaretçiler tarafından gastronomi müzelerine yönelik yapılan yorumların incelendiği bir çalışmada Türkiye’de bulunan gastronomi müzeleri hakkında 414 yoruma ulaşılmıştır. Bu yorumlara yüzdelik dağılım üzerinden puan türlerine göre (berbat, kötü, ortalama, çok iyi ve mükemmel) bakıldığında yorum yapan ziyaretçilerin neredeyse yarısının mükemmel (%48), büyük bir çoğunluğunun çok iyi (%33), ziyaret edenlerin küçük bir kısmının ise kötü (%4) ve berbat (%2) şeklinde puanlamalar yaptığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Türkiye’de bulunan gastronomi

müzelerini ziyaret eden insanların memnuniyet oranının yüksek seviyelerde olduğu ifade edilmiştir (Birdir, Akyürek ve Kızılcık, 2018:622).

Gastronomi turizmine olan ilginin artması ve konseptiyle diğer müze türleri arasında öne çıkan gastronomi müzeleri sayıca artarak gastronomi turizmine arz kaynağı oluşturmuştur. Türkiye’deki tüm gastronomi müzeleri 2001 yılından itibaren kurulmaya başlamış ve giderek sayıları artmıştır. Gastronomi müzeleri sayısının 2010 yılından sonra fark edilir bir artış göstermesi gastronomi turizmine olan talebin arttığını kanıtlar niteliktedir. Türkiye’deki gastronomi müzelerinin faaliyet alanlarına bakıldığında birinci sırada zeytin ve zeytinyağı müzelerinin, ikinci sırada ise yemek kültürüne dayalı müzelerin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca arıcılık ve bağcılık müzeleri açısından önemli bir kapasite ve potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür (Şahin ve Aydın, 2017:183-184).

Türkiye’de farklı illerde tarihi mutfak araç gereçleri ile yörenin özelliklerini taşıyan belirli bir bölgeye ait yemekler gibi gastronomi unsurları sergileyen ve turizme katkı sağlamak amacıyla kurulan gastronomi müzeleri bulunmaktadır. Bu müzeler yiyeceklerin üretim ve hazırlık sürecini, mutfak tasarımlarını, yerleşim tarzlarını ve bölgenin yöreye özgü mutfak kültürünü yansıtmaktadır. Müzeler genellikle bölge için öneme sahip olan ya da tarihi bir etkinliğe ev sahipliği yapmış yapılarda yer almaktadır. Bu yapılar bulundukları yer, önem ve mimarisine uygun olarak koruma altına alınması gereken ev, konak ve köşk gibi mekânlardır. Genel olarak yöresel eserlerin sergilendiği bu mekânlarda, mutfak kültürü araç gereçleri ve yöreye ait bazı özel yiyecekler sergilenmektedir (Sormaz ve Güneş, 2016:28).

Türkiye’deki gastronomi müzelerinin birçoğu, ticaret odaları, belediyeler ve muhtarlıklar gibi yerel yönetimlerin özel girişimleri sayesinde açılmıştır. Gastronomi müzeleri, mali destek sağlayan farklı kurumlardan yararlanarak fon kaynaklarını sağlamaktadırlar. Genel olarak bakıldığında gastronomi müzelerinin kuruldukları yörenin mutfak kültürünü yansıtmak veya yöreye özgü üretilen bir ürünün üretim süreçlerini sergilemek ve bu konu hakkında bilgi sunmak amacıyla kurulduğu görülmektedir. Özel işletmeler tarafından kurulan müzelerin web sitelerini değerlendirme amacıyla bakıldığında genellikle ticari amaç güderek kuruldukları ve bir pazarlama taktiği olarak kullanıldığı sonucuna varılmaktadır. Bu tür müzelerin örnek olarak şarap müzeleri, zeytinyağı müzeleri ve peynir müzeleri verilebilir (Akyürek ve Erdem, 2019:28).

Gastronomi amacıyla seyahat eden turistler ziyaret ettikleri yörelerin mutfak tarihi, gelenekleri ve yöntemleri ile ilgili bilgi edinebilmek için gastronomi müzelerine ihtiyaç duymakta ve talep etmektedirler. Türkiye’de Balıkesir Çanakkale ve İzmir illerinde zeytinyağı müzeleri bulunurken, Tekirdağ’da şarap müzesi, Şanlıurfa, Gaziantep ve Hatay’da ise yöresel mutfak ile ilgili müzeler yer almaktadır. Gastronomi turizminin geliştirilebilmesine imkân sağlayan en önemli noktalardan birisi de yöre halkının yerel ürünleri sahiplenmesidir. Yerel halk mutfak kültürünün tanıtımını ve sürdürülebilirliğini gastronomi etkinlikleri, şenlikler ve festivaller düzenleyerek sağlamaktadır. Ayrıca bu etkinlikler gastronomi turizmi amacı ile yöreye gelen turistlerin yerel halk ile bir araya gelerek yerel kültürü yaşayabilecekleri bir faaliyet oluşturmaktadır (Çağlı, 2012:30-33).

Dünyada ve Türkiye’de bulunan gastronomi müzeleri 4 başlık altında kategorize edilmektedir. Tarım odaklı gastronomi müzeleri; tarım ürünleri, tarımsal ürün ekipman ve araçlarından oluşmaktadır. İçecek odaklı gastronomi müzeleri; ziyaretçilere özellikle şarap üretimi hakkında bilgiler sunan, aynı zamanda çay, kahve, elma suyu, gibi içeceklerin üretim süreci, paketlenmesi ve depolanması aşamaları ile ilgili bilgi vermektedir. Mutfak kültürü odaklı gastronomi müzeleri; bulundukları yörenin mutfağını yansıtmaktadır. Üretim alanlarına odaklanan gastronomi müzeleri ise zeytinyağı fabrikaları gibi yiyecek ve içecek üretim alanlarının müzelere dönüştürülmesi ile oluşmaktadır (Miral-Çavdırılı ve Adan-Gök, 2020:2245).

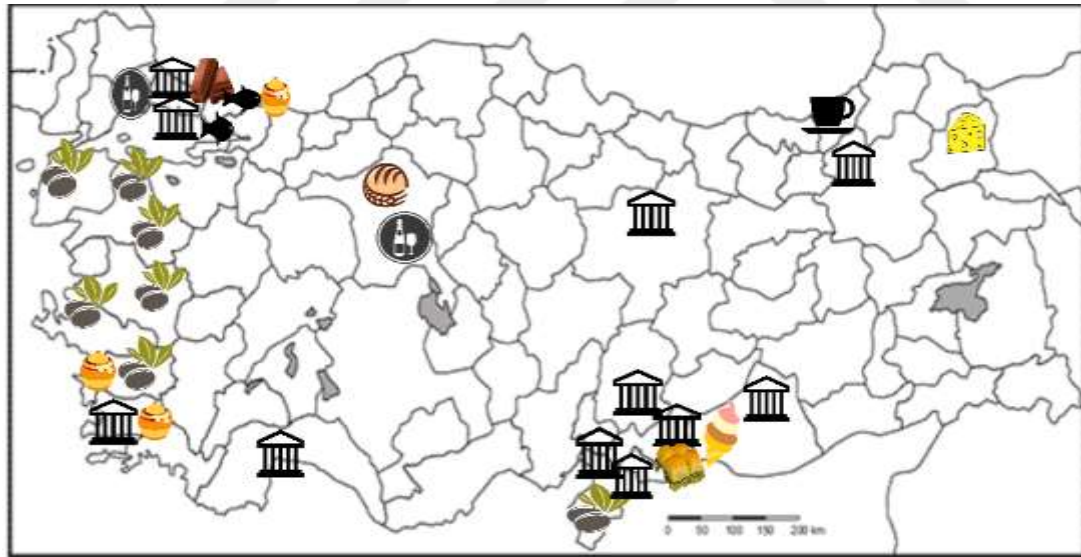
Çizelge 3.2. Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

Sıra No	Tema	Şehir	Müze Adı
1	Mutfak Kültürü	İstanbul	MSA Gastronomi Müzesi
2	Mutfak Kültürü	İstanbul	Türk Lezzet Müzesi
3	Çikolata	İstanbul	Pelit Çikolata Müzesi
4	Balık	İstanbul	İstanbul Balık Müzesi
5	Balık	İstanbul	Balıkçı Kenan Balık Müzesi
6	Arıcılık	İstanbul	Polenezköy Arıcılık Müzesi
7	Ekmek	Ankara	Ankara Ekmek Müzesi
8	Şarap	Ankara	Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı
9	Zeytinyağı	İzmir	Köstem Zeytinyağı Müzesi
10	Zeytin ve Zeytinyağı	Aydın	Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi
11	Arıcılık	Aydın	Çine Arıcılık Müzesi
12	Mutfak Kültürü	Muğla	Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi
13	Bal	Muğla	Marmaris Bal Evi Müzesi
14	Arıcılık	Muğla	Özel Muğla Arıcılık Müzesi
15	Zeytinyağı	Balıkesir	Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi

Çizelge 3.2. (devam) Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri ve Temaları

16	Zeytinyağı	Balıkesir	Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi
17	Mutfak Kültürü	Hatay	Hatay Gastronomi Evi
18	Zeytin	Hatay	Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi
19	Mutfak Kültürü	Hatay	Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi
20	Mutfak Kültürü	Gaziantep	Emine Göğüş Mutfak Müzesi
21	Baklava	Gaziantep	Baklava Müzesi
22	Mutfak Kültürü	Kahramanmaraş	Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi
23	Dondurma	Kahramanmaraş	Dondurma Müzesi
24	Mutfak Kültürü	Şanlıurfa	Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi
25	Mutfak Kültürü	Erzurum	Erzurum Evleri
26	Mutfak Kültürü	Antalya	İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi
27	Şarap	Tekirdağ	Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi
28	Zeytinyağı	Çanakkale	Adatepe Zeytinyağı Müzesi
29	Çay	Rize	ÇAYKUR Müzesi
30	Peynir	Kars	Ekomüze Zavot Peynir Müzesi
31	Zeytin	Manisa	EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi
32	Mutfak Kültürü	Sivas	Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi

Kaynak: Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:220; Akyürek ve Erdem, 2019:24; Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1213; Mankan, 2017b:643; Sezen, 2018:267-276; Ağcakaya ve Can, 2019:825; Birdir, Akyürek ve Kızılcık, 2018:616-617.



-  Mutfak Kültürü Temalı Müzeler
-  Çikolata Temalı Müzeler
-  Balık Temalı Müzeler
-  Arıcılık ve Bal Temalı Müzeler
-  Ekmek Temalı Müzeler
-  Şarap Temalı Müzeler
-  Zeytin ve Zeytinyağı Temalı Müzeler
-  Baklava Temalı Müzeler
-  Peynir Temalı Müzeler
-  Dondurma Temalı Müzeler
-  Çay temalı Müzeler

Harita 3.1. Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri

3.4.1. MSA Gastronomi Müzesi (İstanbul)

Gastronomi eğitimi veren özel bir kuruluş olan Mutfak Sanatları Akademisi (MSA) içerisinde bulunan müze MSA'nın kurucusu olan Mehmet Aksel tarafından İstanbul'da kurulmuştur. Müze içerisinde 2000'i aşkın eser sergilenmektedir. Bu eserler Osmanlı'nın son dönemlerinden Cumhuriyet'in ilk ve orta dönemlerine kadar uzanan tarihe tanıklık etmiş öğelerden oluşmaktadır. Bu müzede aşçılık ve pastacılık araç gereçleri, şeker kalıpları, eski sahanlar, pirinç kahve değirmenleri, içecek (bira, rakı, içki, su ve gazlı içecekler) şişeleri, teneke yağ kutuları, şekerleme ve sakız paketleri, temizlik malzemeleri, cumhuriyet dönemi bakkaliye malzemeleri ve mutfak ile ilgili farklı araç gereç sergilenmektedir. Aynı zamanda mutfak sektörünün sanayisine ve tarihine ışık tutan eserleri bünyesinde barındırmaktadır (Sezen, 2018:276).



Resim 3.40. MSA Gastronomi Müzesi (<https://msa.com.tr/muze>, 2020)



Resim 3.41. MSA Gastronomi Müzesi (<https://msa.com.tr/muze>, 2020)

3.4.2. Türk Lezzet Müzesi (İstanbul)

Anadolu yemeklerini ve Türk Mutfağını tanıtmak amacıyla 1.5 yıllık araştırma ve planlama dönemi sonrasında 2016 yılında kurulmuştur. Türk yemeklerine emek vermiş yöresel lokanta markaları ve her yörenin kaliteli aynı zamanda lezzetli ürünlerini satan dükkânlar müze anlayışı ile büyük bir platform altında bir araya getirilmiştir. Türk Lezzet Müzesi, İstanbul'da 42 Maslak'ta açılmıştır. Türk Mutfak kültürüne özgün, kaliteli ve lezzetli ürünleri deneyimleme ve satın alabilme imkânı sunmaktadır. 81 ilden binlerce yiyecek ve içeceği bu müzede bulmak mümkündür. Tek katta 6.600 m² alan içerisinde Türkiye'nin farklı bölgelerine ait 36 adet lokanta ve dükkân, toplam 1.800 kişilik genel alan oturma kapasitesi ve 600 kişilik açık oturma alanına sahiptir (İnternet 30, 2020).



Resim 3.42. Türk Lezzet Müzesi (<http://turklezzetmuzesi.com/tr/>, 2020)



Resim 3.43. Türk Lezzet Müzesi (<http://turklezzetmuzesi.com/tr/>, 2020)

3.4.3. Pelit Çikolata Müzesi (İstanbul)

1957 yılından itibaren çikolata üretimi ile ilgilenen Pelit ailesi, çikolatayı sanata dönüştürmek amacıyla Pelit Çikolata Müzesini 2004 yılında kurmuştur. Çikolatanın sanat, sanatın ise tutku olduğu misyonuyla kurulan dünyanın sayılı Türkiye'nin ise ilk çikolata müzesidir. Bu vizyon ile müze, Türk İslam sanat eserlerini, dünyanın önemli başyapıtlarını, masal kahramanları, ünlü sanatçıları ve şelaleleri tamamını çikolatadan bir şahesere dönüştürerek çikolata eserlerini ziyaretçilerine sunmaktadır. Müzede toplamda 5 adet salon bulunmaktadır (Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:227). Bu salonlar:

Ana salon: Gerçek boyutlarda çikolata ev, Çikolata şelalesi, Nuh'un Gemisi, çikolatanın tarihini anlatan çizelgeler ve çikolata masalları yer almaktadır.

İstanbul salonu: Kız Kulesi, Galata Kulesi, Sultan Ahmet Cami ve Boğaz Köprüsü gibi İstanbul'u temsil eden birçok tarihi yapıt çikolatayla buluşturularak sergilenmektedir.

Türk büyükleri salonu: Fatih Sultan Mehmet, Türk tarihine damga vuran Atatürk, Osman Gazi ve birçok liderin çikolatadan büstleri bulunmaktadır.

Sanatçılar salonu: Pablo Picasso'nun tablosu, dünya sanatına yön veren sanatçı ve eserlerden, Osman Hamdi Bey'in ünlü tablosu Kaplumbağa Terbiyecisi'ne kadar birçok farklı eser çikolatadan yapılmış ürünler halinde sunulmaktadır.

Medeniyetler salonu: Dünya tarihinde yer alan Antik Yunan, Hitit, Bizans, Osmanlı devlet ve milletlerini temsil eden tablolar yer almaktadır (İnternet 31, 2020).



Resim 3.44. Pelit Çikolata Müzesi (www.peliticikolatamuzesi.com, 2020)



Resim 3.45. Pelit Çikolata Müzesi (<https://seyyahdefteri.com/>, 2020)

3.4.4. Balık Müzesi (İstanbul)

İstanbul'un Fatih ilçesinde yer alan Balık Müzesinde 450'den fazla balık türü sergilenmektedir. Fatih'teki Kocamustafapaşa Su Ürünleri Kooperatifi'nin içinde gizli kalmış 'Balık Müzesi', kooperatifin eski başkanı Haydar Deniz tarafından 1991 yılında 15 balık türüyle başlayıp 1994 yılında kurulmuştur. 40 metrekarelik bir alan içerisinde bulunan bu küçük müzede 450'den fazla balık türü, akvaryum ve kavanozlarda özel bir sıvının içinde korunmaktadır. Buradaki türlerin pek çoğu bilinçsiz avlanma ve çevre kirliliği gibi farklı nedenlerden dolayı denizlerde nesli tükenmiş durumdadır. Marmara, Akdeniz, Karadeniz ve Ege'de tutulmuş balıkların bulunduğu kavanozlarda türlerin isimlerinin yazıldığı, hangi tarihte ve nerede tutulduğunu belirten etiketler bulunmaktadır. İçerisinde 1960 yılında tutulmuş balıkları bile barındıran bu müzedeki deniz canlıları, bugüne kadar başarıyla korunmuştur. Sergilenen balıklar arasında 52 yıl önce tutulmuş bir kurbağa ve çizgili hani

balığı, 1970 yılında yakalanmış bir eşkina balığı ve 1973 yılında tutulmuş bir öksüz balığı da sergilenmektedir. Bu müzede balık türlerinin yanı sıra denizkestanesi kabukları, mercanlar, kaplumbağalar ve denizyıldızları da sergilenmektedir. Halk tarafından fazla bilinmeyen Balık Müzesinin az sayıda ziyaretçisi bulunmaktadır (İnternet 32, 2021; Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018: 230).



Resim 3.46. Balık Müzesi (www.haberturk.com, 2021)



Resim 3.47. Balık Müzesi (www.cnnturk.com, 2021)

3.4.5. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi (İstanbul)

Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi Beylikdüzü Yaşam Vadisi Tesislerinde bulunmaktadır. Müzede devasa büyüklükte vatoz, köpek balıkları ve orkinoslar gibi balıklar ve mumyalanmış binlerce deniz canlısı sergilenmektedir. 1500'ün üzerinde deniz canlısı ve malzemenin bulunduğu müze ücretsiz olarak hizmet vermektedir (İnternet 33, 2021).

Dünyada ilk, Türkiye'de tek olma özelliğini taşıyan müze 50 yıl balıkla uğraşan ünlü Balıkçı Kenan emekleriyle kurulmuştur. İçerisinde Türkiye'nin denizlerinde yer alan canlıların büyük çoğunluğu bulunmaktadır. Hamsiden 1.2 ton ağırlığındaki büyük balıklara kadar her şey müzede sergilenmektedir. Sergilenen balıkların toplam ağırlığının 41 tondan fazla olduğu söylenmektedir (İnternet 34, 2021).



Resim 3.48. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi (<http://balikmuzesi.com/>)



Resim 3.49. Balıkçı Kenan Türkiye Deniz Canlıları Müzesi (www.iha.com.tr)

3.4.6. Polenezköy Arıcılık Müzesi (İstanbul)

39 yıl arıcılık yapan Kemal Sayal, yıllar içinde biriktirdiği tecrübelerini Polenezköy'de 2004 yılında kurduğu Arıcılık Müzesi ile ziyaretçilerine sunmaktadır. Müzenin kuruluş amacı; balın oluşumunu, arının biyolojisini, balın insanlara ve dünyaya sağladığı yararları aktarmaktır. Türkiye'de ilk olan müzede bal süzme makinesi, ana arı ızgarası ve bıçağı gibi arıcılık ekipmanları sergilenmektedir. Arıcıların kovanlara girerken arı saldırılarından

korunmak için giydikleri özel kumaştan yapılan; tulum, maske ve eldivenden oluşan kostüm ise müzenin en ilgi gören parçasıdır. Müzede ayrıca arı hücreleri, çiçek polenleri ve peteğin oluşum aşamalarını yansıtan kovanlar da bulunmaktadır. Balın üretim safhasını aktarmak için sergilenen bu ürünlerin hepsinin altında, kullanım şekilleriyle ilgili kısa bilgiler bulunmaktadır. Ayrıca müzede polen kapağı, saf bal mumu ve Almanya'dan getirilmiş ve arıcılıkta kullanılan özel ekipmanlarda sergilenmektedir (İnternet 35, 2006). Müzenin satış alanında organik bal, polen üretimi propolis ari sütü, bal mumu, güzellik kremleri, kovan temini, ıslah edilmiş munis ana arı üretimi ve satışı mevcuttur (İnternet 36, 2021).



Resim 3.50. Polonezköy Arıcılık Müzesi (www.polonezkoy.biz, 2021)



Resim 3.51. Polonezköy Arıcılık Müzesi Dış Görünümü (www.polonezkoy.biz, 2021)

3.4.7. Ankara Ekmek Müzesi (Ankara)

Ankara'nın Yenimahalle ilçesinde bulunan müze Ankara Büyükşehir Belediye bünyesinde bulunan Ankara Halk Ekmek Kurumu aracılığıyla 2007 yılında kurulmuştur. Farklı bir konsept sunan müzenin amacı; toprağa ekilen ve tohumdan sofraya kadar uzanan bir ekmeğin yapım aşamaları geçmişten bu zamana kadar olan süreçte ekmek yapımında kullanılan araç ve gereçleri sunmaktadır. Dünyada birçok ülkede örneği bulunan Ankara Ekmek Müzesi, Türkiye'de bu temada açılmış ilk müze olma özelliğine sahiptir (İnternet 37, 2021). "Ankara Halk Ekmek" aracılığıyla gerçekleştirilen bu proje, ziyaretçilere ekmek ve ekmek kültürü ve ekmek yapımında yaşanan teknolojik gelişmeleri sunmaktadır. Müzede sergilenen ürünler dört ana başlık altında sıralanmıştır. Bunlar:

- Müzede tarla ekimiyle ilgili olarak: Dızgara, dizel, pulluk, karasaban,
- Hasat zamanıyla ilgili olarak: Tırmık, düven, orak, sap çekme aleti, anadut, buğday küreği, yaba, sepet, dirgen, ekmek selesi, sepet, tırpan, çuval, sepet, kağrı, un teknesi, yağ saklama kabı, bakır sini
- Günlük yaşamla ilgili olarak; Beze teknesi, bacalı küp, bakraç ve saklama kapları, buğday ve bulgur kırma merdanesi, un deposu, selektör, çekiç demiri, çift kulplu testi ve örs, dibek, dibek topuzu, dibek ve tokmağı, ekmek sacı, hakla, fırın küreği, gaz lambası,
- Ekmek üretimiyle ilgili olarak: Tekli hamur açma tahtası, hamur açma tahtası, ekmek tekneleri, kaşıklık, su matarası, taş el değirmeni, havan, sap gerdirme halkası, kirman, kile, küp, maşa ve ateş karıştırıcı, sap pençesi, süt süzeği, yayık ve yayık yayma sopası gibi malzemelerin birer örneği sergilenmektedir (İnternet 38, 2021).



Resim 3.52. Ankara Ekmek Müzesi (www.ankarahalkekmek.com.tr, 2021)



Resim 3.53. Ankara Ekmek Müzesi (www.ankarahalkekmek.com.tr, 2021)

3.4.8. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı (Ankara)

Atatürk Orman Çiftliği'nde bulunan şarap fabrikası restore edilerek 6 Mayıs 2010 tarihinde müzeye dönüştürülmüştür. Müzenin bulunduğu bina, şarapçılığın Türkiye'de büyümesi amacıyla 1925 yılında Atatürk önderliğinde kurulan ilk şarap fabrikaları arasındadır. 24 Kasım 2010 tarihinde Özel Müze statüsüne giren bu müze, çok özel ve çok önemli eserleri bünyesinde barındırmaktadır. Sergilenen parçalar arasında, çiftlikte kullanılan ilk dondurma yapım makinası, şişeleme makinaları, eski fiçiler, eski tarım aletleri, eski veteriner aletleri ve çeşitli ekipmanlar bulunmaktadır. Müze Atatürk Orman Çiftliği'nin kurumsal hafızasını gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak, geçmişte kullanılan makine ve ekipmanları sergilemek, geçmişten bugüne kalan manevi yapıyı korumak, sergi, sunum, yarışma gibi

çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmak misyonunu benimsemektedir. Ayrıca müzede çok önemli bir fotoğraf sergisi de yer almaktadır (İnternet 39, 2021).



Resim 3.54. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı (www.aoc.gov.tr, 2021)



Resim 3.55. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı (www.aoc.gov.tr, 2021)

3.4.9. Köstem Zeytinyağı Müzesi (İzmir)

Köstem Zeytinyağı Müzesi İzmir'in Urla ilçesinin Uzunkuyu mevkiinde yer almaktadır. Yapımına 2002 yılında başlanmış, 2019 yılında pek çok bölümü tamamlanmış olmakla birlikte bazı bölümlerin yapım ve inşası halen sürmekte olan dünyanın en büyük zeytinyağı müzesidir. Müzede 20 bin metrekare toplam alan ve bu alan içerisinde 5 bin 650 metrekare kapalı alan mevcuttur. Aslında teknoloji müzesi olduğunu söylemek mümkündür. Koç müzesinden ikinci sanayi temasında yer alan müzedir. Köstem Zeytinyağı Müzesi, Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı'na aittir. Ayrıca bu vakfa ait Köstem Organik Çiftlik'i yer almaktadır. Müze bahçesinin peyzajı planlanırken bir arberatum yaratma mantığı

içerisinde 500'den fazla bölgede yetiştirilebilen ağaç türünün müze bahçesine dikimi gerçekleştirilmiştir. Köstem Zeytinyağı Müzesi şu bölümlerden oluşmaktadır: Zeytinyağı Teknoloji Müzesi, zeytin ve zeytinyağı kültürü bölümleri, Sabun ve Hijyen Müzesi, çeşitli büyüklükte 4 adet toplantı salonu, ahşap ve seramik atölyeleri, modern zeytinyağı deposu, modern zeytinyağı fabrikası, çocuk oyun salonları bulunmaktadır. Ayrıca yerel zeytin, zeytinyağı, şarap, peynir vb. işletmelerinin ürünlerinin satıldığı satış dükkânı, müze restoran ve Bistam Cafe, çocuklar için tarım eğitimi bahçesi ve zeytin koleksiyon bahçesi yer almaktadır. Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde Türkiye'deki geçmişten bu güne kullanılmış olan zeytinyağı üretim teknikleri ve zeytinyağı üretim süreçlerini anlatan görseller sergilenmektedir (Miral-Çavdırılı ve Adan-Gök, 2020:2245; İnternet 40, 2021).



Resim 3.56. Köstem Zeytinyağı Müzesi (www.gastronomiturkey.com, 2019)



Resim 3.57. Köstem Zeytinyağı Müzesi (www.turkascihaberleri.com, 2021)

3.4.10. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (Aydın)

Aydın Kuşadası'nda bulunan Oleatrium Müzesi 2011 yılının Mayıs ayında “Oleatrium Sergi Salonu” adıyla hizmete açılmıştır. Zeytin avlusu anlamına gelen Oleatrium ismi Latince'den gelmektedir. Daha sonra 2012 yılında TC Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özel müze statüsü verilmiştir. Müze, alanı, içeriği ve koleksiyon zenginliği ile Türkiye ve Avrupa'nın en büyük zeytin ve zeytinyağı müzesi olarak kabul edilmektedir. Müze 3.000 m² alan içerisinde dış bahçe, iç bahçe ve müze binasından oluşmaktadır. Müzede dönemleri ve süreçleri daha iyi göstermek için hiper gerçekçi silikon insan figürü heykeltıraşları ve modelleri de bulunmaktadır. Müzede dönemlere ait yüzlerce zeytinyağı üretim ekipmanının çoğu çalışır durumda sergilenmektedir. Bu özelliği ile Oleatrium Müzesi dünyadaki benzer müze ve sergi merkezlerinden ayrılmaktadır (Şahin ve Aydın, 2017:187-190). Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi zeytin ve zeytinyağının tarihi gelişim safhalarını gelecek nesillere aktarılması, onları bilgilendirmesi ve eski çağlarda zeytinin zeytinyağına nasıl dönüştürüldüğünün tarihini yaşatmak amacıyla kurulmuştur. Karşılama salonunun sol tarafından başlayarak ters 'U' şeklinde uzatılmış 11 sergi salonu yer almaktadır. Salonlar kemerli geçitler ile birbirine bağlanmıştır. Ayrıca her salonda, farklı dönemlere ait taş sanat eserleri ve objelerin ve pişmiş toprak pithosların sergilendiği avluya açılan bir kapı bulunmaktadır. Müze sergi salonları ile ilgili bilgiler salon numaralarına göre şu şekildedir (Çetin ve Küçükkömürler, 2019:8-9;Şahin ve Aydın, 2017:187-190).

- Salon 1/Arkaik Dönem: Urla-Klazomenai'de Arkaik / İyon Dönemi'ne ait bir zeytinyağı atölyesi maketi sergilenmektedir.
- Salon 2/Geçiş Dönemi: Ayak Yağı Salonu - Her Daim Dönem/Kadim dönem -Arkaik Döneme ait eşyalar yer almaktadır.
- Salon 3/Aydınlatma Bölümü: Bu salonda çok sayıda pişmiş toprak kandil, metal kandil ve diğer metal aydınlatma objeleri sergilenmektedir.
- Salon 4/Roma Dönemi: Gücün daha az kullanılmasını sağlayan “sonsuz dişli” ve sağ külahlı taş zeytin presi olan “trapetum” mekanizmasının zeytinyağı yapım sürecini nasıl kolaylaştırdığı anlatılmaktadır.

- Salon 5/Roma Hamamı ve Sabun İmalatı Bölümü: Sergi zeytinyağının sabun olarak nasıl kullanıldığını, sabunun nasıl yapıldığını ve çeşitli sabun türlerinden örnekler sergilemektedir.
- Salon 6/Erken Bizans Dönemi: İnsan gücünün yerini hayvan gücüne bırakma süreci anlatılmaktadır.
- Salon 7/Toplu Sunum: Farklı tipte presler, mengeneler ve yağ filtreleri mevcuttur.
- Salon 8/Geç Bizans/Erken Osmanlı Dönemi: Vidalı pres mekanizması bulunmaktadır.
- Salon 9/Erken Sanayi Dönemi: Dizel ve buhar makineler bulunmaktadır (Makinelerin hepsi çalışır durumdadır)
- Salon 10/Elektrikli Dönem: Elektrik enerjisi ile çalışan geleneksel hidrolik taş pres sistemlerini içermektedir.
- Salon 11/Şaraphane: Şarap üretimi ile ilgili ekipmanlar ve yöntemler sergilenmektedir.



Resim 3.58. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (www.oleatrium.com, 2021)



Resim 3.59. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (www.oleatrium.com, 2021)

3.4.11. Çine Arıcılık Müzesi (Aydın)

Yağcılar Köyü İlköğretim Okulu T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'na Adnan Menderes Üniversitesi'ne tahsis edilmiştir. Okul binasında, Adnan Menderes Üniversitesi Çine Meslek Yüksekokulu için Çine Belediyesi, Adnan Menderes Üniversite Rektörlüğü ve Çine Gelişim Vakfı işbirliğiyle imzalanan protokollerle Çine Arıcılık Müzesi projesi başlatılmıştır. Türkiye'de ilkler arasındayken, arıcılık müzesi kapsamında dünyada 71'inci sırada olan Çine Arıcılık Müzesi 4 Ekim 2010 tarihinde törenle hizmete sunulmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tarafından özel müze statüsünü almıştır. Müzede seminerler, kurslar ve çeşitli eğitimler için kullanılan 40 kişilik eğitim salonu yanı sıra çocuk parkı, kafeterya, resim atölyesi ve Roma ve Türk oyunlarının yer aldığı oyun alanı bulunmaktadır. Müze, Çine Meslek Yüksekokulu, Çine Belediyesi ve Çine Gelişim Vakfı'nın destekleriyle etkinliğine devam etmektedir (İnternet 41, 2021).



Resim 3.60. Çine Arıcılık Müzesi (<https://visitaydin.com>, 2021)



Resim 3.61. Çine Arıcılık Müzesi (<https://aydin.ktb.gov.tr>, 2021)

3.4.12. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi (Muğla)

Muğla ili Marmaris İlçesi'nde yer alan Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi, Mehmet Baysal öncülüğünde Baysal Kurumsal Şirket'i tarafından kültürel mirasın korunması amacıyla kurulmuştur. Doğal çekiciliğiyle ve tarihiyle önemli bir turizm destinasyonu olan Marmaris'in unutulmaya başlamış değerlerinin hatırlatılması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması hedeflenmiştir. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evinin bulunduğu bina, 1937 yılında inşa edilmiş olan üç evin tarihi ve kültürel dokusu bozulmadan restore edilerek birleştirilmesiyle 2016 yılında hizmete sunulmuştur. Bina üç ana kısımdan oluşmaktadır. Binanın giriş katında kaybolan tatlar bölümü ve kaybolan meslekler bölümü yer alırken üst katta kültürel miras bölümü bulunmaktadır (Özgürel ve Karadağ, 2017:1). Kaybolan tatlar bölümünde; Marmaris'e özgü susamlı-ballı kıyam, Marmaris kurabiyesi, kalburabastı, parmak tatlısı ve daha birçok ürün bulunmaktadır. Kaybolan Meslekler Bölümü'nde geçmişte Marmaris'te geçim kaynağı olan ancak günümüzde yok olmaya başlamış meslekler ile ilgili resimler ve araçlar sergilenmektedir. Bu mesleklerden biri olan süngercilik ile ilgili olarak dalgıç kostümü sergilenmektedir. Kültürel Miras Bölümünde Marmaris'in gündelik yaşamından örnekler sunan eski objeler, araç ve gereçler mevcuttur. Ayrıca içerisinde hediyelik eşya satışının yapıldığı Mağaza bölümü de yer almaktadır. Mağaza Bölümünde Marmaris balları (çam, kekik, çiçek) yöreden toplanan çeşitli otlar (kekik, adaçayı, kantaron) ve bu otlardan elde edilen yağlar, Marmaris balıyla üretilen (ballı, keçiyoynuzu, güllü, bademli, yer fıstıklı) farklı aromalarda hazırlanmış akide şekerleri, lokumlar, yörede yetişen meyvelerden hazırlanan reçeller, Marmaris Çam Kolonyası, iğne

oyalı, işlemeli eşarplar, şallar, gömlekler, el yapımı sandaletler, deniz ürünleri gibi ürünler hediyelik olarak satışa sunulmaktadır (İnternet 42, 2021).



Resim 3.62. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi (<https://kapurcuk.com>, 2021)



Resim 3.63. Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi (<https://kapurcuk.com>, 2021)

3.4.13. Marmaris Bal Evi Müzesi (Muğla)

Marmaris'in Osmaniye köyünde çam balını Türkiye'ye ve dünyaya tanıtmak ve turizme kazandırabilmek amacıyla kurulmuştur. Müze açılmadan önce proje için öncelikli olarak Marmaris'in SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Marmaris çam balının turizmden sonra bölge ekonomisinde ilk önceliğe sahip olduğu ifade edilmiştir. Marmaris Bal Evi 2012 yılında hizmete açılmış olup ilk yılında 18 bin ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır. Marmaris Bal Evi; müze bölümü, açık hava müzesi, eğitim birimi, sunum odaları ve satış birimi bölümlerinden oluşmaktadır. Müze yönetimi birçok acente ile protokol imzalayarak yerli ve yabancı turistlerin müzeye ulaşımını arttırmıştır. Gelen

ziyaretçilere farklı dilleri bilen rehberler eşlik etmektedir. Müzeyi turistler haricinde Marmaris ve civarında okuyan öğrenciler de sıklıkla ziyaret etmektedir. Çocuklara eğitimlerle bal tüketiminin artırılması, arı ve balın önemi aşılarmaya çalışılmaktadır. Ziyaretçilere çam balı ile ilgili ve geçmişten günümüze arıcılık hakkında birçok bilgi verilmektedir. Müzenin açık hava bölümünde ise petek sıkma mengenesi, Anadolu’da eski zamanlarda kullanılmış kovanlar (kara kovan, kütük kovan, sepet kovan), camekân kovan içinde canlı arılar, eski arı kovanlığı ve apiterapi kulübesi yer almaktadır (Bekar, Arman ve Sürücü, 2017:472-473).



Resim 3.64. Marmaris Bal Evi (www.marmarisbalevi.com.tr, 2021)



Resim 3.65. Marmaris Bal Evi (www.marmarisbalevi.com.tr, 2021)

3.4.14. Özel Muğla Arıcılık Müzesi (Muğla)

Özel Muğla Arıcılık Müzesi Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği (MAYBİR) aracılığıyla, Muğla arıcılığını ve dünyaca ünlü çam balını öne çıkarmak temel hedefiyle kurulmuştur. Aynı zamanda Muğla arıcılığının kültürünü tanıtmak ve ülkenin kültür turizmini geliştirmek amacına hizmet etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan izinler alınarak Muğla Arıcılık Müzesi 5 Ekim 2010 tarihinden itibaren özel müze statüsünde hizmet vermeye başlamıştır. Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği binasının giriş katı müze olarak restore edilmiştir (İnternet 43, 2021). Girişinin iki yanında arı heykelleri ve insan heykeliyle anlatımı güçlendirilen bir arı bahçesi bulunmaktadır. İç mekânda girişin sağında geleneksel kıyafetleriyle kadın ve erkek heykeli ile satış yer almaktadır. Müzenin sergi alanı iki bölümden oluşan U formunda sağdan sola ilerlemektedir. Müzede arka bölümde vitrin içinde arıcılıkla ilgili kitaplar ve bal mumu eserler, vitrin sonrasında farklı formlarda kovanlar, bal küpleri, kovan yapımı ve kovan demirleri, oğsak, arıcıların yaşamı, kovan taşımacılığı ve bu taşımacılıkta kullanılan nakil araçları, konaklama üniteleri çadır ve baraka, arıcının bal yolculuğunu anlatan aletler, maketler ve heykeller sergilenmektedir. Ön bölümde arı süpürme aletleri, bal hasadı için küçük el aletleri, doğal arı yuvaları ahşaptan destekler üzerinde yer alan altıgen arı kovanı formundaki vitrinlerde yer almaktadır. Ayrıca müzede kütük kovanlarda bal kesimi, arı bakımları, mum sıkma petek ve petek basımı aleti, maket ve heykellerle sergilenmekte ve aydınlatma aletleri, eski ve yeni körükler yer almaktadır. Petek formu vitrinler arasında ise yöredeki arıcıkla ilgili 16. yüzyıla ait belgeler Osmanlıca özgün ve Türkçe açıklamalarıyla sergilenmektedir. Müze duvarlarında ise çeşitli sanatçıların farklı teknik ve formda arı ve bal konulu eserleri yer almaktadır. Müze her yıl 3.000'i aşkın kişi tarafından ziyaret edilmektedir. Sine vizyon gösterimiyle arının bal yolculuğu 50 dakikalık bir belgeselle anlatılmaktadır (Şahin ve Aydın, 2019:58).



Resim 3.66. Özel Muğla Arıcılık Müzesi (www.maybir.org.tr, 2021)



Resim 3.67. Özel Muğla Arıcılık Müzesi (www.maybir.org.tr, 2021)

3.4.15. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi (Balıkesir)

Müze Kaz Dağları'nın Edremit Körfezi'ne bakan eteğinde binlerce yıl öncesine dayanan zeytin ve zeytinyağı kültürünü tanıtmak amacıyla Ertur ailesi tarafından 2005 yılında açılmıştır. Müze, Zeytinli beldesi sınırları içerisindeki Kuruçay Mevkii'nde Edremit-Çanakkale yolunun kenarındaki Midas Zeytinyağı Fabrikası'nın bahçesinde yer almaktadır. Müzede, yakın zamana kadar Evren Ertur'un torunu Sabit Ertur tarafından kullanılan ekipman ile çevreden toplanan aletler tarihsel bir harmoni içinde “eski dönemin tanıkları” olarak sergilenmektedir. Müzede mendil taşı, ahşap pamuklu yağ filtre dolabı, keçi derisinden yağ tulumu, keçi kılından dokunmuş hamur torbaları, camdan yapılmış eski yağ damacanası, zeytinleri ezmek için kullanılan hala çalışır vaziyetteki presler, buhar üreten büyük dede Müderrisoğlu Sabit Bey'in buharlı kazanı, dede Müderris zade Hilmi Efendi'den

kalan madeni pirinç sabun damgaları, Hilmi Efendi'nin 20.yüzyıl başlarında icat ettiği, her biri bir yıkamalık, kâğıt şeklinde “tuvalet cep sabunu”, ve yapılan işin manevi değerini yansıtan Osmanlı Sarayı'ndan gelen takdirname sergilenmektedir. Zeytin ve zeytinyağının kronolojisini bu aletlerle sunulmaktadır (Efe ve diğerleri, 2013:289; Gür, 2017:145).



Resim 3.68. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi (www.sabitertur.com.tr, 2021)



Resim 3.69. Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi (www.sabitertur.com.tr, 2021)

3.4.16. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi (Balıkesir)

Müze, 2012 yılında Ayvalık Belediye Başkanı Bülent Türközen tarafında kurulmuştur. Vakıflar Zeytinyağı Fabrikası olarak uzun yıllar kullanılan bina günümüzde Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi olarak hizmet vermektedir. Belli bir dönemin zeytinyağı üretim tekniğini gösteren müzede eski dönemlere ait araç ve gereçler de sergilenmektedir. Ayvalık

Belediyesi Zeytin Müzesi'nde eski zeytin fabrikasından kalma pek çok eser görmek mümkündür. Zeytin hamuru hazırlamak için kullanılan taş ve bıçaklar, hamuru taşımak için kullanılan arabalar, hamurdan zeytinyağı çıkaran pres makineleri, kara su ile yağı ayrıştırmada kullanılan ekipmanlar ve zeytinyağı üretim teknolojisine ait bir çok ekipman sergilenmektedir. Çağdaş müzecilik anlayışıyla restore edilen müzede bulunan panolarda ise zeytin, zeytinyağı ve sabunun tarihi ve hikâyesi anlatılmaktadır (İnternet 44, 2021).



Resim 3.70. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi (www.otuzbeslik.com, 2021)



Resim 3.71. Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi (www.hurriyet.com.tr, 2021)

3.4.17. UNESCO Hatay Gastronomi Evi (Hatay)

2017 yılında UNESCO tarafından Hatay'ın UNESCO gastronomi ağına dâhil edilmesinin ardından, Hatay Büyükşehir Belediyesi ve kurucu Nazan Savaş'ın iş birliğiyle 2019 yılı Mart ayında yörenin tarih ve kültür zenginliği ile bütünleşmiş lezzetlerini tanıtmak ve korumak

amacıyla UNESCO Hatay Gastronomi Evi açılmıştır. Eski bir Antakya konağı olan Aslanlı ev yeniden tasarlanarak Gastronomi Evi'ne dönüştürülmüştür. Müze içerisinde Roma, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet temalı bölümler yer almaktadır. UNESCO Hatay Gastronomi Evi'nde bir yılda 300 çeşit yemek yapılarak yörenin tarihi ve kültürü yansıtılmaktadır. Tarih boyunca pek çok medeniyetin yaşamış olduğu ve UNESCO tarafından gastronomi şehri ilan edilen Hatay'ın geleneksel ve zengin mutfak kültürünün korunması ve bilimsel çalışmalar ile bölge tarihinin bir kısmına ışık tutması amaçlanmıştır. Evin müze haline dönüştürülmesiyle birlikte tarihsel dokuya, kent kimliğinin tanıtımına ve turizmne yönelik katkılar sağlamıştır (Sormaz ve Güneş, 2016:29; İnternet 45, 2020).



Resim 3.72. UNESCO Hatay Gastronomi Evi (www.haberturk.com, 2020)



Resim 3.73. UNESCO Hatay Gastronomi Evi Dış Görünümü (www.antakyagazetesi.com, 2020)

3.4.18. Altınözü Zeytin Müzesi (Hatay)

Zeytin ve zeytinyağı üretiminde önemli bir konuma sahip olan Hatay’ın Altınözü ilçesinde yer alan müze, 300 yıllık zeytinyağı tesisinin restore edilmesiyle 2017 yılında Altınözü Kaymakamlığı koordinasyonunda, Hatay Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı ile Altınözü Belediyesi ve özel bir vakıf tarafından kurulmuştur. Müzede, zeytin kırılması için kullanılan mengeneler, zeytinyağlarının depolandığı kuyular ve zeytinyağı üretiminde kullanılan geleneksel araç ve gereçler sergilenmektedir. Müzede bulunan sine vizyon odası ile ziyaretçilere zeytin ve zeytinyağı çeşitliliği, üretimi ve tarihi hakkında bilgiler sunulmaktadır. Müzede ilçe ekonomisine katkı sağlamak amacıyla halkın zeytin ve zeytinyağı satışı yapabilmesi için düzenlenen özel bir alan mevcuttur (İnternet 46, 2020).



Resim 3.74. Altınözü Zeytin Müzesi (www.aa.com.tr, 2020)



Resim 3.75. Altınözü Zeytin Müzesi (www.aa.com.tr, 2020)

3.4.19. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (Hatay)

Hatay’da 19.yüzyılda inşa edilmiş olan 2 katlı eski bir Antakya evinin restore edilmesiyle 2012 yılında ziyarete açılmıştır. Hatay’da yetişen ve yetiştirilen tıbbi ve aromatik bitkilerin varlığını koruma altına almak ve bu bitkileri tanıtmak amacıyla kurulmuştur. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesinde tilki üzümü, oğulotu, civanperçemi, meyan kökü, fesleğen, defne, hartlap, erguvan yaprağı, kantaron, hatmi gülü, karabaş otu, ölmez çiçeği, pelin otu, çakşır kökü, taş nanesi, adaçayı, böğürtlen kökü ve ebegümeci, gibi bitkiler sergilenmekte ve bunların dışında Hatay bölgesine ait yüzlerce bitki yer almaktadır. Bitkiler cam kavanozlarda ve el örgüsü sepetlerin içerisinde raflarda ve vitrinlerde sergilenmektedir. Aynı zamanda müzede bitkiler hakkında bilgiler sunan fotoğraflar, belgeler ve bitkilerin hem Türkçe hem de Latince isimleri ile hangi hastalığa iyi geldiği yazılı olan künyeler bulunmaktadır. Müzenin birinci katında bitkiler sergilenirken, ikinci katında fotoğrafları ve video gösterimleri sergilenmektedir (Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1226).

Müzede; nihai ürünler I, nihai ürünler II, nihai ürünler III, nihai ürünler IV ve hülasa olmak üzere toplam beş salon bulunmaktadır. Hülasa salonunda bitkilerden üretilen 47 farklı yağ vitrin içinde ziyaretçilerin ilgisine sunulmaktadır. Nihai Ürünler I Salonunda 49 tür bitki, Nihai Ürünler II Salonunda 35 tür bitki yer alırken Nihai Ürünler III salonunda 22 tür bitki, Nihai ürünler IV Salonunda ise 54 bitki türü sergilenmektedir (Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1226).



Resim 3.76. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (<http://www.hatay.gov.tr>, 2021)



Resim 3.77. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (<http://www.hatay.gov.tr>, 2021)

3.4.20. Emine Göğüş Mutfak Müzesi (Gaziantep)

1905 yılında inşa edilen Kethüaczade Göğüş İbrahim Efendi Konağı, Göğüş Konağı olarak da bilinmektedir. 2008 yılında Gaziantep Belediyesi aracılığıyla restore edilip Emine Göğüş Mutfak Müzesi olarak hizmete açılmıştır. Gaziantep geleneksel mutfak kültürünü yaşatmak, korumak ve tanıtmak amacıyla kurulmuştur. Aynı zamanda Türkiye'nin ilk Turizm ve Tanıtma Bakanı olan Ali İhsan Göğüş'ün doğduğu evdir. Türkiye'de kurulan ilk gastronomi müzesine ev sahipliği yapan Gaziantep zengin geleneksel mutfak kültürü ile UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi alanından gastronomi şehri unvanını alarak Türkiye'yi temsil etmektedir. Müze ocaklık, Gaziantep yemekleri, Gaziantep mutfağı bileşenleri, misafir ağırlama, mutfak ve sofraya eşyaları, saklama depolama aletleri, içecek kültürü, piknik geleneği (Sahre) ve özel gün yemekleri olarak isimlendirilen bölümlerden oluşmaktadır. Bu bölümlerde Gaziantep geleneksel mutfak kültürünü ziyaretçilere tam olarak aktarmak için mutfak araç gereçleri, pişirme, saklama teknikleri ve ekipmanları, geleneksel yemeklerde kullanılan ürünler yöresel kıyafetler giydirilmiş mankenler ve somut ürünler ile görselleştirilmiştir (İnternet 47, 2021; Sormaz ve Güneş, 2016:30; Sezen, 2018:267).



Resim 3.78. Emine Göğüş Mutfak Müzesi (www.kulturportali.gov.tr, 2021)



Resim 3.79. Emine Göğüş Mutfak Müzesi (www.eminegogusmutfakmuzesi.org, 2021)

3.4.21. Baklava Müzesi (Gaziantep)

Gaziantep Kalesi mevkiinde Şekeroğlu Mahallesi'nde yer alan Millet Han'ın üst katında bulunan Baklava Müzesi Dr. Oğuzhan Saygılı tarafından kurulan özel bir müzedir. Hazırlık aşaması 3 yıl süren müze 2018 yılında özel müze statüsüne alınmıştır. Müze Gaziantep baklava kültürünü ve geleneksel baklava yapımını tanıtmak amacıyla kurulmuştur. Müzede geleneksel baklava yapımında kullanılan malzemeler, yapım ekipmanları ve baklava yapımı ile ilgili tablolar sergilenmektedir. Ayrıca müze, ziyaretçilerine geleneksel Gaziantep baklavasının yapımının her aşamasını canlı olarak izleme olanağı sunmaktadır. Baklava yapımı müze içerisinde cam bir duvar ile ayrılarak ziyaretçilerin kolaylıkla izleyebileceği bir alan oluşturulmuştur. Müze duvarlarında baklava ve baklava yapımı hakkında bilgiler veren panolar yer almaktadır (İnternet 48, 2018; Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019a:1225).



Resim 3.80. Baklava Müzesi (www.aa.com.tr, 2018)



Resim 3.81. Baklava Müzesi (www.trthaber.com, 2018)

3.4.22. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi (Kahramanmaraş)

Kahramanmaraş Valilik koordinatörlüğünde DOĞAKA (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı) ve Dulkadiroğlu Belediyesi işbirliğinde Kahramanmaraş'ın tarihi konağı restore edilerek Tematik Uygulamalı Tarihi Mutfak Müzesi hizmete açılmıştır. Müzede zahire alışkanlığını (yiyecek ve hububatların kilerde depolanması) yaşatmak ve Kahramanmaraş'ın zengin mutfak kültürünü geleceğe taşımak amaçlanmıştır. Zahire geleneğine ait bilgiler, kilerde gıdaların muhafaza edilmesine yönelik yöntem ve teknikler, mutfakta yemek hazırlama aşamasına ait detaylar, mutfak ekipmanları ve sofraya düzeni yöreye ait isimleriyle sergilenmektedir. Müzede eserler konak odalarında sergilenirken cansız mankenler ile de mutfak kültürü yansıtılmaya çalışılmıştır. Ayrıca Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi'nde,

Maraş mutfağının geleneksel lezzetlerinin gelecek nesillere aktarılması amacıyla belirli günler misafirlerin tarihi yöresel lezzetlerden ücretsiz olarak tatmalarına olanak sağlanmaktadır. Müzenin en üst katında bulunan Türk toplum mimarisinin en belirgin eserlerinden Cihannüma Seyir Köşkü'nden tarihi kent merkezini seyretmek ziyaretçilere sunulan bir diğer imkândır (İnternet 49, 2021; İnternet 50, 2019).



Resim 3.82. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi (<https://marasavucumda.com>, 2021)



Resim 3.83. Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi (www.tarihikentlerbirligi.org, 2021)

3.4.23. Dondurma Müzesi (Kahramanmaraş)

Dulkadiroğulları Beyliği döneminde inşa edilen ve Osmanlı döneminde onarılan üç katlı Tarihi Kâtip Han Konağı Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilmiş ve dondurma müzesi olarak 2019 yılında hizmete açılmıştır. Müze Kahramanmaraş'ın önemli gastronomi simgeleri arasında bulunan Maraş dondurmasının tanıtımını arttırmak ve bu kültürü koruma altına almak amacıyla kurulmuştur. Tarihi yapı geçmiş dönemlerde sabun

imalathanesi, konut ve han olarak kullanılmıştır. Müze, dondurma yapım salonu, dondurma yapımında kullanılan ekipman ve aletler salonu, farklı dönemlere ait dondurma satış yöntemlerinin anlatıldığı sergileri, doldurulmuş keçileri, Maraş dondurmasının tarihini aktaran bilgi panoları, otantik kafeteryası ve çocuklar için dondurma temalı oyunların bulunduğu salon ile ziyaretçilerine hizmet sunmaktadır (İnternet 51, 2019).



Resim 3.84. Dondurma Müzesi (<https://marasavucumda.com>, 2021)



Resim 3.85. Dondurma Müzesi (<https://kahramanmarassehirrehberi.com>, 2021)

3.4.24. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (Şanlıurfa)

Şanlıurfa Belediyesi Urfa mutfak kültürünü ulusal ve uluslararası alanda tanıtmak amacıyla tarihi Hacıbanlar Evi'ni restore ederek 2011 yılında müze olarak hizmete açmıştır. Müze 5 oda ve içerisinde 2 su kuyusu bulunan büyük avlusu ile tarihi Urfa evlerinin yansıtmaktadır. Odalardan oluşan müzede, her odada farklı bir tema üzerinden eserler sergilenmektedir.

Müze duvarlarında oda temalara göre bilgilendirme panoları bulunmaktadır. Müzenin avlusunda dibek, tokmak, su küpleri ve tel şehriye makinesi gibi geçmiş dönemlere ait eserler yer almaktadır. İlk bölüm olan yemek odasında aile üyelerinin yemek ve sofrada mankenlerle görselleştirilmiştir. Bu bölümde sergilenen eserler; sefer tası, sürahi, abdest ibriği, köfte leğenleri, kaburgalık sahan, bakır araç-gereçler, çirtikli sahan, kazan kebabı tavası, vazolar, lebeniye sahanı, bakır tencere, havan ve toprak kaplar yörenin mutfak kültürünü yansıtmaktadır. İkinci bölüm genellikle yaz aylarında kullanılan eyvan adı verilen odadır. Yazlık eyvan bölümünde, televizyon, radyo, plak çalar, kasetçalar ve yöresel kıyafetleri bulunmaktadır. Ayrıca konak içerisinde kışlık eyvan bulunmaktadır. Üçüncü bölüm olan yaşam odasında hem mutfak araç-gereçleri sergilenmekte hem de mankenlerle içli köfte yapımı tasvir edilmektedir. Dördüncü bölüm zerzembe (Kiler) olarak ifade edilmektedir. Bu odada kışlık yiyeceklerin hazırlanması ve depolanmasında kullanılan araçlar, bıçaklar, su küpü, ayran yayığı, kazan, bakır sahanlar, kahve dibeği, taş dibek, terazi, et tokmağı ve şerbet takımı, hasır sepetler, sürahiler gibi yöre mutfağında kullanılan ekipmanlar ve tahıl ambar deposu yer almaktadır. Son bölüm ise tandır olarak adlandırılan mutfak bölümünden oluşmaktadır. Bu bölümde mutfak araç-gereçleri ve geleneksel Urfa yemek hazırlama yöntemleri mankenler aracılığıyla sergilenmektedir. Ayrıca bu bölümde yöresel yemeklerin unutulmaması amacıyla ev hanımlarına yemek kursu verilen bir mutfak bulunmaktadır (Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019b:107-108; İnternet 52, 2017).



Resim 3.86. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (<https://www.sanliurfa.bel.tr>, 2021)



Resim 3.87. Hacibanlar Evi Mutfak Müzesi (<https://www.sanliurfa.bel.tr>, 2021)

3.4.25. Erzurum Evleri (Erzurum)

Erzurum'un Yakutiye ilçesi Cumhuriyet Caddesi'nde Tarihe tanıklık eden 11 Erzurum evi tek bir çatı altında toplanarak restoran müze olarak 1999 yılında hizmete açılmıştır. Yaklaşık olarak 300 yıllık olan bu tarihi evlerin içerisinde 40 bine yakın antika eser sergilenmektedir. Her biri 80 metrekare büyüklüğünde olan Erzurum evleri mutfak, yatak odası ve oturma salonundan oluşmaktadır. Erzurum evleri Doğu Anadolu'nun soğuk iklimi nedeniyle genellikle iki katlıdır ve zemin katında çoğunlukla kadınların yaşadığı ve yemek pişirdiği tandır evleri bulunmaktadır. Erzurum evlerinde, eski radyolar, dikiş makineleri, tabaklar, tencere, kazan, eski giysiler, teşbihler ve tarım aletleri gibi yörenin kültür yapısını ve mutfağını yansıtan birçok eser yer almaktadır. Erzurum evleri ev mantısı, ekşili yaprak sarma, lor dolması, su böreği, kesme aşısı, kadayıf dolması, ayran aşısı, dut ve pestil çullaması gibi yöreye özgü lezzetleri tarihi yapı içerisinde deneyimleme imkânı sunarak yaşayan bir müzedir. Müze Erzurum evlerinin tarihi dokusunu korumak, Erzurum kültürünü tanıtmak, gelecek nesillere aktarmak ve mutfak kültürünü yaşatmak amacıyla kurulmuştur (İnternet 53, 2016).



Resim 3.88. Erzurum Evleri (www.aa.com.tr, 2016)



Resim 3.89. Erzurum Evleri (http://www.erkurumevleri.com, 2021)

3.4.26. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi (Antalya)

Alanya ilçesinin İncekum Beldesinde Selçuklu mimari yapısına uygun olarak tasarlanan Yörük Müzesi 2012 yılında hizmete açılmıştır. Müze araştırmacı yazar Avukat İsmail Yıldız tarafından Yörük kültürünün korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması, gelecek nesillere aktarılması ve yöre turizmini dört mevsime yayarak kültür turizmine katkı sağlaması amacıyla açılmıştır. Müzede Orta Asya'dan günümüze kadar yörük yaşamında kullanılan araç gereçler ile tarım, hayvancılık, aile yaşantısı, ev yaşamı, kıyafetler ve kullanılan çeşitli eşyalar sergilenmektedir. Müzede sergilenen eserler Alanya ve Toros Dağları'ndaki köylerden toplanması ile bir araya getirilmiştir. Türklerin Orta Asya'dan başlayarak gelen inançları, demirciliği, üzüm sıkması, çiftçiliği, koyun kırpması, zeytin sıkması, çamaşır yıkaması, ev ve aile yaşantısı gibi Yörük kültürünü yansıtan eserler müzede sergilenmektedir (İnternet 54, 2012).



Resim 3.90. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi (www.altso.org.tr, 2012)



Resim 3.91. İnce Kum Kervansaray ve Yörük Müzesi Dış Görünüşü (www.haberler.com, 2012)

3.4.27. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (Tekirdağ)

Tekirdağ'ın Şarköy ilçesine bağlı Mürefte köyündeki Kutman Şaraphanesinin üçüncü kuşak yöneticileri Adnan Kutman ve Cahit Kutman tarafından 2004 yılında kurulan özel bir müzedir. Kutman Ailesinin 1900-1976 yılları arasında yaşadığı evin yanında bulunan Mürefte Müzesi sayılı kalan Rum mimari yapılarından olan bir binada bulunmaktadır. Müzede 1928 yılında yanmış eski konut binasının tekli girişleri, son seksen yıla ait şarap üretim kayıtları, Osmanlı döneminden teraziler, mekanik kırıcı, mekanik sökme makinesi, şıra pompası, tahta presler, salkım ayırma makinaları, çift devirli makinalar, büyük ahşap şarap fiçileri, şişe tıpa makinesi ve tozlu şarap şişeleri sergilenmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer, 2018:225; İnternet 55,2021).



Resim 3.92. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (www.kutmansaraplari.com, 2021)



Resim 3.93. Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (www.kutmansaraplari.com, 2021)

3.4.28. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (Çanakkale)

Çanakkale'nin Ayvacık ilçesine bağlı olan Küçükkuyu köyünde yer alan sabunhane binasının yeniden tasarlanması ile 2001 yılında açılmıştır. Yöre halkı tarafından genellikle “Zeytinyağı Fabrika Müzesi” olarak anılmaktadır. Fabrika-Müze konsepti ile bir taraftan kuru baskı zeytinyağı üretimi yapılırken bir taraftan sabun, zeytin ve zeytinyağı üretimine dair ekipmanlar sergilenmektedir. Müzede saklama kapları, eski zeytinyağı presleri, çeşitli otantik aksesuarlar, taşıma ve zeytin toplama aletleri ziyaretçilerin ilgisine sunulmaktadır. Müzede ziyaretçilerin geleneksel usulde zeytinyağı ve sabun yapım tekniklerini deneyimleyerek öğrenmeleri amacıyla açıklamalı olarak gösterilmektedir. Müzede sergilenen eserler Türkiye'nin çeşitli illerinden ve civar köylerden dikkatle toplanarak koleksiyon haline getirilmiştir. Adatepe Zeytinyağı Müzesi, Türkiye'ye kültür turizmi açısından olumlu katkılar sağlamıştır (Mankan, 2017b:649; Sezen, 2018:272).



Resim 3.94. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (www.kucukkuyurehberim.com, 2021)



Resim 3.95. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (www.adatepe.com, 2021)

3.4.29. ÇAYKUR Çay Müzesi (Rize)

Rize Cumhuriyet Meydanı yanında bulunan 19. Yüzyıla ait olan tarihi iki katlı Rize Evi, Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından yeniden dizayn edilerek müzeye dönüştürülmüştür. Müze çayın eski tarihlerde ve çağdaş olarak nasıl işlendiğini aktarmak amacıyla kurulmuştur. Müzede çay imalatında kullanılan ekipmanlar aracılığıyla çay üretim ve tüketim kültürü sunulmaktadır. Müze iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çayın işleme tekniklerinin sergilendiği çay teknolojisi müzesi yer almaktadır. İkinci bölüm ise çay kültürü müzesi olarak isimlendirilmiştir. Bu bölümde Türkiye’de ve dünyanın diğer çay ülkelerinde çayın içme ve demleme usulleri sergilenmektedir. Aynı zamanda bu bölümde

Türkiye, Fransa, İngiltere gibi dünyada çay tüketiminin yaygın olduğu ülkelerde kullanılan çay demlikleri, semaverler sergilenmektedir (İnternet 56, 2021).



Resim 3.96. ÇAYKUR Çay Müzesi (www.gazeterize.com, 2017)



Resim 3.97. ÇAYKUR Çay Müzesi (www.tutap.com.tr, 2021)

3.4.30. Eko Müze Zavot Peynir Müzesi (Kars/Boğatepeköyü)

Kars'ın Boğatepe köyünde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının destekleriyle kurularak restore edilen mandıra binası Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesi olarak hizmet vermektedir. Diğer bir adıyla Zavot Köyü'nde geleneksel kaşar ve gravyer peynirinin yapımı devam ettirilerek, bu kültürün korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasını amaçlanmaktadır. Rusça Kökenli bir kelime olan Zavot “mandıra, atölye ve bir inek çeşidi” anlamına gelmektedir. 1850 yılında yöreyi ziyaret eden İsviçreliler, bu yörenin flora ve faunasının zenginliğini fark ederek on farklı köyde peynir imalathaneleri kurmuş ve peynir

üretimine büyük katkı sağlamışlardır. 1936 yılında Boğatepe olarak köyün adı değiştirilmiştir. Müzenin bulunan üç bölümünden ilkinde, Kars'ın peynir tarihini anlatmak amacıyla sergilenen resimler ve yazılar bulunmakta iken ikinci bölümde peynirin yapılışı hakkında bilgiler bulmak mümkündür. “Kadın Bakkal” olarak adlandırılan üçüncü bölümde ise üretilen peynirlerin sunum teknikleri ve tadım imkânı, eski peynir, maya kalıpları ve tartı ağırlıkları sergilenmektedir (Mankan, 2017b:647-648).



Resim 3.98. Ekomüze Zavot Peynir Müzesi (www.aa.com.tr, 2021)



Resim 3.99. Ekomüze Zavot Peynir Müzesi (www.bogatepekoyu.com 2021)

3.4.31. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi

2011 Yılında Akhisar Belediyesi, 650 metrekarelik kapalı alana sahip, yüksekliği 20 metre olan 1900 yılından kalma eski kasaphane binasını İzmir 2 No'lu Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kurulu tarafından alınan izin ile restore ettirerek müzeyi kurmuştur. 1900'lü yılların

başında Bulgar ustalar tarafından yapılan tarihi bina 40 yıl öncesine kadar kasaplar tarafından kullanılmaktaydı. O dönemlerde gelişmemiş olan Akhisar'da başka hiçbir yerde kasap dükkânı bulunmamaktaydı. İlçenin gelişmesiyle birlikte belediye tarafından mahallelerde kasap açılmasına izin verilmiş ve bu tarihi kasaphanenin kapanmasına sebep olmuştur. Bir inci derece SİT alanı olarak kabul edilen bina, müze olana kadar farklı meslek gruplarından esnaf dükkânlarına ev sahipliği yapmıştır. Yaklaşık 100 yıllık görkemli bir tarihe sahip Kasaphane binası, yaşayan müze konseptiyle Akhisar'ın önemli tarihi yapıları arasındadır. Kronolojik bir sırayla zeytinciliğin tarihi hakkında bilgiler aktaran ve zeytincilik tarihinde yer alan ekipmanların sergilendiği müzede aynı zamanda EGEA'nın benzersiz ürünlerini deneyimleme imkânı sunan bir kafeterya bulunmaktadır (İnternet 57, 2021).



Resim 3.100. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (<http://www.akhisarhaber.com>, 2021)



Resim 3.101. EGEA Zeytin ve Zeytin Yetiştiriciliği Müzesi (<http://www.akhisarhaber.com>, 2021)

3.4.32. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından öğrencilerin gastronomi ve mutfak sanatları alanında gerçekleşen değişim ve yenilikleri takip edebilmeleri ve öğrenmeleri amacıyla kurulmuştur. Müzede Sivas haricinde Giresun, Erzincan, Yozgat, Ordu ve Kayseri gibi çeşitli yörelerden toplanan eserler de yer almaktadır. Müzede sergilenen eserler aracılığıyla eski dönemlerde yemek yapmanın zorluğu anlatılmak istenmektedir. Müze de mutfak kültürünü temsil eden eserler içerisinde 72 eser üniversitenin demirbaşları arasına alınarak korunmaktadır (İnternet 58, 2021).



Resim 3.102. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi (www.cumhuriyet.edu.tr, 2021)



Resim 3.103. Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi (www.cumhuriyet.edu.tr, 2021)

3.5. Konuyla İlgili Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde araştırma konusu ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalar özetlenerek incelenmiştir.

Sormaz ve Güneş (2016) yaptıkları çalışmada gastronomi ve mutfak müzelerinin nicelik ve nitelik bakımından yeterliliklerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerinin yurt dışında bulunan gastronomi ve mutfak müzelerine karşı nitelik ve nicelik yönünden sınırlı oldukları ifade edilmiştir.

Mankan (2017a) çalışmasında dünyadaki gastronomi müzelerini literatür taramasıyla tanıtmak istemiştir. Dünyadaki gastronomi müzelerinin sayısının 150’den fazla olduğu varsayılarak çalışmada müzelerin %10’una ulaşılmıştır. Gastronomi müzelerinin geçmişten bilgiler verdiği, gıda yapım aşamalarını sunduğu ve kullanılan ekipman ve malzemelerin detaylı olarak yer aldığı canlı mekanlar olduğu sonucu çıkarılmıştır. Ayrıca çalışmada gastronomi müzelerinin açılığa vurgu yaptığı ve yıkılan geleneksel evlerin gastronomi müzesine dönüştürülmesinin sosyal bir sorumluluk görevi üstlendiği belirtilmiştir.

Mankan (2017b) çalışmasında gastronomi müzelerini destinasyon pazarlamasında çekici bir unsur olarak değerlendirerek müzelerin Türkiye’deki ve dünyadaki önemini literatür taraması ile belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada Türkiye’de bulunan 8 gastronomi müzesi kuruluş tarihi sırasına göre sıralanmış ve temaları hakkında bilgiler verilmiştir. Gastronomi müzelerinin destinasyon çekiciliğinde ve kültürü gelecek nesillere aktarmada önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiş ve geliştirilmesine yönelik öneriler verilmiştir.

Bekar, Arman ve Sürücü (2017), 2012 yılında kurulan Marmaris Bal Evi’nin çekicilik unsuru olarak bölgenin turizm hareketlerine katkısını saptamaya çalışmıştır. Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden yararlanılarak sonuçlar elde edilmiştir. Araştırma sonucunda Marmaris Bal Evi’nin açılmasıyla birlikte bulunduğu yöreye olan turist akımında artışlar belirlenmiştir. Marmaris Bal Evinin turizm potansiyeli düşük olan Osmaniye Köyü için önemli bir turizm kaynağı ve çekicilik unsuru olmaya başladığı vurgulanmıştır. Aynı zamanda çam balının tanıtımında önemli bir yere sahip olduğu ifade edilmiştir.

Şahin ve Aydın (2017) yaptıkları çalışmada; kültürel mirasın korunması ve tanıtımı amacıyla Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’nin önemini vurgulamışlardır. Oleatrium

Müzesinde yer alan uygulama ve etkinliklerin maddi ve manevi kültürün korunması açısından örnek alınabilecek bir müze olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada Oleatrium Müzesinin yerel ürünlerin coğrafi işaret ile tescillenerek tarıma, yerel halka ve yöre ekonomisine katkı sağlamada ve bölgenin ulusal ve uluslararası tanıtımında kritik bir öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ceyhun-Sezgin ve Şanlıer (2018) yaptıkları çalışmada sürdürülebilir turizm ve gastronomi ilişkisini Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerini detaylandırarak analiz etmişlerdir. Çalışmada Türkiye’nin farklı bölgelerinde bulunan 12 gastronomi müzesi tema ve sergilenme durumları açısından detaylandırılarak müzelere ait fotoğraflar verilmiştir. Gastronomi müzelerinin bulundukları bölgelerde çekicilik artırarak sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir ekonomi ve mutfak kültürünün korunmasına katkı sağlayabileceğine vurgu yapılmıştır.

Yeşilyurt ve Arıca (2018), Türkiye’nin ilk mutfak müzesi Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nin ziyaretçi deneyimlerine yönelik Tripadvisor.com internet sitesinde yer alan ziyaretçi yorumlarını içerik analizi yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Ziyaretçilerin deneyimleri; estetik, tarihsel, eğitim, hatırlatıcılık, kaçış ve çalışanlarla yaşananlar açısından beş ayrı kategoriye ayrılmıştır. Çalışmada ziyaretçilerin yöre mutfağı hakkında yeni bilgiler öğrenmelerinden dolayı eğitici deneyimin en çok etkilendikleri kategori olduğu saptanmıştır.

Çetin ve Küçükkömürler (2018) yaptıkları çalışmada; Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’nin bölge turizmüne katkısı ve turizmde çekicilik unsuru olarak değerlendirilmesini incelemişlerdir. Çalışmada Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’nin bulunduğu bölgenin turizm faaliyetlerine farklılık ve yeni bir boyut kazandırarak turist sayısında artışa neden olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca müzenin turistlerin ilgisini çekerek bölgenin tercih edilebilirliğine etki ettiği saptanmıştır.

Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu (2019) çalışmalarında gastronomi müzelerini farklı bir boyut ile inceleyerek müzelerde sergilenme şekillerini ve şekillerin belirlenmesinde turist rehberlerinin etkisini tespit etmeye çalışmışlardır. Görüşme ve gözlem tekniğinden yararlanılarak Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi örneklem olarak alınmıştır. Çalışmada müzede sadece durağan sergilenme şekilleri kullanıldığı saptanırken, turist

rehberlerinin etkisinin olmadığı sonucuna varılmış ve gastronomi müzelerinin dinamik sergileme tekniklerinden yararlanması gerektiği önerilmiştir.

Şahin ve Aydın (2019) çalışmalarında Özel Muğla Arıcılık Müzesi'ni gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmişler ve arıcılığın turizm sektöründe önemli bir konuma sahip olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca çalışmada arıcılık ve apiturizme yönelik öneriler verilmiştir.

Akyürek ve Erdem (2019) çalışmalarında Gümüşhane ilinde bir gastronomi müzesinin kurulabilmesi için kentin sahip olduğu gastronomi değerleri ortaya koymuşlardır. Yörede kurulacak bir gastronomi müzesinin kentin ürün çeşitliliğine katkı sağlaması öngörülmüştür.

Ağcakaya ve Can (2019) yaptıkları çalışmada gastronomi müzelerinin yeni kültürleri tanımak, yeni lezzetler tatmak ve farklı deneyimler yaşamak isteyen ziyaretçilerin ilgisini çeken bir turizm faaliyeti olduğunu ileri sürmüşlerdir. Çalışmada Türkiye'de 2019 yılı itibariyle 12 gastronomi müzesinin bulunduğu ve bu gastronomi müzelerinin gastronomi değerlerinin sürdürülebilirliğine olanak sağladığı belirtilmiş ve Türkiye'de bulunan gastronomi müzelerinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

Miral-Çavdırlı ve Adan-Gök (2020) yaptıkları çalışmada; Köstem Zeytinyağı Müzesi faaliyetlerinin Urla ilçesi ve çevresi için önemli bir ekonomik kaynak ve kültürel değer olan zeytinyağının sürdürülebilirliğine etkisini analiz etmeye çalışmışlardır. Sonuçta Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde bulunan Polima Restoran'ında sunulan yerel ürünler ve yöresel yemeklerin mutfak kültürünü tanıtarak sürdürülebilirliğine katkı sağladığı belirtilmiştir. Aynı zamanda Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde yer alan zeytin ağaçları, yapılan atölyeler ve eğitici aktiviteler gibi unsurların kültürel mirasın sürdürülebilirliği için önem taşıdığı ifade edilmiştir.

Demirci (2021) Türkiye'de bulunan gastronomi müzelerinin web sitelerini farklı değişkenler açısından incelemiştir. Çalışmada gastronomi müzelerinin web sitelerinin tanıtıma ağırlık verirken bulundukları bölge hakkında sınırlı bilgiyi sundukları belirtilmiştir. Web sitelerinde iletişim bilgilerinin bulunurken sosyal medya hesaplarına yer verilme oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Sonuçta gastronomi müzelerinin web sitelerinin kurumsal kimlik, tasarım ve medya ilişkileri açısından yeterli olmadığı ifade edilmiştir.

Sarı-Gök ve Şalvarcı (2021) gastronomi müzelerine yönelik TripAdvisor web sitesinde yapılan yorumları analiz etmişler ve en fazla yorumun estetik temasına en az yorumun ise çalışanlar teması için yapıldığını ifade etmişlerdir. Ziyaretçiler açısından gastronomi müzelerinin fiziksel özelliklerini yansıtan estetik teması önemli sonuçlar verirken, kaçış deneyimi, eğitim, olumsuz yorumlar, tarihsel hatırlatıcılar ve çalışanlar temaları sırasıyla diğer önemli temalar olarak raporlanmıştır.

Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık (2021) dünyanın farklı ülkelerinde bulunan gastronomi müzelerini sergilenen ürünler açısından tematik olarak incelemişlerdir. Dünyada bulunan toplam 250 gastronomi müzesi sergilenen ürünler açısından 10 farklı temaya ayrılmış ülke-tema bazında haritalandırılmış ve her bir temaya örnek teşkil etmesi açısından 2 müzeye ait detay bilgiler paylaşılmıştır. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'nde birçok temada gastronomi müzesinin bulunduğu, Akdeniz ülkelerinde zeytinyağı müzelerinin fazla olduğu, Fransa ve İtalya gibi mutfak kültürü gelişmiş ülkelerde farklı temalarda birçok gastronomi müzesinin yer aldığı belirtilmiştir. Ayrıca çalışmada tanıtım faaliyetlerinin artırılmasına yönelik öneriler sunulmuştur.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma tasarımı ve saha araştırmasına ilişkin bilgiler detaylandırılmıştır. Araştırma sürecinde hangi çıktıların hedeflendiği çalışmanın literatür açısından sahip olduğu önemiyle birlikte ele alınmıştır. Araştırmanın veri toplama aracı, veri toplama süreci, evreni, örnekleme ve sınırlılıkları nitel araştırma yöntemlerinin teknik detayları kapsamında değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin geçerliliği ve güvenilirliği araştırmanın yöntemi ve verilerin niteliği dikkate alınarak raporlanmış ve değerlendirmeler literatür ile desteklenmiştir. Verilerin analizi bölümünde ise istatistiki analizler ve kullanılan program hakkında bilgiler sunulmuştur.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma gastronomi müzelerinin turizm üzerindeki etkilerinin, yöre mutfak kültürünü tanıtım potansiyelinin ve çekicilik unsuru olarak turistler üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla planlanmıştır. Araştırmada temel amaç gastronomi turizminin önemli çıktılarından biri olan gastronomi müzelerinin bulundukları destinasyonların turizm potansiyeli üzerindeki yansımalarına odaklanmaktır. Aynı zamanda turizm ile gastronomi disiplinlerinin ilişkisi incelenmiştir. Gastronomi ve turizm kavramlarının her ikisinin de modern formlarının ortaya çıkışı 18. yüzyıla, bu iki kavramın en çok tartışılmaya başladığı dönem ise 20. yüzyılın sonları ile 21. yüzyılın başlarına dayanmaktadır. Bu iki önemli konunun aynı dönemde popülerlik kazanmasında birbirleriyle olan ilişkilerinin önemli bir payı vardır. Ayrıca gastronomi turizmi adı altında alternatif bir turizm çeşidinin ortaya çıkması ve giderek popüler hale gelmesinin olumlu bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Yemekle ilgili estetik, güzel ve sanat gibi kulağa hoş gelen kavramları içeren gastronomi ve farklı amaçlarla seyahat etmeyi öngören turizm uzun bir süredir insan hayatında yer almaktadır. Ancak insanların yemekle ilgili olan estetik, güzel ve sanat gibi unsurları bir turizm motivasyonu olarak düşünmelerinin geçmişi çok eski değildir. Bu nedenle turizm-gastronomi etkileşimine dair yapılan çalışmaların literatürde önemli bir yeri bulunmaktadır.

Gastronomi turizmi destinasyonlarının talep edilmesinde gastronomi müzelerinin kritik bir role sahip oldukları söylenebilir. Turistlerin bölgeyi tercih etmesi açısından bir çekicilik

unsuru olan gastronomi müzeleri, turistlerin bölgeye gelmesinden sonra ise cazip bir aktivite olarak öne çıkmaktadır. Gastronomi müzeleri bölgenin otantik değerlerini yansıtması, yöresel ürünlerin kullanıldığı mutfak kültürünü deneyimlemeye olanak sağlaması ve bölgenin toplumsal dinamikleri hakkında bilgiler sunması açısından bölgelerin gastronomi potansiyelinde önemli bir boşluğu doldurabilmektedir. Bu araştırma gastronomi müzelerinin bulunduğu destinasyonların turizm potansiyelindeki rolünü tespit edilmesi açısından önemlidir. Giderek artan gastronomi-turizm etkileşiminde kayda değer bir parametreyi oluşturan Türkiye'deki gastronomi müzelerinin turizm potansiyeli açısından önemini vurgulayan bu araştırmanın literatüre önemli bir katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın veri toplama sürecinde nitel araştırma yönteminden ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Derinlemesine bilgi elde etme düşüncesi araştırmada nitel araştırma yöntemleri ve bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanılmasını gerektirmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007; Zengin ve Şengel, 2014). Bu kapsamda araştırma tasarımıdaki süreçte yaşanan pandemi şartları göz önünde bulundurularak gastronomi müzeleri yetkilileriyle yüzyüze görüşüldüğü gibi Skype, Google Meet ve WhatsApp gibi dijital ortamlarda mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, soru formuna bağlı olarak başlayan görüşmelerin veri toplama sürecindeki gidişatına bağlı olarak farklı soruların dâhil edildiği bir görüşme sistemini açıklamaktadır. Araştırmada bu görüşme tekniği, derinlemesine bilgi almak amacıyla hareket edilerek soru formunun oluşturulması esnasında gözden kaçırılma ihtimali olan konuların da veri toplama sürecine dâhil edilmesi amacıyla özellikle tercih edilmiştir (Solmaz ve Türkay, 2010). Nitel araştırma yöntemlerinin gerektirdiği koşullar dikkate alınarak araştırma yürütülmüştür.

4.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme formunun oluşturulması sırasında öncelikle literatür taraması yapılarak konuyla ilgili bilimsel çalışmalardan (Çetin ve Küçükkömürler, 2019:6; Bekar, Arman ve Sürücü, 2017:471) yararlanılmış ve uzman görüşü alınarak sorular daraltılmış ve

soru formuna nihai hali verilmiştir. Konuyla ilgili görüş ve düşünceleri dikkate alınan uzmanların ikisi gastronomi ve mutfak sanatları, ikisi turizm alanındaki akademisyenlerden (araştırmacılardan) oluşmaktadır. Görüşme formu araştırmanın amacını belirten açıklama kısmının yanı sıra 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde gastronomi müzelerinin tanımlayıcı bilgileri ve görüşme yapılan kişilerin demografik özelliklerini belirten 10 adet, ikinci bölümde müze ziyaretçilerinin betimleyici özellikleri ve gastronomi müzelerine ilişkin genel bilgileri içeren 8 adet soru bulunmaktadır. Son bölümde ise gastronomi müzelerinin bulundukları bölgelerin turizm potansiyeline olan etkilerine ilişkin sonuçlar elde etmek amacıyla toplam 6 adet soruya yer verilmiştir.

Görüşme formu tüm dünyada etkisini gösteren Covid-19 pandemisinin ortaya çıkardığı sorunlar nedeniyle yüz yüze ve online olmak üzere iki farklı şekilde müze sorumlu ve yetkili kişilerine uygulanmıştır. Veri toplama süreci Kasım 2020 ve Nisan 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında öncelikle soruların anlaşılır olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla Ankara Halk Ekmek Müzesi, MSA Müzesi ve Adatepe Zeytinyağı Müzesi yetkilileriyle görüşme yapılarak pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırma amacına yönelik soruların katılımcılar tarafından anlaşılır olması nedeniyle pilot çalışmanın ötesine geçilerek veri toplama süreci tamamlanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen tüm kayıtların yazılı hale getirilmesiyle toplam 73 sayfalık bir ham veri elde edilmiş ve bu veriler istatistiki açıdan değerlendirilmiştir.

4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren araştırma sonuçlarının genelleyebileceği grubu anlatmak için kullanılmaktadır. Bu kavram çok geniş olduğu için son yıllarda araştırma evreninden daha küçük, genelleyebilme problemini daha kolay sağlayan ve her çalışmaya özgü bir nitelik taşıyan çalışma evreni kavramı ortaya çıkmıştır. Özellikle araştırma evrenine ulaşmanın kolay olmadığı durumlarda çalışma evreni kavramı kullanılmaktadır (Can, 2018). Örneklem ise tamsayımın (evrenin tamamından veri toplama) mümkün olmadığı durumlarda, kitlenin içerisinde bir grubun seçilerek oradan elde edilen verilerle üretilecek sonuçların tüm evrene genelleyebildiği ve tüm grup hakkında tahminler sunan gruptur (Baştürk ve Taştepe, 2013).

Nicel araştırmalarda sayısal değerlendirmeler neticesinde örnek büyüklüğünü tespit etmek kolay olmasına rağmen nitel araştırmalarda konuyla ilgili tartışmalar canlılığını korumaktadır. Böyle bir süreçte satürasyon (doğunluk) kavramı nitel araştırmalardaki örneklem büyüklüğü için önemli bir çıkış noktası olarak öne çıkmakta ve araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Satürasyon, veri toplama sürecinde farklı verilerin toplandığı ana kadar veri toplama sürecine devam edilmesi gerektiği varsayımından hareket etmektedir. Yani veri toplama sürecinin sonlandırılması katılımcı cevaplarının çok büyük oranda benzeşmesine bağlanmaktadır (Yağar ve Dökme, 2018). Araştırmada tamsayım yöntemi ile Türkiye'nin farklı yörelerinde bulunan gastronomi müzelerinden (toplam 32 adet) veri toplanması hedeflenmiştir. Ancak 16. mülakattan sonra verilerin giderek benzeştiği görülse de veri toplama sürecine devam edilmiştir. Pandemi şartları nedeniyle bazı müzelerin kapalı olması ve bazılarının görüşmeyi kabul etmemesi nedeniyle veri toplama süreci 24 görüşme ile sonlandırılmıştır. Mülakatların 24 ile sonlandırılmasında araştırma kapsamında uygulanan çeşitleme stratejisinin önemli bir payı bulunmaktadır. Bu strateji örneklem belirlemede ve veri toplamada mümkün olduğu kadar farklı özelliklere sahip örneklemden veri toplanmasını ön görmektedir (Baltacı, 2018). Tüm bu bilgilerden hareketle Türkiye'de bulunan toplam 32 gastronomi müzesinin (Sezen, 2018; Akyürek ve Erdem, 2019) 24'ünden veriler elde edilmiştir. Bu araştırmada farklı olabilecek gastronomik ürünlerle ilgili ve Türkiye'nin coğrafi bölgelerinin tamamından veri toplanması nedeniyle maksimum çeşitleme koşulunun yerine getirildiği düşüncesiyle hareket edilmiştir.

4.5. Araştırmanın Sınırlıkları

Araştırmada özellikle veri toplama süreci olmak üzere bazı önemli kısıtlamalarla karşılaşmıştır. Sınırlıkların ortaya çıkmasında en belirleyici unsur araştırmanın kapsamıdır. Araştırmanın Türkiye genelindeki gastronomi müzelerini kapsamaması doğal olarak veri toplama sürecini zorlaştırmış ve mesafeye bağlı bazı kısıtların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla birlikte yine bu kapsam nedeniyle birçok akademik araştırmada olduğu gibi zaman, mesafe ve maliyet kaynaklı bazı kısıtlamalar yaşanmıştır. Bu kısıtlamalara rağmen araştırmanın maksimum veri ve minimum hatayla tamamlanması için önemli bir çaba harcanmıştır.

Veri toplama sürecindeki ve genel olarak araştırmanın tamamı için ele alınacak bir diğer önemli kısıt ise Covid-19 pandemi sürecidir. Öncelikle veri toplama sürecinde görüşmeler

gerçekleştirilirken online platform kullanımının zaman, maliyet ve mesafe gibi kısıtların ağırlığını azalttığı söylenebilir. Ancak bazı katılımcıların online platformları kabul etmemesi nedeniyle görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Pandemi nedeniyle uygulanan seyahat kısıtlamaları ve sosyal mesafeye ilişkin bazı uygulamalar bu süreci zorlaştırmış ve veri toplama sürecinin planlanan zamandan daha uzun sürmesini beraberinde getirmiştir. Pandeminin neden olduğu en büyük problem ise bu süreçte bazı müzelerin kapatılmasıdır. Bu durum görüşülmesi planlanan yetkili sayısının düşmesine neden olmuştur. Ayrıca derinlemesine bilginin daha kolay bir şekilde elde edilmesi için verilerin tamamının yüzyüze toplanması hedeflenmesine rağmen görüşmelerin önemli bir kısmı uzaktan online gerçekleştirilmiştir.

4.6. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Çalışmalarda geçerlilik ve güvenilirlik, araştırma yönteminin veya veri toplama aracının ne olduğuna bakılmaksızın oldukça önemli hususlardandır. Çünkü verilerin istenilen düzeyde olması ve çalışma sonuçlarının genellenebilirliği büyük oranda çalışmanın geçerli bir ölçüm yapmasına ve elde edilen verilerin güvenilirliğine bağlıdır. Nicel araştırmalarda bu konularda değerlendirme yapmak daha kolay olmakla birlikte, nitel araştırmalarda ise konuyla ilgili kayda değer gelişmeler mevcuttur. Nitel araştırmalarda geçerlilik şartı genellikle veri *çeşitleme yöntemi* ile sağlanmaya çalışılmaktadır. Bir geçerlilik stratejisi olarak *çeşitleme* ile yapılan araştırmanın inandırıcılığı arttırılmak istenmektedir. Araştırmalardaki *çeşitleme* stratejileri yöntemsel *çeşitleme*, veri *çeşitlemesi* ve araştırmacı *çeşitlemesi* olmak üzere üç şekilde gerçekleştirilmektedir (Patton, 2002).

Bu araştırmada her üç veri *çeşitleme* yönteminin de belli düzeylerde kullanıldığı söylenebilir. Bunlardan veri *çeşitlemesi* yoğun olarak kullanılmıştır. Özellikle gastronomi müzelerinin Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde yer alması, veri toplanan katılımcıların değişik yaşlarda ve farklı tecrübe düzeyine sahip olmaları, müzelerin konumlandığı destinasyonların farklı turizm türlerinde ön plana çıkması ve turizm kapasitesi anlamında farklı büyüklükte olmaları veri *çeşitliliğinin* sağlanmasında kritik rol oynayan faktörlerden bazılarıdır. Tüm bu faktörler konuyla ilgili *çeşitleme yöntemi* kapsamında değerlendirilmiştir.

Genellikle veri toplama yöntemine ilişkin öngörüler sağlayan yöntemsel çeşitleme stratejileri daha çok veri toplama yönteminin farklılaştırılmasıyla ilgilidir. Veri toplama sürecinde yaşanan pandemi şartları dolaylı olarak yöntemsel çeşitlemeyi zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda veriler yüzyüze (7 kişi) ve online (17 kişi) olmak üzere olmak üzere iki farklı şekilde elde edilmiştir. Zorunlu süreç kaynaklı farklı yollarla gerçekleştirilen veri toplama aşaması araştırmada geçerlilik için bir ön koşul olan yöntemsel çeşitleme stratejisine kaynak teşkil etmiştir.

Araştırmada tek bir yazarın olması araştırmacı çeşitleme stratejisinin uygulanabilirliğini zora sokmuştur. Ancak görüşme formu hazırlama, veri toplama süreci ve içerik analizinde tema ve alt kodların belirlenmesi sürecinde istatistiki açıdan uzman desteği alınarak araştırmacı çeşitlemesi noktasındaki eksiklikler giderilmeye çalışılmıştır. Özellikle içerik analizi öncesinde araştırmanın temaları ve alt kodlarının belirlenmesi sürecinde uzman görüşü değerlendirmeleri araştırma sonuçlarının bütüncül bir yapı kazanmasında önemli bir rol oynamıştır.

Nicel araştırmalarla kıyaslandığında, nitel araştırmaların zor yanlarından biri de veri güvenilirliği sorunudur. Nicel araştırmalarda sayısallaştırılmış değerlerle güvenilirliğe dair önemli öngörüler sunmak mümkündür. Ancak nitel araştırmalarda böyle bir durum söz konusu değildir. Bu durum araştırmacıların bilime ve etiğe olan bakış açıları ve bu noktada sahip oldukları etik değerleri belirleyici bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte veri toplama sürecinde elde edilen verilerin denetlenmesine imkân sağlayan video, ses kaydı ve yazılı dokümanlarında önemli ve kritik bir işlevi yerine getirdikleri vurgulanmalıdır. Veri toplama sürecine ilişkin ses kayıtları ve yazılı dokümanlar bu araştırmanın güvenilirliğini sağlama konusunda önemli bir kaynaktır. Bu kanıtlar yazar tarafında muhafaza edilmektedir.

4.7. Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde elde edilen veriler içerik analizi yönteminden yararlanılarak değerlendirilmiştir. İçerik analizi büyük veri kümelerini sadeleştiren ve büyük veri setlerinden çıkarım yapmayı sağlayan bir analiz yöntemidir. Tahmin ve çıkarım düzeyi oldukça yüksek olan içerik analizinde veriler sistematik bir görünüm kazanarak işlenen veriler bilimsel çıkarımlara dönüşmektedir (Krippendorff, 2004; Aziz, 2013). Verilerin analizinde bilgisayar destekli MAXQDA programından yararlanılmıştır. Bu program harita

ve ilişki ağırlıklı görseller yardımıyla fikirlerin netleştirilmesi ve tema veya kodlar arasındaki ilişkilerin anlamlı olarak ortaya konulması için kullanılmaktadır. İçerik analizi için kullanışlı ve kullanıcı dostu olan programın analizdeki başarısı tema ve kodlara bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Azzopardi ve Nash, 2016; Kuckartz ve Radiker, 2019).

Çizelge 4.1. İçerik Analizi için Oluşturulan Temalar ve Alt Kodları

TEMA	ALT KODLAR
Turizm Potansiyeli	Turist, alternatif turizm çeşitleri (gastronomi turizmi, tarım turizmi), müze, yabancı, yerli
Paydaşlar	Devlet, belediye, kaymakamlık, STK, işletmeler
Tanıtım	Reklam, halkla ilişkiler, pazarlama, broşür, internet sitesi, TV programları, billboard, sosyal medya
Aktiviteler	Deneyimleme, ürün tadımı, üretimi görme, bağ bozumu, turlar
Çekicilikler	Hediyelik eşya, doğa, mutfak, kültür, rotalar
Mutfak Kültürü	Coğrafi işaret, yerel, yöresel, ürün
Yöresel Ürün	Hammadde, zeytin, ekmek, bal, üzüm, şarap, balık, baklava, dondurma
Sürdürülebilirlik	Çevre, kültür, doğa, ekonomi

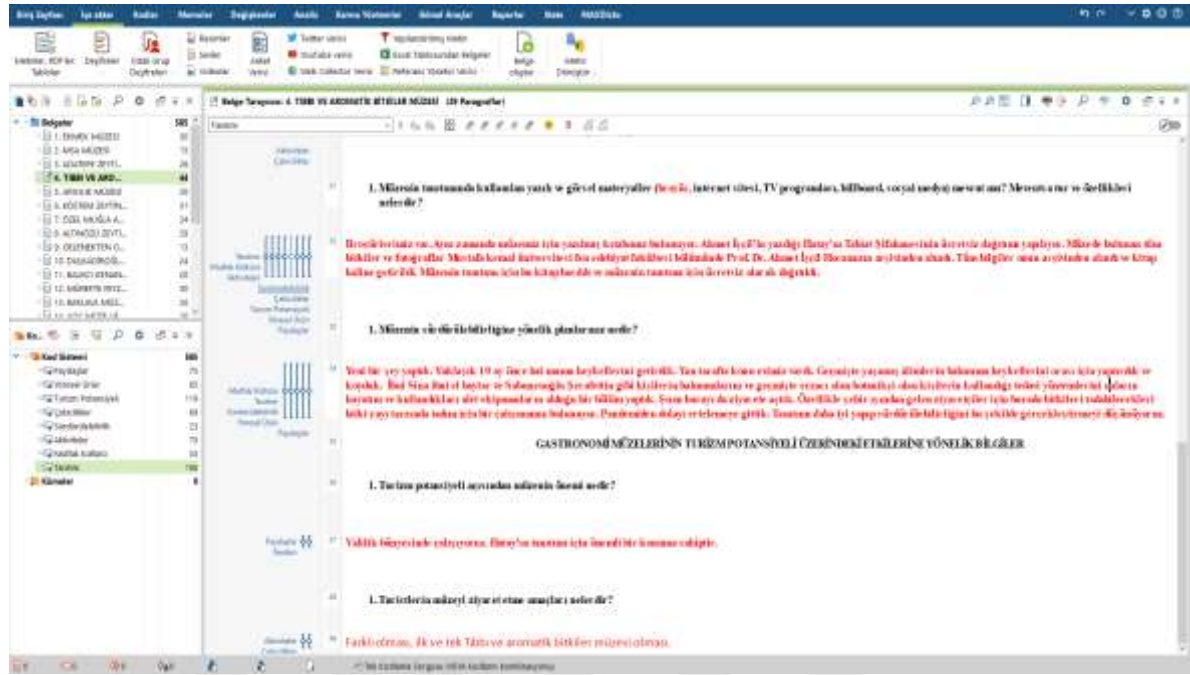
Araştırma kapsamında içerik analizi için oluşturulan temalar ve temalara göre belirlenen alt kodlar Çizelge 4.1 yardımıyla açıklanmıştır. Temalar araştırmanın temel amacını açıklayan ana faktörlerdir. Alt kodlar ise bu temaların içeriğini oluşturan ve ilişkileri temalar düzeyinde belirleyen alt faktörlerdir. Temalar ve kodlar oluşturulurken literatür taraması, uzman görüşü ve katılımcıların verdiği cevaplardan hareket edilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen temalar arası ilişkiler bulgular kısmında raporlanmıştır.



BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler, tema ve kodlar yardımıyla sekiz ana tema etrafında incelenmiştir. Bu temalar; turizm potansiyeli, paydaşlar, tanıtım, aktiviteler, çekicilikler, mutfak kültürü, yöresel ürün ve sürdürülebilirliktir. MAXQDA paket programında gerçekleştirilen tümevarımsal kodlama dört farklı aşamada analiz edilmiştir. İlk olarak kod dağılımı ve temalara kodlanan görüşme içerikleri için kelime bulutu ve frekans değerleri incelenmiştir. İkinci kısımda tema ve kodlar arasındaki aynı kelimenin, belgeler içerisinde geçme sıklığına bağlı olarak oluşan ilişki tarayıcılarına ait analiz yapılmıştır. Üçüncü aşamada bütüncül bir bakış açısı oluşturmak için kodların ilişkilerini gösteren bir kod haritası meydana getirilmiştir. Bu kapsamda haritadaki çizgilerin nitelikleri belirlenerek kodlar arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin nedenleri değerlendirilmiştir. Son aşamada ise temaların ve temalara bağlı alt kodların birlikte çalışmalarını gösteren modeller oluşturulmuştur. Katılımcılar hakkında genel bilgiler, müzelerin yıllık ortalama ziyaretçi sayıları ve müzelerin bölgelerin turizm potansiyeline olan etkilerine ilişkin tablolar oluşturularak elde edilen verilerin raporlanmasıyla birlikte bu bölüm tamamlanmıştır. Araştırma sırasında kullanılan MAXQDA paket programında kullanılan kodlama şemasına Şekil 5.1.'de örnek verilmiştir.



Şekil 5.1. Araştırmada Kullanılan MAXQDA Programı Kodlama Şeması

5.1. Araştırmaya Katılanlar Hakkında Genel Bilgiler

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerin ilk kısmında katılımcılardan demografik özelliklerine ve müzenin kuruluşuna ilişkin bilgi vermeleri istenmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar Çizelge 5.1’de yer almaktadır.

Çizelge 5.1. Betimleyici İstatistikler

Değişkenler	N	%
Cinsiyet		
Kadın	5	20.8
Erkek	19	79.2
Yaş Grupları		
30 yaş ve altı	4	16.7
31-45 yaş	11	45.8
46 yaş üstü	9	37.5
Eğitim Durumu		
İlköğretim	2	8.3
Ortaöğretim	3	12.5

Çizelge 5.1. (devam) Betimleyici İstatistikler

Yükseköğretim	19	79.2
Katılımcıların Müzede Çalışma Süresi		
5 yıl ve daha az	12	50
5 yıldan fazla	12	50
Müzenin Kuruluş Tarihi		
2010 yılı ve öncesi	11	45.8
2010 yılından sonrası	13	54.2

Araştırma kapsamındaki görüşme gastronomi müze yetkililerinden oluşan 24 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar cinsiyet açısından ele alındığında; erkek katılımcıların (%79.2) kadın katılımcılardan (%20.8) daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yaş faktörü açısından incelendiğinde; katılımcıların %45.8'i 31-45 yaş aralığında, %37.5'i ise 46 yaş üzerindedir. Müze yöneticiliğinin gerektirdiği bilgi ve tecrübe göz önüne alındığında 30 yaş ve altı katılımcı sayısının daha düşük bir oranda olması doğal bir sonuçtur. Bu durum ise müze yöneticiliği pozisyonunda genellikle orta-yetişkinlik yaş grubunun çalıştığını ortaya koymaktadır.

Eğitim değişkeni incelendiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun (%79.2) yükseköğretim mezunu olduğu gözlemlenmiştir. İlköğretim ve ortaöğretim mezunu katılımcı sayısının oldukça düşük ve birbirine yakın oranda olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun yükseköğretim mezunu olması yöneticilik pozisyonun belirli eğitimler gerektirdiğini ispat etmektedir.

Görüşme yapılan gastronomi müzelerinin kuruluş tarihleri değerlendirildiğinde; 2010 yılı sonrasının (%54.2) 2010 yılı ve öncesinden (%45.8) daha yüksek bir oranda olduğu tespit edilmiştir. Gastronomi alanında bilinirlik düzeyindeki artış, mutfak ve mutfak kültürüne olan ilginin çoğalması gibi temel nedenlere dayanan hususlar ile gastronomi müzelerinin 2010 yılı sonrasında daha fazla kurularak açılmaya başlandığı düşünülmektedir.

5.2. Araştırmada Müze Ziyaretçilerine İlişkin Bulgular

Çizelge 5.2. Gastronomi Müzelerinin Yıllık Ortalama Ziyaretçi Sayıları

Müze Kodları	Gastronomi Müzeleri	0-1000	1000-5000	5000-10000	10000-30000	30000 ve üzeri
M1	Ankara Ekmek Müzesi	X				
M2	MSA Gastronomi Müzesi	X				
M3	Adatepe Zeytinyağı Müzesi					X
M4	Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi			X		
M5	Polenezköy Arıcılık Müzesi				X	
M6	Köstem Zeytinyağı Müzesi		X			
M7	Özel Muğla Arıcılık Müzesi	X				
M8	Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi			X		
M9	Gelenekten Geleceğe Gastronomi Müzesi		X			
M10	Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi					X
M11	Balıkçı Kenan Balık Müzesi					X
M12	Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi				X	
M13	Baklava Müzesi			X		
M14	Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Alanı		X			
M15	Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi					X
M16	Edremit Evren Ertur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi		X			
M17	Dondurma Müzesi					X
M18	Emine Göğüş Mutfak Müzesi				X	
M19	Ekomüze Zavot Peynir Müzesi				X	
M20	UNESCO Hatay Gastronomi Evi					X
M21	Marmaris Bal Evi Müzesi					X
M22	Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi		X			
M23	İstanbul Balık Müzesi				X	
M24	Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi		X			

Araştırmaya katılanlara gastronomi müzelerinin yıllık ortalama yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı sorulduğunda; katılımcılar yerli ve yabancı olarak ayırmaksızın sadece yıllık ortalama ziyaretçi sayısı bilgisini vermiştir (Çizelge 5.2).

Otuz bin ve üzerinde ziyaretçi ağırlayan gastronomi müzelerinin sayısı 7, on bin ve otuz bin arasında 5, beş bin ve on bin arasında 3, bin ve beş bin arasında 6, sıfır ile bin arasında 3 müze bulunmaktadır. Araştırma dâhilinde yer alan müzeler içerisinde en fazla ziyaretçi sayısına sahip olan üç müze sırasıyla; UNESCO Hatay Gastronomi Evi (70-80 bin arası), Dondurma Müzesi (60-70 bin arası) ve Balıkçı Kenan Balık Müzesi (50-60 bin arası)'dir.

En az ziyaretçi sayısına sahip olan 3 gastronomi müzesi ise sırasıyla; Ankara Ekmek Müzesi, MSA Gastronomi Müzesi ve Özel Muğla Arıcılık Müzesi'dir.

5.3. Araştırmanın Ana Temalarına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerde kelimelerin kullanım sıklıklarına ait frekans değerleri Çizelge 5.3.'de gösterilmektedir. Şekil 5.2.'de ise ana tema ve alt kodlar üzerinden oluşturulan kelimelerin tekrar sıklıklarına göre görselleştirilen kelime bulutu yer almaktadır.

Çizelge 5.3. Araştırmanın Ana Temaları Kapsamındaki Kelime Frekansı

Sözcük	Sözcük Uzunluğu	Frekans	Frekans (%)	Derece	Belge Sayısı	Belgeler (%)
Tanıtım	7	295	12.59	1	22	91.67
Ziyaretçiler	12	204	8.70	2	20	83.33
Medya	5	197	8.40	3	21	87.50
Turizm	6	178	7.59	4	18	75.00
Kültür	6	137	5.84	5	17	70.83
Yerel	5	125	5.33	6	14	58.33
Yemek	5	108	4.61	7	7	29.17
Ürün	4	92	3.92	8	14	58.33
Devlet	6	86	3.67	9	13	54.17
Zeytinyağı	10	86	3.67	9	6	25.00
Sosyal	6	85	3.63	11	16	66.67
Tadım	5	79	3.37	13	13	54.17
Zeytin	6	77	3.28	14	6	25.00
Ulusal	6	66	2.82	15	11	45.83
Mutfak	6	60	2.56	16	7	29.17
Tarih	5	58	2.47	18	12	50.00
Üretim	6	52	2.22	20	12	50.00
Bölge	5	46	1.96	21	5	20.83
Yöresel	7	44	1.88	22	8	33.33

Çizelge 5.3. (devam) Araştırmanın Ana Temaları Kapsamındaki Kelime Frekansları

Akdeniz	7	40	1.71	25	4	16.67
Uluslararası	12	39	1.66	26	9	37.50
Şarap	5	38	1.62	27	2	8.33
Eğitim	6	35	1.49	30	4	16.67
Yabancı	7	35	1.49	30	8	33.33
Türkiye	7	33	1.41	34	6	25.00
Bitki	5	30	1.28	37	2	8.33
Potansiyel	11	19	0.81	54	4	16.67

Kelime bulutu kelime frekanslarının bir yansımasıdır. Kelime bulutunda kelimelerin tekrar edilme sıklıklarına oranla boyutları şekillenmektedir. Merkezde bulunan ve boyutu en büyük olan kelime en fazla sıklığa sahip olan kelimedir. Bir kelimenin kelime bulutunda yer alabilmesi için en az “10” frekans değeri kaynak alınmıştır. Araştırılmak istenilen ana konu ile ilgisi olmayan yüklem, bağlaçlar, zamirler ve benzeri kelimelere kelime bulutunda yer verilmemiştir. Ayrıca çalışmanın odak noktasının müzeler olması sebebiyle “müze” kelimesi kelime bulutuna dâhil edilmemiştir.



Şekil 5.2. Araştırmanın Ana Temalarına Ait Kelime Bulutu

Müze yetkilileriyle yapılan görüşmelerde “tanıtım” 295 frekansla belgelerin %90’ından fazlasında en sık tekrarlanan kelime olarak kelime bulutunun merkezinde yer almıştır. En sık tekrarlanan kelimenin “tanıtım” olması dikkat çekicidir. Burada iki farklı tanıtım faktöründen bahsetmek mümkündür. Öncelikli olarak bir pazarlama unsuru olarak “tanıtım” dan söz edilmektedir. Müzeler bulundukları yöreye sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel katkı sağlayan ve yörenin pazarlanmasına etki eden unsurlardandır. Tanıtım pazarlamanın kaçınılmaz bir parçasıdır. Müzelerin ve müzede bulunan yöreye ait ürünlerin daha iyi pazarlanabilmesi için tanıtım faaliyetlerinin yeterli düzeyde yapılması müzenin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Bir diğer ise müzelerde bulunan yöreye ait ürün ve kültürel yapının tanıtımıdır. Gastronomi müzelerinin amacı bulundukları yöreye ait olan ürünleri ya da mutfağın kültürel yapısını tanıtarak yaşatmaktır. Bazı katılımcıların konuyla ilgili görüşleri aşağıda raporlanmıştır.

M4: Broşürlerimiz var. Aynı zamanda müzemiz için yazılmış kitabımız bulunuyor. Sayın Ahmet İşçil’in yazdığı Hatay’ın Tabiat Şifahanesinin ücretsiz dağıtımı yapılıyor. Müzede bulunan tüm bitkiler ve fotoğraflar Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Bölümünde Prof. Dr. Ahmet İşçil hocamızın arşivinden alındı. Tüm bilgiler onun arşivinden alınarak kitap haline getirildi. Müzenin tanıtımı için bu kitap basıldı ve müzenin tanıtımı için ücretsiz olarak dağıtıldı.

M8: Altınözü Belediyesi ve Altınözü Kaymakamlığı ile birlikte bu sene 4. Zeytin ve Zeytinyağı Festivalini gerçekleştirdik. Festival kapsamında yerli ve yabancı turistlere Altınözü’nde gezilecek yerlerin tümünün tanıtımını gerçekleştiriyoruz. Ayrıca hafta sonları Altınözü’nün turistik yerlerinde turistlere broşürler dağıtarak müzemize davet ediyoruz. Bunların dışında Altınözü Kaymakamlığı ile ortaklaşa bir kadın Kooperatifi bulunmakta ve bu kooperatif, ulusal ve uluslararası tüm etkinliklere katılarak Altınözü ile ilgili turistik yerlerin tanıtımını gerçekleştirmektedir.

M10: Müzenin amacı Maraş’ın yöresel yemeklerini, yöresel lezzetlerini uygulamalı olarak anlatarak göstermek ve tanıtımına katkıda bulunmaktır. Müzemizin uluslararası tanıtımı yok. Maraş basınında ve ulusal basında mutfağımızın tanıtımı yapılıyor.

M20: *Hatay’da bulunan 600 çeşidin üzerindeki yemekleri ve artık unutulmaya yüz tutmuş yemekleri yerli ve yabancı turistlere bu ürünleri tanıtmak. Tesisimiz 250 yıllık tarihi bir konaktır. Aslanlı Konak olarak geçiyor.*

İkinci sırada “ziyaretçiler” kelimesi yer almaktadır. Bir müzenin ayakta kalabilmesi ziyaretçilerin varlığı ve niteliğiyle doğrudan ilişkilidir. Ayrıca ziyaretçiler müze faaliyetlerine ağızdan ağıza tanıtım yoluyla sağladıkları katkı ile tanıtım açısından önemlidir. Üçüncü sırada ise “medya”ın yer alması medya ve tanıtım arasındaki güçlü ilişkiden kaynaklanmaktadır. Son yıllarda medyanın sağladığı tanıtım gücü yadsınamayacak büyüklüktedir. İnternet kullanımının ve sosyal medya sitelerinin artmasının bir sonucu olarak müzeler de bu yeni eğilime uyum sağlayarak tanıtım faaliyetlerinde bu iletişim araçlarını sıklıkla kullanmaktadır. Müzeler medya ve sosyal medya aracılığıyla tanıtım faaliyetlerini kuvvetlendirerek ziyaretçi sayısını ve müze bilinirliğini arttırmaktadır. Bu konuya ilişkin bazı katılımcıların ifadeleri aşağıda raporlanmıştır.

M3: *Müze rehberimiz vasıtasıyla gelen ziyaretçilere zeytin ve zeytinyağı tarihçesi hakkında detaylı bilgiler verilmektedir. Ayrıca sosyal medya hesaplarından paylaşımlar yapılarak güncel bilgiler iletilmektedir. TV kanallarında röportaj ve çekim yapılmaktadır. Dönem dönem tadım etkinlikleri yapılmaktadır. Ulusal ve uluslararası sabun ihracatı yapılmaktadır.*

M11: *Yerel ve ulusal basında sürekli olarak gazete röportajları ve bununla birlikte televizyon röportajları veriyoruz. Sosyal medyayı aktif kullanmaya çalışıyoruz.*

M15: *Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi Türkiye’de yapılan tüm fuarlara katılıyor burada müzemizin broşürlerini ve görsel ekipmanlarını dağıtıyor. Ayrıca sosyal medya adreslerimiz var. Facebook ve Instagram gibi tanıtım faaliyetlerini kullanıyoruz. TV ve gazetelere demeçler verip görüntü alıyorlar. Yerel TV programlarına katılıyoruz.*

M18: *Belediyemizin Basın Yayın Daire Başkanlığı bulunmaktadır. Bunların haricinde Kültür ve Turizm Müdürlüğümüzce oluşturulan Facebook, Instagram, Twitter adreslerimiz var. Haftalık olarak yapmış etkinliklerimiz burada yayınlanmaktadır. Bakırında kalaylanmasını buradan yayın yaptırıyoruz. Gelen misafirler bakıra verilen şekli, ayrıca kalayın nasıl yapıldığını, nasıl şekil verildiğini*

burada canlı olarak şahit oluyorlar. Buda bizim için en büyük reklam faaliyetidir. Yerel gazete ve TV programları müzemizde çekimler yapıyor.

Belgelerin %75'inde 178 frekansla “turizm” ve %70.83'ünde 137 frekans ile “kültür” kelimeleri gastronomi müzelerinin kültürel turizmi yansıtmadaki rolünü ortaya koymaktadır. Bir yörenin gastronomik açıdan çeşitliliği, potansiyeli ve ürünleri o yörenin kültürünü yansıtmada büyük bir etkiye sahiptir. Bu açıdan gastronomi müzeleri kültürel sürdürülebilirlik için önem arz etmektedir. Bu kelimelerin ardından en sık tekrarlanan “yerel” kelimesi (%58.33 oran; 137 frekans ile) de gastronomi müzeleri için yerel ürünlerin ve kültürün bir parçası olarak önemini kanıtlar niteliktedir. Konuya ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şu şekildedir.

M19: Kars yöresinin geleneksel peynirlerinin üretim kültürünü yaşatmak amacıyla peynir çeşitlerinin kayıt altına alınması, proseslerinin belirlenmesi ve onların içerisinde bir kısmını pazara kazandırmak amacıyla çalışmalar yapıldı. Bir kısmı da peynir rotaları oluşturarak turizm destinasyonları için yerel halkı turizmle buluşturmak.

M24: Yörenin zeytincilik anlamında bir geçmişi var. Yörenin var olan zeytincilik kültürünü canlandırmak ve yörenin turizmine katkı sağlamak.

M17: Turizmi canlandırmak Maraş dondurma kültürünün tanıtımını yapmak yerli ve yabancı turistleri güzel bir şekilde ağırlamak.

Kelime bulutunda belgelerin %54.17'sinde tekrarlanan “devlet” kelimesi dikkat çekmektedir. Devlet teşviki ve desteği müzelerin kalkınması ve sürdürülebilirliğini sağlaması açısından önem taşımaktadır. Araştırmada gastronomi müzelerinin çoğunluğunun özel ve kişisel kaynaklı olduğu göz önüne alındığında bu müzeler için devlet desteğinin gerekliliğinin söz konusu olduğu sonucuna varılmıştır. Gastronomi müzeleri hakkında yapılan araştırmada müzelerin varlıklarını sürdürme noktasında endişeler yaşandığı ve geliştirilmeleri için destek ve teşviklere ihtiyaç duyulduğu sonucuna varılmıştır. Müze yetkilileriyle yapılan görüşmeler sırasında gastronomi müzelerinin geliştirilmeye açık olmasının yanı sıra maddi yetersizlikler nedeniyle bu durumun sağlanamadığı ifade edilmiştir. Paydaşlardan destek alan gastronomi müzelerinin sürdürülebilirlik açısından

stratejik planları bulunmaktadır. Gastronomi müzelerinin Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesine alınarak korunması gerektiği ileri sürülmüştür. Gastronomi müzelerinin devlet teşviki ile sürdürülebilirliğinin sağlanmasına ilişkin bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir.

M5: Teşvik olmadığı için kapatmayı düşünüyorum. Ayrıca kiralar sürekli artıyor. Devlet desteği yok.

M11: Babadan oğula şeklinde sürdürülebilirliğini belki sağlayabiliriz. Devlet desteği olsa belki daha iyi olabilirdi.

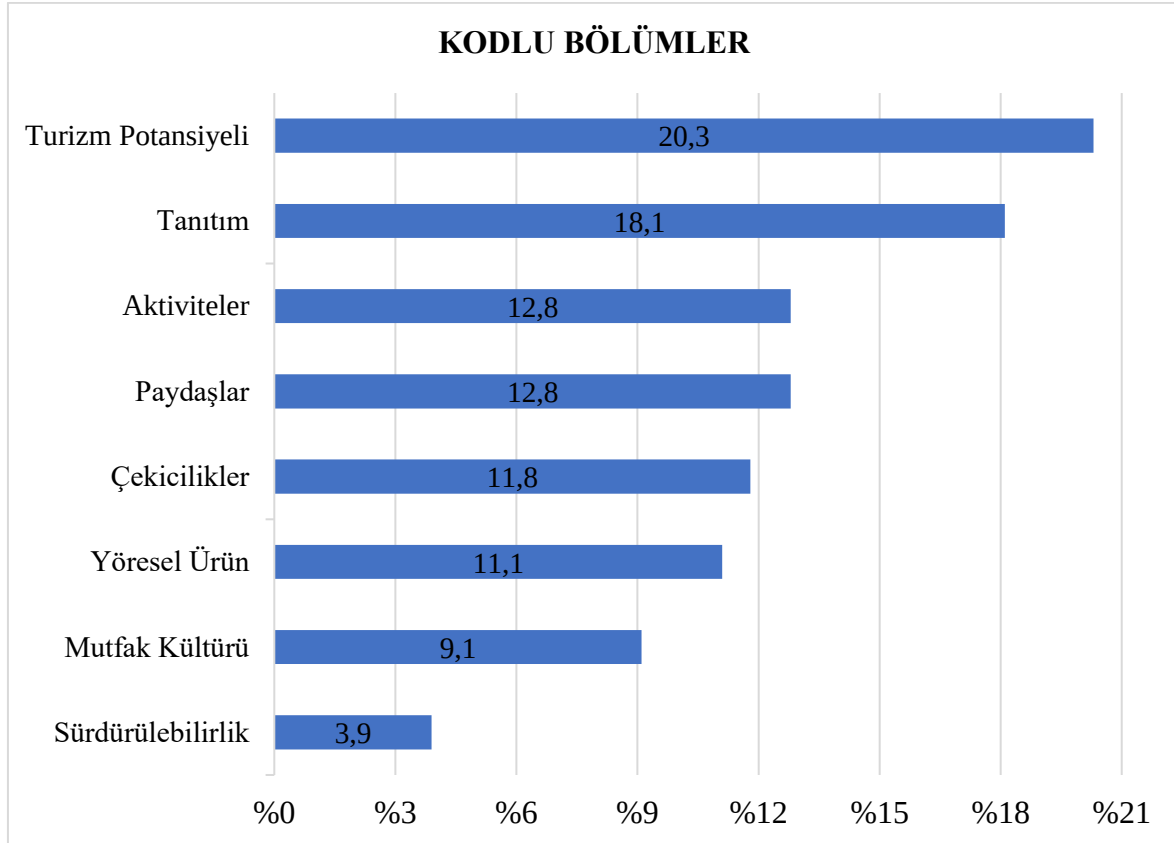
M13: Elbette devam ettirmeyi istiyoruz. Fakat tek başımıza biraz zor oluyor. Devam ettirmek istiyoruz fakat devlet desteğimiz yok. Kurucumuz Prof. Dr. Oğuzhan Saygın Hoca müzeyi kendi imkânlarıyla açmıştır.

M16: Devamını arzu ediyoruz. Geliştirmek imkân meselesi. Devlet desteği olsaydı belki düşünebilirdik.

M23: Öncelikli amacımız burayı daha korunaklı bir hale getirmek. Balık türlerinin içinde özel suları var bunlar artık çürümeye yüz tuttu ve iyileştirilmesi lazım. Balık türlerini çoğaltmak istiyoruz. Bu müzeyi restore ederek daha iyi bir hale getirmek istiyoruz. Ayrıca şuanda İl Müdürlüğünün ve Valiliğin burayı restore etmek için bir çalışması bulunuyor. Sonucu bekliyoruz. Daha sonra da reklam, tanıtım ve internet sitesi çalışmaları planlıyoruz. İnsanlar gelip gördüğünde şaşıyorlar şuranın haline bak diyorlar. Biz kendi imkânlarımızla korumaya çalışıyoruz ama teşvik ve devlet desteği gerekiyor.

Kelime bulutunda sıklıkla tekrarlanan “zeytin ve zeytinyağı” kelimeleri, Türkiye’de gastronomi müzeleri açısından bu ürünlerin ön planda olduğunu ve bu tema altındaki müzelerin sayıca fazla olduğunu göstermektedir. Ege, Akdeniz ve Marmara Bölgeleri’nde zeytin ve zeytinyağı tarım için önemli bir argüman oluşturmaktadır. Zeytinyağı yüzyıllardır gerek tıbbi gerekse gıda sektörü alanında kullanımı nedeniyle merak uyandıran bir üründür. İnsanlar bu ilgi ve meraklarını zeytin ve zeytinyağı temalı müzeleri ziyaret ederek giderebilmektedir.

Belgelerin %54.17'sinde tekrarlanan “tadım” kelimesi gastronomi müzelerinin yaşayan müze niteliğinde olduğunu yansıtmaktadır. Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerinin çoğunluğunda tadım faaliyetleri bulunmaktadır. Yaşayarak, dokunarak, hissederek ve deneyimlerle bir müzeyi ziyaret etmek insanların ilgisini çekmektedir. Özellikle gastronomi gibi gıda alanıyla ilgili müzelerde tadım unsuru önemli bir etmendir.



Grafik 5.1. Araştırmanın Ana Temalarına İlişkin Kod Dağılımı

Araştırmanın ana temalarına ilişkin kod dağılımı Grafik 5.1.’de verilmiştir. Ana temalar aşağıda belirtilen alt kodların etrafında şekillenerek onları temsil etmektedir.

Turizm Potansiyeli: Turist, alternatif turizm çeşitleri (gastronomi turizmi, tarım turizmi), müze, yabancı, yerli

Paydaşlar: Devlet, belediye, kaymakamlık, STK, işletmeler

Tanıtım: Reklam, halkla ilişkiler, pazarlama, broşür, internet sitesi, TV programları, billboard, sosyal medya

Aktiviteler: Deneyimleme, ürün tadımı, üretimi görme, bağ bozumu, turlar

Çekicilikler: Hediyelik eşya, doğa, mutfak, kültür, rotalar

Mutfak Kültürü: Coğrafi işaret, yerel, yöresel, ürün

Yöresel Ürün: Hammadde, zeytin, ekmek, bal, üzüm, şarap, balık, baklava, dondurma

Sürdürülebilirlik: Çevre, kültür, doğa, ekonomi

Turizm Potansiyeli: Ana temalara ilişkin kod dağılımı incelendiğinde; turizm potansiyeli teması %20.3 oranla diğer ana temalar içerisinde en çok kodlanan tema olmuştur. Gastronomi müzeleri yörelerin turizm potansiyeli açısından gelişmekte olan bir olgudur. Turizm faaliyetlerine katılan bireylerin birinci önceliği dinlenme ve kültürel amaçlı seyahatler olsa da gastronomik amaçlı faaliyetler de önemli yere sahiptir. Gastronomi müzelerine yönelik yapılan bu araştırmada elde edilen verilerden turizm potansiyelinden sıklıkla bahsedilmesi, müzelerin turizm potansiyeline katkı sağladığını düşündürmektedir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde gastronomi müzelerinin ziyaretçi sayılarındaki artışın turizm potansiyelini güçlendirdiği varsayılmaktadır. Gastronomi müzeleri kişilerin ilgisini çekmekle birlikte kimi zaman turizm faaliyetlerine katılımdaki ana amaç unsuru olarak da karşımıza çıkmaktadır. Mutfak kültürüne duyulan ilgi ve merak insanları gastronomi müzelerine çekebilmektedir. Gastronomi müzeleri genellikle bulundukları yörenin mutfak kültürünü veya o yöreye ait bir ürünü tanıtmaktadır. Aynı zamanda bulundukları bölgelerde turizme canlılık katarak turizm faaliyetlerine önemli katkılar sağlayıp bölgede yeni bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Konuyla ilgili katılımcı görüşleri şu şekildedir:

M6: Müze bölgenin tanıtımında ve kalkınmasında önemli bir rol oynadı. Müzenin çevresi birden değerlendirildi. Mesafe olarak Çeşmeye olan yakınlığımızda önemli. Çeşme ve Urlta'ya gelen turistler başka bir müze olmadığı için buraya geliyorlar. Turizm potansiyeline çok fayda sağlayan bir yer oldu.

M9: Sivas'ın tanıtımına ve Sivas mutfak kültürünü tanıtmak adına iyi bir turizm potansiyeline sahip olduğunu düşünüyoruz.

M12: Müzemizin turizm potansiyeline çok katkısı var. Tekirdağ turizmine de aynı şekilde katkısı var. Birçok insan sadece bu müzeyi görmek için geliyor.

M17: Kahramanmaraş'a turizm açısından gelen turistlerin neredeyse tamamı Dondurma Müzesini ziyaret edip şehirden ayrılıyor. Dondurmanın nasıl yapıldığını merak ediyorlar.

M18: İnsanlar Gaziantep'e genellikle yemek kültürü denemek için geldiğinden müzemizi ilgi çekici buluyor. Gaziantep gastronomi şehridir. Gaziantep'e geldiklerinde mutfak adına bulabilceklerinin tamamını bu müzeden elde edebiliyorlar. Kebap çeşitleri, sulu yemekler ve meyvelerin yemeklerde nasıl kullanıldığını da buradaki mutfakta gözlemleyebiliyorlar. Bu sayede de mutfak müzesine olan ilgi ve etki artıyor. Bu müze turizm potansiyeli açısından önemli bir yerdir.

M19: Kars destinasyonlarına baktığımızda Antik Kent Ani, Sarıkamış, Kars merkez, Çıldır Gölü ve Boğatepe'dir. Ani ve Boğatepe en önemli destinasyonlardır. Müzemiz toplumun yararına bir yerdir. Bölgedeki turizmin canlanmasında çok katkısı olmuştur.

M21: Marmaris'in belli bir turist potansiyeli bulunmaktadır. Turistleri Marmaris'in dışında orman içinde kurulmuş olan bu müzeye getirerek yörenin kalkınması amaçlanmıştır. Turistlerde şuan Marmaris'ten çıkıp buralara geliyor ve buradaki köy hayatına katkıda bulunuyorlar. Burası kurulduktan sonra çevremizde birçok işletme açıldı. Yerel halka da faydası oldu.

M24: Kuşadası'nda bir misafir ağırlamak ve misafirleri memnun etmek istiyorsanız değirmene gelip o insanlara müzeyi dolaştırmanız gerekir. Çünkü Kuşadası'nda başka bir müze yok. Ele avuca gelebilecek tek tanıtım noktası burasıdır.

Tanıtım: Kodlama bakımından en fazla vurgulanan diğer bir tema ise “tanıtım” olarak yansımıştır. Müzelerin varlıklarını koruyabilmeleri açısından tanıtım önemlidir. Bilinirlik düzeyi ve tanıtım faaliyetlerinin ziyaret edilme oranına etkisi olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın ana temalarına ilişkin elde edilen kelime bulutunda da en yüksek frekans ile

tanıtım kelimesi yer almaktadır. Yukarıda yer verilen katılımcı görüşlerinde de tanıtım ele alınmıştır.

Taranan belgeler içerisinde “Aktiviteler” ve “Paydaşlar” temalı kodlar %12.8 oranı ile üçüncü sırada yer alarak gastronomi müzelerinin faaliyetleri açısından önemli konuları içermektedir.

Aktiviteler: Gastronomi müzelerinin birçoğunda deneyimleme, ürün tadımı, üretimi görme veya bağ bozumu gibi aktiviteler ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve aktif bir gezi deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır. Sadece bu deneyimleri yaşamak amacı ile turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçiler bulunmaktadır. Katılımcıların konuya ilişkin bakış açıları şu şekildedir:

M3: *Müzedede üretimi görme, deneyimleme, ürün tadımı ve hediyelik ürün satışı bulunmaktadır.*

M4: *2014 yılında Akdeniz Mutfak Günleri kapsamında etkinlikler yapılmıştı. Bu uluslararası bir organizasyondur ve Hatay’da yapıldı. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı’nın destekleriyle gerçekleşmişti.*

M12: *Ziyaretçiler şarabın yapım aşamasındaki tüm ayrıntıları öğrenmek, şarap kültürüne hakim olmak, şarap tadımında bulunmak ve şarap satın almak için müzemizi ziyaret ediyorlar.*

M13: *Baklavanın nasıl yapıldığını, yapım aşamasını öğrenmek ve baklava kültürüne hakim olmak amacıyla müzemize geliyorlar.*

M15: *Şanlıurfa’yı tanımak Şanlıurfa mutfağını tanımak ve yemeklerini öğrenmek için bu müzeye geliyorlar. Şanlıurfa’da birçok milletten insan yaşamaktadır. Geçmişte de Ermeniler, Kürtler, Araplar ve Yahudiler gibi birçok toplum bir orada yaşamıştır. Bundan dolayı da yemek kültürü çeşitlilik göstermiştir. Turistler bu çeşitliliği görmek ve tanımak istiyorlar.*

M17: *Maraş dondurmasının kıvamı çok katı olup birçok özelliğe sahiptir. Bu dondurma sahleple yapılıyor. Nasıl yapıldığını ve bu kıvamı nasıl tutturulduğunu görmek istiyorlar.*

M18: *Cumartesi günleri yörenin yemekleri ve içecekleri hazırlanıp gelen misafirlere tadım yaptırıyorduk. Meyan şerbeti, Osmanlı şerbeti, kış döneminde firik pilavı, su böreği gibi ürünleri, Ramazan ayında yuvalama veriyorduk.*

M19: *Bu müze yörenin peynir kültürü hakkında bilgiler vermektedir. Buraya gelenler genellikle Kars bölgesinde üretilen ürünler, yabani otlar, et ve süt ürünleri ile ilgileniyorlar ve çok memnun ayrılıyorlar. Bizim bölge Asya ve Kafkasya'nın Anadolu'ya açılan nizamiye kapısıdır. Bunun için o kültürlerin yemek izlerini taşıyor. Burada bu kültürü yansıtmak için yemekler yapılıyor. 17 çeşitli yerel kahvaltımız var. Yaban hayatından elde edilen bitkilerden yapılan yemekler var. Bizim burada yaşayan Rus topluluğu malakanların yemeklerinden oluşan malakan menümüz var. Kars kazı ünlüdür. Kaz menümüz var. Birde koyun ve dana etinden yapılan menümüz var bu menüyü Kars eriştesi ve Kars bulguruyla destekliyoruz. Bu bölgedeki eriklerden yapılan marmelatlar bulunuyor. Ekomüzeler bu kültürü yaşatan köy halkıyla olur. Köyde yaklaşık 35-36 ev köye gelen misafirleri sırayla misafir ediyor. Aynı gece 150-160 kişiyi konakatabiliyoruz. Hiçbir pansiyon ve otel olmadan. Ekomüzeler halk müzeleridir. Halkın desteğiyle kurulmuş halkın desteğiyle yaşatılan yerlerdir.*

M21: *Arıcılığa ve bala merakı bulunan kişiler ve bal almak isteyen turistler müzenin ziyaretine geliyor. İnsanların arıya duyduğu merak ve bal nasıl yapılıyor onu öğrenmek istiyorlar. Bal tadmak için de geliyorlar.*

Paydaşlar: Gastronomi müzelerinin faaliyetleri açısından bir diğer önemli konu iş birliği içinde bulunduğu belediye, kaymakamlık, STK, bazı işletmeler, dernekler ve devlet kurumlarıdır. Paydaşlar ile kurulan olumlu ilişkiler müzelere çeşitli faaliyetlerde katkı sağlamaktadır.

M3: *Müzeyi geliştirerek sürdürmeye ve yaşatmaya devam etmek istiyoruz. Küçükkuyu Belediyesi tanıtım amaçlı katkıda bulunmaktadır.*

M4: *Valilik bünyesinde çalışıyoruz. Müze Hatay'ın tanıtımı için önemli bir konuma sahiptir.*

M6: *Biz bir vakıf kurduk. Müze vakfın malıdır. Müzeyi destekleyen içerisinde bulunan zeytinyağı sıkım hanemizdir ve 11.000 zeytin ağacımız var. Oradaki zeytinleri sıkıp*

satıyoruz. Müzenin giderlerini karşılıyor. Şimdi sabun müzesi kurmayı düşünüyoruz. Ayrıca İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü ile çalışmaktayız onlarla eğitim programları düzenleyerek programlar yapıyoruz. İYTÜ (İzmir Yüksek Teknoloji Üniversitesi) ile işbirliği içerisinde yürüttüğümüz bir tarım okulu projesi var.

M8: Altınözü Belediyesi ve Altınözü Kaymakamlığı ile birlikte bu sene 4. Zeytin ve Zeytinyağı Festivali'ni gerçekleştirdik. Festival kapsamında yerli ve yabancı turistlere Altınözü'nde gezilecek yerlerin tanıtımını gerçekleştiriyoruz. Ayriyeten hafta sonları Altınözü'nün turistik yerlerinde turistlere broşürler dağıtarak müzemize davet ediyoruz. Bunların dışında Altınözü Kaymakamlığı ile ortaklaşa bir kadın Kooperatifi bulunmakta. Bu kooperatif, ulusal ve uluslararası tüm etkinliklere katılarak Altınözü ile ilgili tüm turistik yerlerin tanıtımına gerçekleştirmektedir.

M12: Bu aralar Tekirdağ Kültür Turizm Müdürlüğü'yle tanıtım amacıyla bir proje yapıyoruz. Biz Türkiye'nin ilk ve tek şarap müzesiyiz.

M15: Tarihi Kentler Birliğine üyeyiz. Zaten Urfa'da birçok müze var. Müzeyi geliştirmek için tüm fuarlarına katılıyoruz. TV kanallarını davet edip sıra geceleri düzenliyoruz.

Araştırma kapsamında %11.8 oran ile “çekicilikler” ve %11.1 oran sahip “yöresel ürün” temalı kodlar ise birbirine çok yakın sonuçlar vermiştir.

Çekicilikler: Gastronomi müzelerinin çekici unsurları olarak değerlendirilen hediyelik eşya, doğa, mutfak, kültür ve rotalar belgelerin %11.8'inde yer almaktadır. Çekicilikler, turistleri bir bölgeye seyahat etmek için harekete geçiren etmenler arasındadır. Bu yönüyle çekiciliklerin turizm potansiyeli üzerinde etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Bu konuyla ilgili katılımcı görüşleri şu şekildedir:

M4: Bal satışı ve apiterapi ürünlerin satışı bulunuyor.

M16: Kampanyalar düzenliyoruz, zeytinyağı tadımı yaptırıyoruz. Ürün tadımı, üretimi görme ve zeytinyağı satışımız bulunuyor.

M17: Müzenin alt katında kafemiz bulunmaktadır. Misafirlerimiz gönül rahatlığı ile buradaki ürünlerden satın alabilirler.

M19: *Kadın Bakkal diye satış mağazamız var, orada kadınların el emeği ürünler ve peynir çeşitleri bulunuyor. Köyü dörte böldük. Köydeki her mahalle bir hafta müze ile ilgileniyor. Diğer haftalarda kendi köy işlerini yapıyorlar. Çünkü turizmle ilgilenirken köy hayatından kopmalarını istemiyoruz. O hafta sıra hangi mahalledeyse köylü geliyor ve kadın bakkalın yöneticisi oluyor. Hazırladıkları ürünleri satıyorlar. Köydeki kadınlar kazanıyorlar. Köyde 7 tane peynir atölyesi var ve 2 tanesi turizme göre düzenlendi. Turistler orada imalatı canlı seyredebiliyorlar. Bazı gruplara küçük deney atölyelerinde peynir yaptırıyoruz. Peynirin yapılış sürecine dokunmuş oluyorlar. Yaz aylarında gelenleri meraya götürüp şifalı bitkiler hakkında bilgi veriyoruz. Süt elde ettiğimiz hayvanlar neyle besleniyor görmüş oluyorlar.*

M21: *Bu müzede bal tadımı yaptırılıyor. Kafeteryamız var orada da ballı yoğurt ve ballı kurabiye gibi ürünler bulunuyor. Balın nasıl üretildiği hakkında bilgiler veriliyor.*

M24: *Bizim müzemiz endüstriyel anlamda daha besleyici bir müze. Zeytinyağı sıkımının endüstriyel tarihini görebiliyorlar. Zeytinyağı tadımı yapabiliyorlar ve zeytinyağı satışımızda bulunuyor.*

Yöresel Ürün: Gastronomi müzeleri açısından yöresel ürünler önemli bir faktördür. Bazı gastronomi müzelerinin ana teması bir yöresel ürün üzerine odaklanmıştır. Yöresel ürünlerin tanıtımı ve korunması bakımından gastronomi müzeleri önem kazanmaktadır. Gastronomi müzelerinin çoğunluğu bulunduklarının bölgenin yöresel ürünü üzerine kurulmuştur. Bu nedenle yapılan araştırmada yöresel ürün teması belgelerin %11.1'ini kapsamaktadır.

Mutfak Kültürü: Bu temalı kodlamanın oranının (%9.1) diğer kodlara oranla düşük çıkması dikkat çeken bir noktadır. Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerinin bazıları mutfak kültürü üzerine kurulu olsa da birçoğu tek bir ürün tanıtımına yönelik faaliyetleri kapsadığı için bulunduğu yörenin mutfak kültürünü yansıtmada konusunda zayıf kalmaktadır. Bu durum gastronomi müzelerinin yörelerin mutfak kültürü tanıtımında yeterli olmadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Müzelerde daha çok konu aldıkları yerel ürünün tarihi, üretim safhaları ve üretim ekipmanları gibi hususlara değinilirken ürünün bulunduğu yörenin ve yöre mutfağının kültürünü tanıtımda eksikler yaşanmaktadır. Gastronomi müzelerinin bu açıdan

değerlendirilerek geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Katılımcılara “müze yörenin mutfak kültürü hakkında bilgi sunmakta mıdır?” sorusu sorulduğunda alınan yanıtlar şu şekildedir:

M3: *Yöredeki zeytin kültürü hakkında bilgiler vermektedir.*

M4: *Hatay’a özgü endemik bitkiler hakkında bilgiler verilmektedir.*

M5: *Arıcılık ve bal hakkında bilgiler sunulmaktadır.*

M12: *Ülkemizdeki şarap kültürü hakkında bilgi veriliyor diyebiliriz*

M13: *Evet veriyor. Fakat yörenin yemekleri değil de daha çok baklava ve tatlı üzerine bilgi veriliyor. İnsanlara baklavanın yapımını, tarihini, saray baklavasını ve baklavanın evrimini anlatıyoruz.*

M22: *Sadece objelerle zeytinin tarihini anlatıyoruz.*

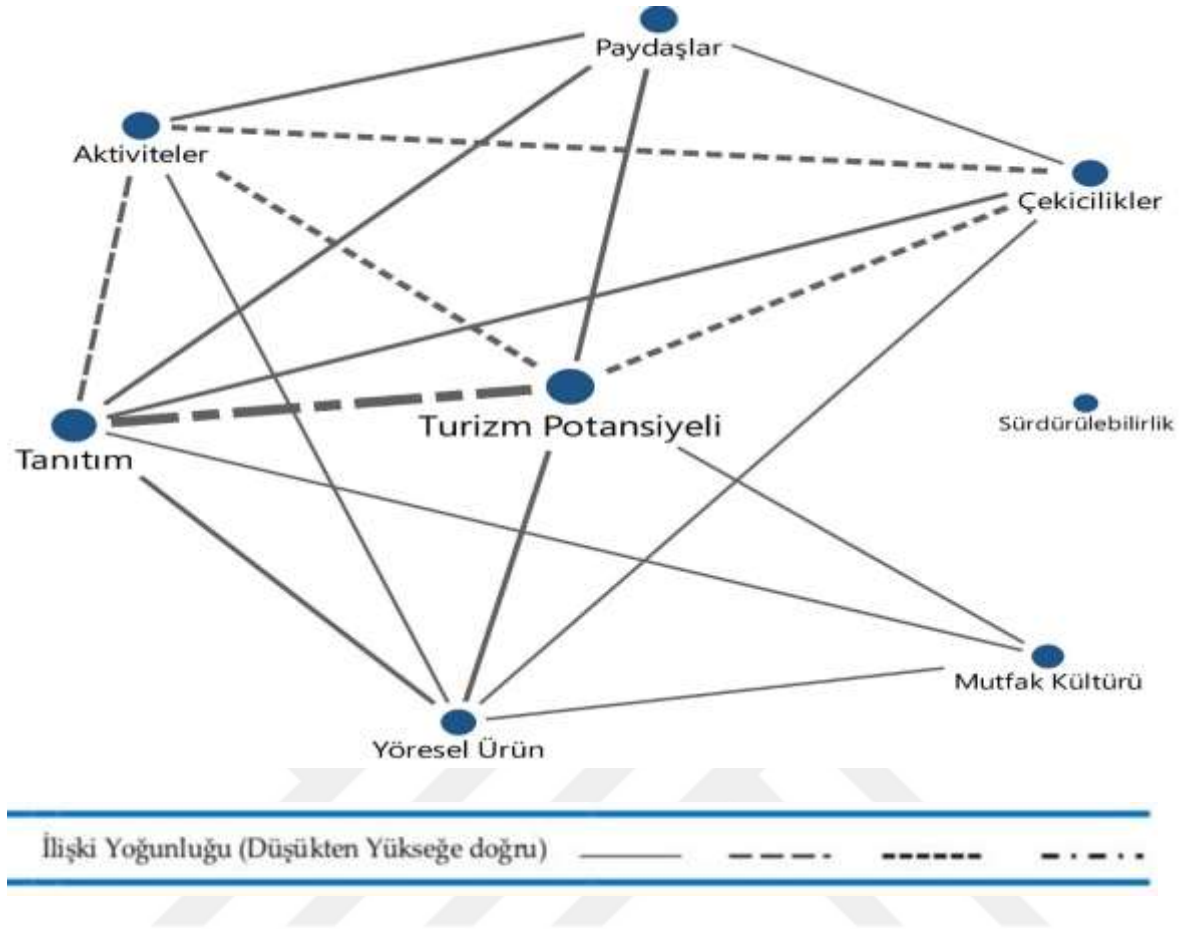
Sürdürülebilirlik: Sürdürülebilirlik teması belgelerin sadece %3.9’lük kısmında geçtiği için gastronomi müze faaliyetlerinin çevre, kültür, doğa ve ekonomi gibi sürdürülebilirlik açısından önemli faktörlere yeterince katkı sağlamadığı veya üzerinde durulmadığı düşünülmektedir.

Çizelge 5.4. Araştırmaya İlişkin Temaların İlişkiler Tarayıcısı

Kod Sistemi	Paydaşlar	Yöresel Ürün	Turizm Potansiyeli	Çekicilikler	Sürdürülebilirlik	Aktiviteler	Mutfak Kültürü	Tanıtım
Paydaşlar		22	46	31	17	38	15	37
Yöresel Ürün	22		39	23	11	29	33	37
Turizm Potansiyeli	46	39		58	14	52	30	88
Çekicilikler	31	23	58		9	50	16	38
Sürdürülebilirlik	17	11	14	9		9	10	15
Aktiviteler	38	29	52	50	9		18	39
Mutfak Kültürü	15	33	30	16	10	18		34
Tanıtım	37	37	88	38	15	39	34	

Araştırmaya ilişkin kod ilişkiler tarayıcısına Çizelge 5.4.'de yer verilmiştir. Bu çizelge araştırmaya katılanların konuya ilişkin hangi noktalara vurgu yaptığını ve ana temalar arasındaki yoğunluğu göstermektedir. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda ana temalar arasındaki ilişkiler test edilerek temaların elde edilen verilerde birlikte kullanım düzeyini göstermektedir. Analiz sonucunda sürdürülebilirlik dışında diğer tüm temaların turizm potansiyeli üzerinde yoğunlaştığı ve yüksek ilişkilerle bağdaştıkları gözlenmektedir. Katılımcıların turizm potansiyeli hakkındaki düşüncelerini ifade ettiklerinde en fazla tanıtımdan söz edildiği görülmektedir. Turizm potansiyeli ile yüksek ilişkide çıkan ikinci tema çekiciliklerdir. Üçüncü sırada ise aktiviteler yer almaktadır. Aktiviteler gastronomi müzelerini canlı tutan, ziyaretçilerin ilgisini çeken, kaliteli zaman geçirmelerine imkân sunan, akılda kalıcılığı attıran ve bu yönleriyle turizm potansiyelini arttıran etmenlerden oluşmaktadır. Turizm potansiyelini etkileyen üç ana unsur olarak tanıtım, çekicilikler ve aktiviteler temaları kabul edilebilir. Turizm potansiyelinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılırken gastronomi müzeleri faaliyetlerinin bu etmenler etrafında şekillendirilerek değerlendirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Turizm potansiyeli dışındaki temaların da farklı düzeylerde birbiriyle ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bunlar arasından birbiriyle yüksek ilişkide çıkan sürdürülebilirlik ve paydaşlar, mutfak kültürü ve tanıtım, yöresel ürün ve tanıtım dikkat çeken ve derinlemesine araştırılması gereken unsurlardır.

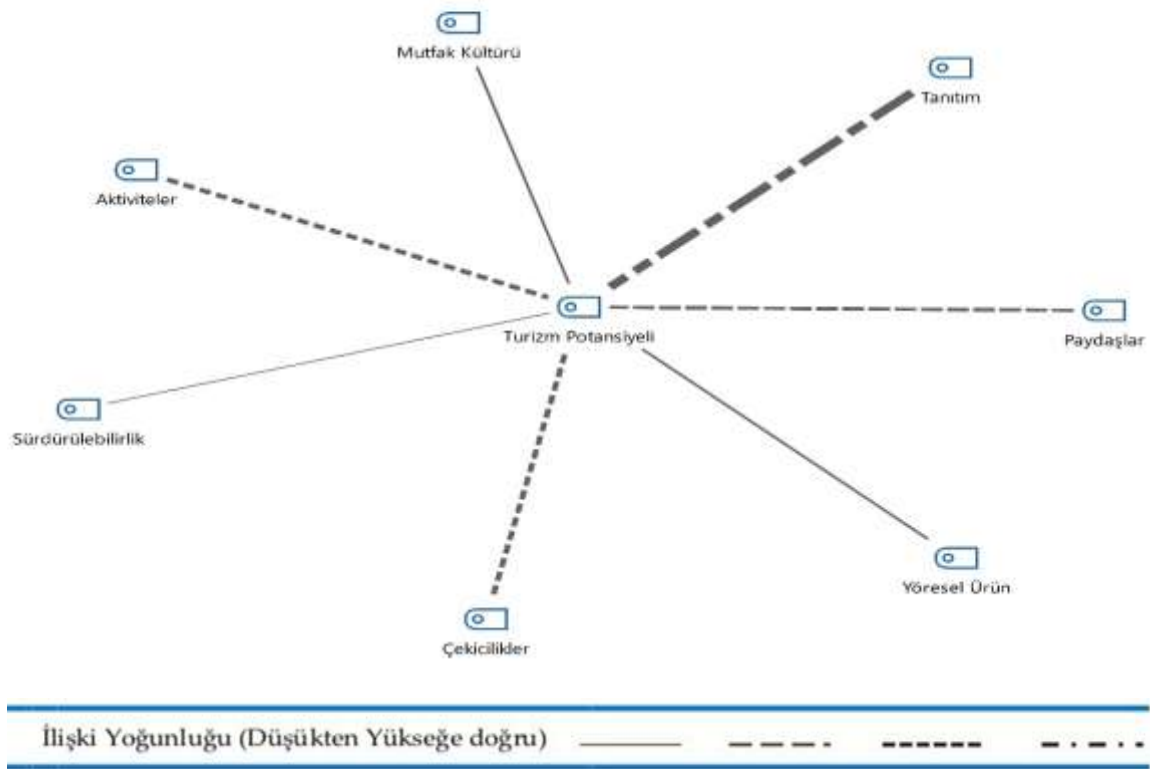


Şekil 5.3. Araştırmanın Ana Temalarına Ait İlişki Haritası

Ana temalara ait ilişki haritası karmaşık bir yapı olarak görünse de temelde basit bir mantığı içermektedir (Şekil 5.3). Temalar arası ilişkiler, ilişkinin yoğunluğuna göre derecelendirilen çizgiler ile yansıtılmıştır. Temalar arası geçiş ve buna bağlı olarak temaların birbiriyle olan ilişkileri şekilde aktarılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda uzun ve kısa çizgilerle gösterilen ve şiddeti “7/10” oranında olan turizm potansiyeli ile tanıtım teması arasındaki ilişki, diğer temalara göre en yüksek orana sahiptir. Kısa kesik çizgilerle gösterilen ilişkilerin şiddetinin oranı “6/10” olarak belirlenmiştir. Turizm potansiyeli-aktiviteler, aktiviteler-çekicilikler, çekicilikler-turizm potansiyeli arasında bu oranda ilişki derecesi bulunmaktadır. Diğer derecelendirme ise uzun kesik çizgilerle gösterilen ve üçüncü düzey bir ilişkiyi ifade eden “4/10” oranıdır. Elde edilen veriler sonucunda aktiviteler ve tanıtım arasında bu ilişki düzeyinde sonuç çıkmıştır. Bunun dışındaki ilişkiler düşük oranda kabul edilmiş ve düz çizgilerle gösterilmiştir.

Merkeze turizm potansiyeli alınarak ilişki ayrımı gözetmeksizin tüm temaların birbiri içerisinde ve karşılıklı ilişkileri Şekil 5.6. sunulmuştur. Şekil 5.7. ise merkezde bulunan turizm potansiyelinin sadece diğer temalar ile olan ilişkileri verilmiştir.

Kod Birlikte Oluşma Modeli (Çakışan Kodlar)



Şekil 5.4. Kod Birlikte Oluşturma Modeli

Bu modelde araştırmada ilişkileri test edilen temaların yanı sıra ana tema ile olan ilişkileri incelenmiştir. Kod birlikte çalışma modeli diğer analizlerle benzerlik taşımaktadır. Ancak turizm potansiyeli ile diğer temalar arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde yansıtmaktadır. Şekil 5.3.'de bulunan çizgilerin yoğunlukları Şekil 5.4. belirtilen düzeylerle aynı ölçüdedir. Turizm potansiyeli teması ile diğer temalar arasındaki ilişki düzeyi yüksekten düşüğe sırasıyla tanıtım, aktiviteler, çekicilikler, paydaşlar, mutfak kültürü, yöresel ürün ve sürdürülebilirlik şeklindedir.

5.4. Araştırmada Turizm Potansiyeline İlişkin Bulgular

Gastronomi müzelerinin bölge turizm potansiyeli üzerindeki etkilerine yönelik katılımcılara sorulan soruların yanıtları Çizelge 5.5.'de yer almaktadır. Elde edilen bu veriler araştırmanın temel amacını yansıtması açısından önem taşımaktadır.

Çizelge 5.5. Müzelerin Bölgelerin Turizm Potansiyeline Olan Etkilerine İlişkin Genel Görüşler

Sorular	Evet	Hayır	Kısmen
Yöreye olan turist akımında müze etkili midir?	16	4	4
Müze turistik gezi programlarında yer alıyor mu?	18	2	4
Müze turizm açısından çekici bir unsur olarak kabul edilebilir mi?	18	1	5
Yöreye gelen turistlerin yöreyi tekrar ziyaret etmelerinde müze etkili midir?	18	2	4

Katılımcılara “yöreye olan turist akımında müze etkili midir?” sorusu sorulduğunda; katılımcılardan 16 kişi evet, 4 kişi hayır ve 4 kişiden kısmen cevabı alınmıştır. Bu cevaplar doğrultusunda gastronomi müzelerinin bulundukları yörenin turizm hareketliliği üzerinde olumlu etkileri olduğu söylenebilir.

Katılımcılara “müze turistik gezi programlarında yer alıyor mu?” sorusu sorulduğunda katılımcıların büyük bir çoğunluğu evet cevabını vermiştir. Gezi programları, turlar ve gezi rehberlerinin müze ziyaretleri, müzelerin daha etkili kullanımını, tanıtımını ve daha iyi pazarlanmasını sağlamaktadır. Gruplar halinde gerçekleştirilen gezi programları müzenin ziyaretçi sayısını arttırmaktadır. Rehberler aracılığıyla gerçekleştirilen gezilerde ziyaretçiler müzelerde bulunan eserlerin anlam ve önemi tanıma imkânı bulur ve böylece ziyaretçiler eserler ve müze hakkında daha fazla bilgi edinmiş olurlar. Özellikle bu tür gezi programları ve tur rehberleri ile işbirliği içinde olan müzeler daha fazla ziyaretçi sayısına ulaşmaktadır. Bu nedenle müzelere yapılan tur ve gezi programları yörenin turizm potansiyeline ve gastronomi turizmine olumlu yönde etki edebilmektedir.

Katılımcılara “müze turizm açısından çekici bir unsur olarak kabul edilebilir mi?” sorusu sorulduğunda 18 kişi evet ve 5 kişi kısmen cevabını verirken sadece 1 kişi hayır cevabını vermiştir. Bu cevaplar neticesinde gastronomi müzelerinin insanları turistik faaliyetlerde

bulunma konusunda teşvik ettiğini, gastronomi müzelerinin insanlar tarafından ilgi çektiğini ve gastronomi turizmi açısından önemli birer unsur haline geldiğini söylemek mümkündür.

Katılımcılardan “yöreye gelen turistlerin yöreyi tekrar ziyaret etmelerinde müze etkili midir?” sorusunun cevabı istendiğinde 18 kişi evet, 2 kişi hayır ve 4 kişi kısmen cevabını vermiştir. Katılımcıların çoğunluğunun evet cevabı verdiği düşünüldüğünde gastronomi müzelerinin turistler üzerinde olumlu etkilere sebep olduğu ve aynı deneyimi tekrar yaşamak için yöreyi ve müzeyi ziyaret etmek isteyebilecekleri varsayılmaktadır.





ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi müzeleri belirli bir yörenin mutfak kültürünü ve yöreye ait yerel ürünleri tanıtmak, korumak ve yaşatmak amacıyla kurulan ve turizm potansiyeline olumlu etkileri olan bir turizm ürünüdür. Kültürel miras varlıklarının sürdürülebilirliğinin sağlamaya katkısı olan önemli bir çekicilik unsurudur.

Gastronomi müzelerinin turizm potansiyeline etkilerini belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada elde edilen veriler tema ve kodlar yardımıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan müze yetkilileri genellikle orta-yetişkin grubunda yer alan bireylerden oluşmaktadır. Bu katılımcıların büyük bir çoğunluğu yükseköğretim mezunudur. Ayrıca katılımcıların müzede çalışma süreleri incelendiğinde 5 yıldan az ve 5 yıldan fazla olmak üzere eşit oranda sonuçlar elde edilmiştir. Gastronomi müzelerinin genellikle 2010 yılı sonrasında kurulmaya başlandığı görülmüştür.

Araştırma kapsamında gastronomi müzelerinin turizm potansiyelini artırması ve gastronomi turizmini geliştirmesi açısından önemli bir yere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda turizm potansiyeli ile tanıtım teması arasındaki ilişki, diğer temalara göre en yüksek orana sahiptir. Tanıtım teması en sık bahsedilen tema olarak ilk sırada yer almaktadır. Turizm potansiyeli ile tanıtım temasının birlikte sıklıkla bahsedilmesi turizm potansiyelinin artırılması için tanıtımın vazgeçilmez olduğunu ispat etmektedir. Tanıtım faaliyetlerine önem veren gastronomi müzelerinin daha fazla ziyaretçi sayısına sahip olduğu görülmüştür. Turizm potansiyeli-aktiviteler, aktiviteler-çekicilikler, çekicilikler-turizm potansiyeli arasında da yüksek düzeyde ilişki derecesi tespit edilmiştir. Gastronomi müzeleri için turizm potansiyeline etki eden unsurlar incelenirken tanıtımın ardından çekicilikler ve aktiviteler temalarının önemli olduğu analiz edilmiştir.

Sürdürülebilirlik açısından gastronomi müze faaliyetlerinin yetersiz kaldığı görülmüştür. Araştırmada gastronomi müzelerinin varlıklarını sürdürme noktasında endişeler yaşadığı ve faaliyetlerini geliştirilmeleri için destek ve teşviklere ihtiyaç duyduğu sonucuna varılmıştır.

Gastronomi müzelerinin geliştirilmeye açık olmasının yanı sıra maddi yetersizlikler nedeniyle bu durumun sağlanamadığı görülmüştür. Paydaşlarından destek alan gastronomi müzelerinin ise sürdürülebilirliği sağlamak için stratejik planları bulunmaktadır.

Gastronomi müzelerinin temel amaçları arasında mutfak kültürünü tanıtmak yer almaktadır. Araştırmaya konu olan gastronomi müzelerinin çoğunluğunun mutfak kültürü tanıtımında yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır. Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerinde genellikle tek bir ürün üzerine odaklanıldığı için müzeler bulunduğu yörenin mutfak kültürünü yansıtmakta zayıf kalmaktadır. Gastronomi müzelerinde daha çok sergilenen yerel ürünün tarihi, üretim safhaları ve üretim ekipmanları gibi konular ele alınırken, ürünün bulunduğu yörenin mutfak kültürünü aktarma da eksikler yaşanmaktadır. Gastronomi müzelerinin bu açıdan değerlendirilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Gastronomi müzelerinin yöreye olan turist akımında çekici bir unsur olduğu katılımcıların çoğunluğu tarafından ifade edilmiştir. Turistlerin yöreyi tekrar ziyaret etmelerinde gastronomi müzelerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Gastronomi müzeleri ziyaretçilerine sağladığı deneyimler ve özellikleri sayesinde yaşayan müze olarak değerlendirilmektedir.

Turizmde varlığı yeni hissedilmeye başlanan gastronomi müzeleri, Türk mutfak kültürünün zengin değerlerinin ortaya çıkarılması ve korunması açısından yeni bir pencere oluşturmaktadır. Bu nedenle gastronomi müzelerinin turizm potansiyeline ve gastronomi turizmine sağladığı katkılar değerlendirilerek sunulan öneriler gastronomi müzelerinin gelişmesi ve yaşanılabilir sorunların engellenmesi açısından önemlidir.

Gastronomi müze faaliyetlerinin geliştirilmesi ve turizm potansiyeline olan etkilerinin artırılmasına yönelik öneriler:

- Gastronomi müzelerinin reklam ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir.
- Gastronomi müzelerinin seyahat acenteleri ve tur programları ile iş birliği yaparak ziyaretçi sayılarını artırmaları gerekmektedir.
- Gastronomi rotaları ile gastronomi müzelerinin ortak bir paydada buluşması önemlidir.

- Müzelerin mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla gerçekleştirdiği tadım, deneyimleme ve üretimi yerinde görme gibi aktivitelerini arttırmaları gerekmektedir.
- Gastronomi müzelerinin sosyal medya, internet sitesi ve TV programları gibi güncel teknolojik imkânlardan daha fazla yararlanarak kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir.
- Ulusal ve uluslararası turizm etkinliklerinde gastronomi müzeleri tanıtılmalıdır.
- Sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler işbirliği yaparak gastronomi ve kültür şenlikleri organizasyonları yapılmalıdır.
- Yabancı ziyaretçi sayısının artırılması ve Türk mutfak kültürünün tanıtımı için farklı faaliyetlerin ve işbirliklerin organize edilmesi gerekmektedir.
- Yerel, ulusal ve uluslararası basın ile tanıtım faaliyetleri hızlandırılmalıdır.
- Gastronomi müzelerinin faaliyetleri için politikalar, teşvikler ve destekler arttırılmalıdır.
- Gastronomi müzelerinin gelişimine katkı sağlaması açısından Gastronomi ve Mutfak Sanatları mezunlarının müzelere yetkili ve sorumlu kişi olarak dâhil edilmesi sağlanmalıdır.
- Yörelere gastronomik değere sahip ürünleri değerlendirilerek turizme katkı sağlayan ürünlere dönüştürülmesi ve bu yöresel ürünlerin tanıtımının yapıldığı yeni gastronomi müzelerinin kurulması gerekmektedir.
- Gastronomi müzelerinin sürdürülebilirliğine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Hali hazırda bulunan gastronomi müzeleri için iyileştirme ve geliştirme politikalarının izlenmesi önemlidir.
- Gastronomi müzelerinin faaliyetlerine katkı sağlayan yeni ve güncel araştırma metodlarına dayanan akademik çıktılar arttırılmalıdır.

- Müzeler bulundukları yörenin mutfak kültürünü yeteri düzeyde yansıtarak tanıtımına önem vermelidir.
- Gastronomi müzelerinin gastronomi turizminin gelişimi üzerindeki rolü attırılmalıdır ve bu açıdan önemi ortaya konulmalıdır.

Turizm potansiyeli açısından Türkiye'deki gastronomi müzelerinin analizi konulu bu araştırmanın ileride bu konu ile ilgili yapılacak olan bilimsel çalışmalara kaynak oluşturarak ışık tutacağı düşünülmektedir.



KAYNAKLAR

- Ağcakaya, H. ve Can, İ.I. (2019). Sürdürülebilir Turizm Faaliyeti Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Değerlendirilmesi. **VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium**, 816-828.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**. 3(3), 79-89.
- Aksoy, M., İflazoğlu, N. ve Canbolat, C. (2016). Avrupa Aşçılık Tarihi: Antik Yunan'dan Sanayi Devrimi'ne. **Journal of Recreation and Tourism Research**, 3(1), 54-62.
- Akyürek, S. ve Erdem, B. (2019). Gastronomy Museums as Sustainable Hangouts in Gastronomy Tourism: A Gastronomy Museum Proposal for Gümüşhane City, Turkey. **TURIZAM**, 23(1), 17-33.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2012). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı**. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Araboğa, Y. (2018). *Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 14(23), 91-96.
- Aziz, A. (2013). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri**. Ankara: Nobel Yayınları.
- Azzopardi, E. ve Nash, R. (2016). A framework for island destination competitiveness-perspectives from the island of Malta, **Current Issues in Tourism**, 19(3), 253-281
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2013). **Turizm Ekonomisi**, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayın No: 1865, Kozak, M. (Ed.) 1. Baskı Eskişehir.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. **Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 7(1), 231-274.
- Barrère, C., Bonnard Q. ve Chossat V. (2012). *Food, Gastronomy and Cultural Commons*. In Bertacchini, E., Bravo, G., Marrelli, M. and Santagata, W. Edward (eds.). Cultural Commons, Elgar Publishing Limited: Britain (UK), 129-150.
- Baştürk, S., ve Taştepe, M. (2013). **Evren ve örneklem. Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Vize Yayıncılık
- Bekar, A., Arman, S. ve Sürücü, C. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru olarak Gastronomi Müzelerini: Marmaris Bal Evi Örneği. **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 5(42), 468-477.

- Bianci, R. V. (2003). Place and Power in Tourism Development: Tracing the Complex Articulations of Community and Locality. *Centre for Leisure and Tourism Studies* (United Kingdom), 1(1),13-32.
- Birdir, K., Akyürek, S. ve Kızılcık, O. (2018). Yerli ve Yabancı Turistlerin Çevrimiçi Yorumları Işığında Türkiye’de Gastronomi Müzeleri İçin Yeni İçeriklerin Tartışılması. *The Second International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, 615-623.
- Büyükepekçi, B. (2019). *Gastronomi Turizmi Açısından Mevlevi Mutfağının Konya Turizmine Katkısı*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Büyükaşvarcı, A., Şapçılar, M. C. ve Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 11, 186-201.
- Can, A. (2018). *SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Ceyhun-Sezgin, A. ve Akbıyık, T. (2021). Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 9(1), 153-184.
- Ceyhun-Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2018). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Gastronomi Müzelerinin Değerlendirilmesi*. İç. Yamaner, F. ve Eyuboğlu, E. (ed.). *Toplum ve Spor Bilimleri Araştırma Örnekleri*. Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Cömert, M. ve Durlu-Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 2(2), 62-64.
- Çağlı, I.B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalikuşu, S. (2018). *Turizmin Çeşitlendirilmesi Kapsamında Rekreasyon Turizmi: İzmir-Çeşme Örneği*. Manisa Celal Bayer Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi, Muğla.
- Çetin, M. ve Küçükkömürlü, S. (2019). Destinasyon Çekilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin Ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.
- Demirci, B. (2021). *Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Web Sitelerinin İçerik Analizi*, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1184-1199
- Dixit, S. K. (2019). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge: London
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretleme Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.

- Edinsel, S. ve Adıgüzel, O. (2014). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 167-190.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. ve Sönmez, S. (2013). *Dünyada, Türkiye'de, Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin Ve Zeytinyağı*. Edremit Belediyesi Yayınları: Balıkesir
- Emir, O. (2017). Entrepreneurs' Perceptions of the Economic, Social and Physical Impacts of Tourism. World Academy of science, *Engineering and Technology International Journal of Social and Business Sciences*, 11(2), 465-468.
- Erdoğan-Aracı, Ü. (2016). *Türk Mutfağı*. İç. Kurgun, H. ve Bağiran-Özşeker, D. *Gastronomi ve Turizm*, Detay Yayıncılık: Ankara, 121-138.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*, Burlington (USA): Butterworth-Heinemann.
- Guzman, T.-L. ve Canizares, S.-S. (2011). Gastronomy Tourism and Destination Diffrentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics ve Finance*, 29, 63-72.
- Güdek, M. ve Boylu, Yasin. (2017). Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 489-503
- Gür, B. (2017). Antik Çağ'da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri. *History Studies İnternaitonal Journal of History* 9(2), 139-155
- Güzel-Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Hjalager. A.M. ve Richards, G. (Eds.) (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Horng, J.S., (Simon) Tsai, C.T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Ivanović, S., Galičić, V. ve Pretula, M. (2008). Gastronomy as a Science in the Tourism and Hospitality Industry. *Management of the Product Life Cycle and Competitiveness on the Tourist Market*, 571-579.
- Karahan, M. Bal, V. ve Çağatay, U. (2013). Turizm Potansiyeli Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesinde Yerel Aktörlerin Rolü: Gaziantep Örneği. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 50(578), 61-75.
- Kervankıran, İ. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış. *Turkish Studies*, 9 (11), 345-369.
- Kervankıran, İ. ve Eryılmaz, A. G. (2015). *Müzelerin Türkiye Turizmindeki Yeri Nedir? Türkiye'de Müze Turizmini Mekânsal Dağılımına Genel Bir Bakış*. I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators, 602-614.

- Keskin, E., Örgün, E. ve Akbulut B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(5), 255-267.
- Kivela, J. Crotts, J. (2015). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık 5. Baskı.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2019). *Genel Turizm – İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık 21.Baskı.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publishing
- Kuckartz, U. ve Radiker, S. (2019). *Analyzing qualitative data with MAXQDA*. New York: Springer International Publishing.
- Küçükkömürler, S., Boran-Şirvan, U. N. Ve Ceyhun-Sezgin, A. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(8), 78-85.
- Lam, A. (2011). *Designing is Cooking: A Museum of Gastronomy*. Unpublished Master’s Dissertation, Virginia Polytechnic Institute, Virginia.
- Leonard, J.L., Carson, L.J. (1997). *An Indroduction to Tourism*. Oxford: Butterwort-Henemann.
- Mankan, E. (2017a). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 12(1), 157-176.
- Mankan, E. (2017b). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 12(4), 641-654.
- Miral-Çavdırılı, C. ve Adan-Gök, Ö. (2020). Müzeler ve Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism And Gostromy Studies*, 8 (3), 2241-2262
- Navarro, G. and Xavier Medina, F. (2018). *Stamps, Tourism and Gastronomy: The Role of Gastronomy in Promoting Tourism in Spain Through the Postage Stamp*. In. Xavier Medina, F. and Tresserras, J. (eds.). Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives. Universidad de Guadalajara: Mexico, 15-29.
- Nelson, S. (2010). The Cooking Hypothesis Revisited: Fresh Food for Thought: A Review of Richard Wrangham, *Catching Fire: How Cooking Made Us Human*. *Evolutionary Psychology*, 8(3), 340-342.
- Oğuz, S. ve Unur, K. (2017). Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 409-429.

- Okan, B. (2016). Günümüzde Müzecilik Anlayışı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 187-197
- Olçay, A ve Albuz, N. (2016). *İnanç Turizmi ve Türkiye'nin Tanımına Katkısı*. İç Ö. Mehmet (ed.). *Uluslararası Tanıtımda Medya ve Türkiye*. Dora Yayıncılık.
- Özbay, G. (2017). *Dünden Bugüne Gastronomi*. İç. Sarıışık, M. (ed.). *Gastronomi Bilimi* Detay Yayıncılık: Ankara syf:1-35.
- Özdemir, G. ve Dülger-Altınır, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özgen, I. (2013). *Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış*. İç. Sarıışık, M. (ed.). *Uluslararası Gastronomi*, Detay Yayıncılık: Ankara syf:1-26.
- Özgürel G. ve Karadağ Ü. (2017). *Kapırcuk Kültür ve Gastronomi Evi'nin Marmaris Turizmine Katkıları (Bildiri)*. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi
- Özkasım, H. ve Ögel, S. (2005). Türkiye’de Müzeciliğin Gelişimi. *İTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 96-102.
- Öztürk Sözen, M. (2007). 1982’ den Sonrasında Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri. *Sosyo Ekonomi*, 2(1), 63-88.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Patton, M. Q. (2002). Nitel sorgulamadaki yirmi yıllık gelişmeler: Kişisel, deneyimsel bir bakış açısı. *Nitel Sosyal Hizmet*, 1(3), 261-283.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A.S. ve Mutlu, H. (2019a). Türkiye’deki Gastronomi Müzelerinin Turistik Sunum Farklılıkları Açısından Araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 12(68), 1211-1231.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A.S. ve Mutlu, H. (2019b). Mutfak Müzelerinin Sergileme Şekilleri ve Turist Rehberlerinin Etkisi: Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi Örneği. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(2), 105-112.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sarı Gök, H. ve Şalvarcı, S. (2021). Türkiye’deki Gastronomi Temalı Müzelere Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 120-140.
- Sarıışık, M. (2017). *Gastronomi Bilimi*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2), 264-278.

- Scarpato, R. (2002). *Gastronomy as a Tourist Product: the Perspectives of Gastronomy Studies*. In A-M Hijager and G. Richards (eds.). *Tourism and Gastronomy*, Routledge: London.
- Seçilmiş, C. ve Soydan, E. (2020). Türkiye’de Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Paydaş Görüşleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 69-96.
- Sezen, T.S. (2018). *Gastronomi Müzeleri*. İç. Akbaba, A. ve Çetinkaya, N. (ed.). **Gastronomi ve Yiyecek Tarihi**. Detay Yayıncılık: Ankara
- Sezer, S.S. (2010). *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Solmaz, S.A. ve Türkay, O. (2010). *Turistik Otel İşletmelerinde Çapraz Eğitimin Rolü: Zincir Otel İşletmeleri Örneği*, 9. Geleneksel Turizm Paneli, Sakarya, ss. 1-173
- Sormaz, Ü. ve Güneş, E. (2016). Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey *International Journal Of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27-31.
- Sormaz, Ü., Akmeşe, H., Güneş, E. ve Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance* 39, 725-730.
- Suna, D. ve Alvarez, M. D. (2019). Gastronomic Identity of Gaziantep: Perceptions of Tourists and Residents. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 7(2), 167-187.
- Şahan, M. (2005). Müze ve Eğitim. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(3), 487-501.
- Şahin, Ö. ve Aydın, A. (2017). A Cultural, Gastronomic, and Touristic Asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum Case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(5), 180-199.
- Şahin, Ö. ve Aydın, A. (2019). *Özel Muğla Arıcılık Müzesi’nin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi (Bildiri)*. 20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. Anadolu Üniversitesi Basım Evi: Eskişehir
- Tunde, A. M. (2012). Harnessing Tourism Potentials For Sustainable Development: A Case of Owu Water Falls in Nigeria. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 14(1), 119-133.
- UNESCO, (2009). *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe*, Ecological Tourism in Europe – ETE
- Usta, Ö. (2009). **Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşımı**. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Üner, H. E. ve Güzel Şahin, G. (2016). Türkiye Gastronomi Potansiyelinin Her Şey Dâhil Sistemi İçinde Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 76-100.
- Wilkins, J. ve Hill, S. (1994). *Archetratus: The Life of Luxury*. Blackawton, Totnes: Prospect Books.

- Williams, S. (2003). *Tourism Geography*. Routledge, Taylor ve Francis: London and New York.
- Xaiver Medina, F. and Tresserras, J. (2018). *Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives*. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Özata, E. (2017). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Ders Programı Algılarının Akademik Başarıları Üzerine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4),17-32.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yeşilyurt, H. ve Arıca, R. (2018). Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Derneği*, 2(1), 60-70.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz, H. ve Şenel, P. (2014). *Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri*, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara, 499-510.
- Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), 103:126.
- Zengin, B. ve Şengel, Ü. (2010). *İstanbul Kapalı Çarşı Esnafının Turizm Algısı*, 13. Geleneksel Turizm Paneli, İstanbul, 160-170.

İnternet Kaynakları

- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü UNWTO (2020). <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> sayfasından erişilmiştir. Erişim tarihi: 07.03.2020
- İnternet 1: (2017). <http://www.arcomem.eu/5-food-museums-visit-europe> Erişim Tarihi:20.10.2020.
- İnternet 2: (2017). <https://celticgrouphostels.com/food-and-drink-attractions-in-ireland> Erişim Tarihi:20.10.2020.
- İnternet 3: (2018). <https://www.ensonhaber.com/seyahat/yemek-icin-gezenlere-dunyaca-unlu-yemek-muzeleri> Erişim Tarihi:20.10.2020.
- İnternet 4: (2018). <https://www.tripzilla.com/food-museums-asia/81296> Erişim Tarihi:20.10.2020.

İnternet 5: (2020). https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_food_and_beverage_museums
Erişim Tarihi:20.10.2020.

İnternet 6: (2020). <https://travelaway.me/museums-food-europe/> Erişim Tarihi:20.10.2020.

İnternet 7: (2020). <https://www.atlasobscura.com/lists/38-museums-devoted-to-a-single-food> Erişim Tarihi:20.10.2020.

İnternet 8: (2020). <https://www.indiafoodnetwork.in/food-stories/10-must-visit-food-museums-world/> Erişim Tarihi:20.10.2020.

İnternet 9: (2020). <https://www.oxfordsymposium.org.uk/favourite-food-museums/> Erişim Tarihi: 20.10.2020

İnternet 10: (2020). <http://www.cultour.gr/the-greek-gastronomy-museum/> Erişim Tarihi: 21.10.2020

İnternet 11: (2020). <https://euda.eu/gastronomy-museum-prague> Erişim Tarihi:21.10.2020

İnternet 12: (2020). <https://mustardmuseum.com/the-mustard-museum/history-of-the-museum/> Erişim Tarihi:21.10.2020

İnternet 13: (2020). <https://www.gelatomuseum.com/en/history> Erişim Tarihi: 22.10.2020

İnternet 14: (2020). <https://www.yellowstoneteton.org/idaho-potato-museum> Erişim Tarihi:21.10.2020

İnternet 15: (2020). https://www.wikianjou.fr/index.php/Mus%C3%A9duchampignon_de_Saumur
Erişim Tarihi:22.10.2020

İnternet 16: (2020). [https://en.wikipedia.org/wiki/Museo_del_vino_\(Torgiano\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Museo_del_vino_(Torgiano)) Erişim Tarihi:22.10.2020

İnternet 17: (2020). https://en.wikipedia.org/wiki/Beer_Can_Museum Erişim Tarihi:22.10.2020

İnternet 18: (2020). <https://www.piop.gr/en/diktuo-mouseiwn/Mouseio-Elias-Kai-Ellinikou-Ladiou/to-mouseio.aspx> Erişim Tarihi:22.10.2020

İnternet 19: (2020). https://en.wikipedia.org/wiki/Museo_dell%27olivo_e_dell%27olio
Erişim Tarihi:23.10.2020

İnternet 20: (2020). <https://www.museumslondon.org/museum/189/twinings-museum>
Erişim Tarihi:23.10.2020

İnternet 21: (2020). <https://www.hisour.com/coffee-museum-sao-paulo-brazil-54262/>
Erişim Tarihi:23.10.2020

İnternet 22: (2020). https://fr.wikipedia.org/wiki/Mus%C3%A9_du_fromage_cheddar
Erişim Tarihi:23.10.2020

- İnternet 23: (2020). <https://prosciuttodiparma.museidelcibo.it/scopri-il-museo/la-sede-del-museo> Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 24: (2020). <https://thisbelongsinamuseum.com/harold-m-freund-american-museum-of-baking-in-kansas/> Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 25: (2020). https://en.wikipedia.org/wiki/European_Bread_Museum Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 26: (2020). <https://www.barcelona.de/en/barcelona-chocolate-museum.html> Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 27: (2020). https://fr.wikipedia.org/wiki/Mus%C3%A9_du_Bonbon_%C3%A0_Uz%C3%A8s Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 28: (2020). <https://www.atlasobscura.com/places/german-food-additives-museum> Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 29: (2020). https://en.wikipedia.org/wiki/Gourmet_Museum_and_Library Erişim Tarihi: 23.10.2020
- İnternet 30: (2020). <http://turklezzetmuzesi.com/tr/index.php/hakkimizda/> Erişim Tarihi: 08.12.2020
- İnternet 31: (2020). <http://www.peliticikolatamuzesi.com/> Erişim Tarihi: 15.12.2020
- İnternet 32: (2021). <https://www.cnnturk.com/turkiye/istanbulun-gizli-kalmis-balik-muzesi-52-yil-once-tutulmus-balik-bile-yer-aliyor> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 33: (2021). <http://balikmuzesi.com/hakkimizda> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 34: (2021). <https://www.milliyet.com.tr/gundem/dunyada-ilk-turkiyede-tek-o-da-beylikduzunde-2731418> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 35: (2021). <http://balikmuzesi.com/> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 36: (2006). <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/turkiye-nin-tek-ari-muzesi-4910316> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 37: (2021). <http://www.polonezkoyaricilik.net/> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 38: (2021). https://tr.wikipedia.org/wiki/Ekmek_M%C3%BCzesi Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 39: (2021). <http://www.ankarahalkekmek.com.tr/fabrikamiz/ekmek-muzesi> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- İnternet 40: (2021). <https://www.aoc.gov.tr/Portal/Geziyerlerimiz/ataturk-orman-ciftligi-muze-ve-sergi-salonu/37> Erişim Tarihi: 02.03.2021

İnternet 41: (2021). <https://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda> Erişim Tarihi: 02.03.2021

İnternet 42: (2021). <https://aydin.ktb.gov.tr/TR-64421/cine-aricilik-muzesi.html> Erişim Tarihi: 02.03.2021

İnternet 43: (2021). <https://kapurcuk.com/> Erişim Tarihi: 02.03.2021

İnternet 44: (2021). <https://www.maybir.org.tr/aricilik-muzesi-tarihce> Erişim Tarihi: 02.03.2021

İnternet 45: (2021). <https://ayvalikto.org.tr/en/ayvalik-turizmi/> Erişim Tarihi: 03.03.2021

İnternet 46: (2020). <https://www.hurriyet.com.tr/lezizz/galeri-hatay-gastronomi-evi-turkiyeye-rol-model-oldu-41536333> Erişim Tarihi: 03.03.2021

İnternet 47: (2020). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/zeytin-ve-zeytinyagi-muzesi-ziyaretlerini-zaman-yolculuguna-cikariyor/2052774> Erişim Tarihi: 03.03.2021

İnternet 48: (2021). <https://kentmuzeleri.com/Gaziantep-Mutfak-Muzesi> Erişim Tarihi: 05.03.2021

İnternet 49: (2018). <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gaziantep-doktor-baklava-muzesi-kurdu-1098799> Erişim Tarihi: 05.03.2021

İnternet 50: (2021). <http://www.kahramanmaras.gov.tr/tematik-uygulamali-tarihi-mutfak-muzesinin-acilisi-gerceklestirildi> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 51: (2019). <https://marasavucumda.com/dulkadiroglu-tematik-mutfak-muzesi/> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 52: (2019). <https://marasavucumda.com/kahramanmaras-dondurma-muzesi/> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 53: (2017). <https://www.sanliurfa.bel.tr/icerik/70/623/mutfak-muzesi> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 54: (2016). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/restoraninda-40-bin-antika-esya-sergiliyor-630241> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 55: (2012). <https://www.haberler.com/yoruk-kulturunu-yasatmak-amaciyla-2-5-milyon-3713870-haberi/> Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 56: (2021). https://en.wikipedia.org/wiki/Kutman_Wine_Museum Erişim Tarihi: 06.03.2021

İnternet 57: (2021). https://www.tutap.com.tr/detay_tanitim/caykur-cay-muzesi/871 Erişim Tarihi: 07.03.2021.

İnternet 58: (2021). <https://www.egea.com.tr/index.php?do=dynamic/viewvepid=7> Erişim Tarihi: 07.03.2021.

UNWTO, 2020. *Report, Gastronomy Network*.
<https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-05-17/2nd-unwto-report-gastronomy-tourism-sustainability-and-gastronomy> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 10.09.2020.

Resim Kaynakları

Resim 3.1. <http://www.cultour.gr/the-greek-gastronomy-museum/> Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 3.2. https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g189400-d7257986-Reviews-Greek_Gastronomy_Museum-Athens_Attica.html Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 3.3. https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g274707-d3308582-i70037809-Gastronomy_Museum_Prague-Prague_Bohemia.html Erişim Tarihi:21.10.2020

Resim 3.4. <https://www.muzeumgastronomie.cz/en/node/54> Erişim Tarihi:21.10.2020

Resim 3.5. <https://www.changesinlongitude.com/national-mustard-museum/> Erişim Tarihi: 21.10.2020

Resim 3.6. <https://www.haberturk.com/ekonomi/turizm/haber/732781-istah-acan-muzeler-galeri> Erişim Tarihi:21.10.2020

Resim 3.7. <https://www.themaggar.com/dondurma-bulunusu-tarihi-cesitleri/> Erişim Tarihi:22.10.2020

Resim 3.8. https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g1079064-d3780577Reviews-Gelato_MuseumAnzola_dell_Emilia_Province_of_Bologna_Emilia_Romagna.html Erişim Tarihi:22.10.2020

Resim 3.9. https://www.tripadvisor.co.nz/ShowUserReviews-g35390-d3168093-r131995064-Idaho_Potato_Museum-Blackfoot_Idaho.html Erişim Tarihi:21.10.2020

Resim 3.10. <https://www.atlasobscura.com/places/idaho-potato-museum> Erişim Tarihi:21.10.2020

Resim 3.11. <https://www.musee-du-champignon.com/> Erişim Tarihi:22.10.2020

Resim 3.12. https://www.anjou-tourisme.com/fr/diffusio/visites/musee-du-champignon-saumur_TFOPCUUSMUSEECHAMPIGNON Erişim Tarihi:22.10.2020

Resim 3.13. <https://www.artribune.com/turismo/2019/04/museo-vino-torgiano/> Erişim Tarihi:22.10.2020

Resim 3.14. ve 3.15. <https://www.atlasobscura.com/articles/beer-can-archaeologist> Erişim Tarihi:22.10.2020

- Resim 3.16. <https://www.greece-is.com/the-olive-temple/> Erişim Tarihi:22.10.2020
- Resim 3.17. <https://www.landlifetravel.com/olive-oil-museum-of-sparta/> Erişim Tarihi:22.10.2020
- Resim 3.18. <https://www.gamberorosso.it/notizie/the-extra-vergin-olive-oil-il-museo-dell-olivo-e-dell-olio-di-torgiano-ospita-la-presentazione-del-manuale-scientifico-dedicato-all-olivicoltura/> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.19. <https://www.club-del-vino.com/it/moo-museo-dellolivo-e-dellolio/> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.20. <https://www.visitlondon.com/things-to-do/place/401279-twinings-tea-shop-and-museum> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.21. https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g186338-d3677509-i89234614-Twinings-London_England.html Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.22. <https://www.turismosantos.com.br/?q=en/node/1677> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.23. <https://www.outlookindia.com/outlooktraveller/photos/the-coffee-museum-in-santos-brazil/19260> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.24. <https://www.laterre.ca/actualites/en-region/un-million-dinvestissements-pour-vivre-lexperience-du-fromage> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.25. <https://www.bonjourquebec.com/en-ca/listing/things-to-do/heritage-sites-and-attractions/museums-and-historic-sites/la-vieille-fromagerie-perron-musee-du-fromage-cheddar-1175508> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.26. <https://www.atlasobscura.com/places/museum-italy-prosciutto-di-parma> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.27. <https://www.viator.com/tours/Parma/Parmigiano-Reggiano-Traditional-Balsamic-Vinegar-and-local-hidden-cured-meats/d27234-6739P6> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.28. <https://thisbelongsinamuseum.com/wp-content/uploads/harold-m-freund-american-museum-of-baking-in-kansas-500x375.jpg> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim3.29.<https://www.lasr.net/travel/state.php?Kansas+MuseumsveAttractionCategory=MuseumsveVA=YveTravelTo=ks> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.30. <http://www.breadculture.net/album/slides/P-45.html> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.31. <https://www.wander.am/travel/ebergotzen-41967/places/european-bread-museum-185847.en.html> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.32. https://www.getyourguide.com/activity/barcelona-l45/barcelona-museu-de-la-xocolata-tickets-t164394?utm_force=0 Erişim Tarihi:23.10.2020

- Resim 3.33. https://www.tripadvisor.com.tr/ShowUserReviews187497d619690r469864532-Museu_de_la_Xocolata-Barcelona_Catalonia.html Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.34. ve 3.35. <http://www.museedupaysduder.com/tarif-musee-haribo-uzes/> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.36. ve 3.37. <https://www.atlasobscura.com/places/german-food-additives-museum> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.38. <https://www.liegetourisme.be/musee-de-la-gourmandise.html> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.39. <https://shanghailiving.com/gourmet-library/> Erişim Tarihi:23.10.2020
- Resim 3.40. ve 3.41. <https://msa.com.tr/muze> Erişim Tarihi: 08.12.2020
- Resim 3.42. ve 3.43. <http://turklezzetmuzesi.com/tr/> Erişim Tarihi: 08.12.2020
- Resim 3.44. <http://www.peliticikolatamuzesi.com/> Erişim Tarihi: 15.12.2020
- Resim 3.45. <https://seyyahdefteri.com/pelit-cikolata-muzesi-nerede-nasil-gidilir/> Erişim Tarihi: 15.12.2020
- Resim 3.46. <https://www.haberturk.com/video/haber/izle/istanbulda-gizli-kalmis-balik-muzesi/712833> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.47. <https://www.cnnturk.com/turkiye/istanbulun-gizli-kalmis-balik-muzesi-52-yil-once-tutulmus-balik-bile-yer-aliyor> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.48. <http://balikmuzesi.com/> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.49. <https://www.iha.com.tr/haber-turkiye-deniz-canlilari-muzesi-ziyaretci-rekoru-kirdi-795718/> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.50. <http://www.polonezkoy.biz/polonezkoy-aricilik-muzesi.html> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.51. <https://polonezkoy.com/alisveris/> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.52. ve 3.53. <http://www.ankarahalkekmek.com.tr/fabrikamiz/ekmek-muzesi> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.54. ve 3.55 <https://www.aoc.gov.tr/Portal/Geziyerlerimiz/ataturk-orman-ciftligi-muze-ve-sergi-salonu/37> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.56. <https://www.gastronomiturkey.com/haber/kostem-zeytinyagi-muzesi-her-yonuyle-ornek-yasayan-bir-muze-kompleksi-h10810> Erişim Tarihi: 02.03.2021
- Resim 3.57. <https://www.turkascihaberleri.com/FotoGaleri/958/Urla-da-Zeytinyagi-Muzesi-Acildi.html> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.58. ve 3.59. <https://www.oleatrium.com> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.60. <https://visitaydin.com/aydin/s/f14a9c56-ef55-11e9-8e1d-04922610b1bc> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.61. <https://aydin.ktb.gov.tr/TR-64421/cine-aricilik-muzesi.html> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.62. ve 3.63. <https://kapurcuk.com/> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.64. ve 3.65. <https://www.marmarisbalevi.com.tr/> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.66. ve 3. 67. <https://www.maybir.org.tr/aricilik-muzesi-envanter-resimleri> Erişim Tarihi: 02.03.2021

Resim 3.68. ve 3.69. <https://www.sabitertur.com.tr/evren-ertur-zeytinyagi-galerisi> Erişim Tarihi:03.03.2021

Resim 3.70. <https://www.otuzbeslik.com/mekan/ayvalik-belediyesi-zeytin-muzesi> Erişim Tarihi:03.03.2021 Erişim Tarihi:03.03.2021

Resim 3.71. <https://www.hurriyet.com.tr/ayvalikta-zeytin-galerisine-tarihi-kantar-40496861>

Resim 3.72. <https://www.haberturk.com/hatay-haberleri/78543457-hatay-gastronomi-evi-turkiyeye-rol-model-olduunesco-hatay-gastronomi-evi-kurucusu-nazan> Erişim Tarihi: 03.03.2021

Resim 3.73. <https://www.antakyagazetesi.com/hatay-gastronomi-evi-rol-model-oldu/> Erişim Tarihi: 03.03.2021.

Resim 3.74. ve 3.75. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/zeytin-ve-zeytinyagi-muzesi-ziyaretlerini-zaman-yolculuguna-cikariyor/2052774> Erişim Tarihi:03.03.2021

Resim 3.76. ve 3.77. <http://www.hatay.gov.tr/tibbi-ve-aromatik-bitkiler-muzesi> Erişim Tarihi:05.03.2021

Resim 3.78. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/emine-gogus-mutfak-muzesi> Erişim Tarihi:05.03.2021

Resim 3.79. <https://www.eminegogusmutfakmuzesi.org/> Erişim Tarihi:05.03.2021

Resim 3.80. (2018) <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gaziantep/doktor-baklava-muzesi-kurdu-/1098799> Erişim Tarihi:05.03.2021

Resim 3.81. (2018) <https://www.trthaber.com/haber/yasam/gaziantep/doktor-baklava-muzesi-kurdu-357035.html> Erişim Tarihi:05.03.2021

Resim 3.82. <https://marasavucumda.com/dulkadiroglu-tematik-mutfak-muzesi/> Erişim Tarihi:06.03.2021

- Resim 3.83. <https://www.tarihiKentlerBirliği.org/kahramanmaras-bolge-toplantisi-yapildi/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.84. <https://marasavucumda.com/kahramanmaras-dondurma-muzesi/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.85. <https://kahramanmarasşehirrehberi.com/tr/icerik/dondurma-muzesi> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.86. ve 3.87. <https://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/70/623/mutfak-muzesi> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.88. (2016). <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/restoraninda-40-bin-antika-esya-sergiliyor-630241> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.89. <http://www.erkurumevleri.com/2017/05/tarihi-erkurum-evleri.html> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.90. (2012). <https://www.altso.org.tr/genel/yoruk-muzesi-hizmete-giriyor/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.91. (2012) <https://www.haberler.com/yoruk-kulturunu-yasatmak-amaciyla-2-5-milyon-3713870-haberi/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.92. ve 3.93. <http://www.kutmansarapları.com/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.94. <https://www.kucukkuyurehberim.com/rehber/adatepe-zeytinyagi-muzesi/> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.95. <https://www.adatepe.com/StaticPages/adatepe-zeytinyagi-muzesi/145> Erişim Tarihi:06.03.2021
- Resim 3.96. (2017). <https://www.gazeterize.com/caykur-haberleri/tum-argumanlarıyla-cay-muzesi-kurulacak-h602837.html> Erişim Tarihi:07.03.2021
- Resim 3.97. https://www.tutap.com.tr/detay_tanitim/caykur-cay-muzesi/871 Erişim Tarihi:07.03.2021
- Resim 3.98. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/peynir-muzesine-turistlerden-ilgi-1430128> Erişim Tarihi:07.03.2021
- Resim 3.99. <https://www.bogatepekoyu.com/hakkimizda> Erişim Tarihi:07.03.2021
- Resim 3.100. ve 3.101. <http://www.akhisarhaber.com/egea-zeytin-ve-zeytincilik-muzesi-torenle-hizmete-acildi-15518h.htm> Erişim Tarihi:07.03.2021
- Resim 3.102. ve 3.103. <https://www.cumhuriyet.edu.tr/haber/8230-gecmisten-gelecege-gastronomi-muzesi> Erişim Tarihi:07.03.2021





EKLER

EK.1 Etik Kurul Onay Formu

Evrak Tarih ve Sayısı: 20.01.2022-71524



T.C.
ANKARA HACI BAYRAM VELİ
ÜNİVERSİTESİ
Etik Komisyonu

Sayı : E-11054618-302.08.01-71524
Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 25.12.2019 tarih ve E.40535 sayılı yazı.

İlgi yazınız ile göndermiş olduğunuz, Enstitünüz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı **Yüksek Lisans öğrencisi Tansu AKBİYUK, Doç.Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN'in** danışmanlığında yürüttüğü **"Turizm Potansiyeli Açısından Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri"** adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun 19.01.2022 tarih ve 01 sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

Etik Komisyonunca onaylanan ilgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş; karara ilişkin katılım listesi ve onaylanan çalışmalar ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Araştırma Kod No:2022/19

Prof. Dr. İlhan ÜZÜLMEZ
Komisyon Başkanı

Ek:

- 1- Katılımcı Listesi
- 2- Onaylı Çalışma

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSCNB7PJIL Pin Kodu :60192 Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5574&eD=BSCNB7SDRL&eS=71524>
Adres:Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Yücetepe Mahallesi 85. Cadde No 8 06570 Çankaya / Ankara
Telefon:+90 (312) 231 73 60 Bilgi için: Salih GEMALMAZ
Kep Adresi:hacibayramveli@hs01.kep.tr Unvanı: Genel Evrak Sorumlusu

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-2.Görüşme Formu

Değerli katılımcılar;

Bu görüşme formu Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında yazılmakta olan “Turizm Potansiyeli Açısından Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri” konulu yüksek lisans tezine veri elde etmek için uygulanmaktadır. Araştırmadan elde edilen tüm veriler yalnızca bilimsel amaçla kullanılacak ve tamamıyla gizli tutulacaktır. Görüşme kayıt altına alınacak olup çalışmaya sağlayacağınız katkılar için şimdiden teşekkür ederim.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Öğrencisi
Tansu AKBIYUK

Müzenin Adı:
Müzenin Bulunduğu Yer:
Müzenin Kuruluş Tarihi:
Görüşme Yapılan Kişiye İlişkin Bilgiler
Adı Soyadı:
Yaşı:
Eğitim Durumu:
Müzedeki Görevi:
İletişim Bilgileri (telefon, e-mail):
Müzedeki Çalışma Süresi:

MÜZE İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

- Müzenin kuruluş amacı nedir?
- Müze yılda ortalama kaç yerli ve yabancı ziyaretçi geliyor?
Yerli:
Yabancı:
- Ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri nelerdir?
Yaş:
Cinsiyet:
Uyruk:
Diğer:
- Müze yörenin mutfak kültürü hakkında bilgi sunmakta mıdır?
Evet Hayır

EK-2. (devam) Görüşme Formu

5. Müzede yörenin mutfak kültürünü tanıtmaya yönelik aktiviteler var mı? (deneyimleme, ürün tadımı, üretim görme, hediyelik vb.)

Evet

Hayır

6. Müzenin tanıtımı için ulusal ve uluslararası düzeyde ne tür faaliyetler yapılıyor?

7. Müzenin tanıtımında kullanılan yazılı ve görsel materyaller (broşür, internet sitesi, TV programları, billboard, sosyal medya) mevcut mu? Mevcutsa tür ve özellikleri nelerdir?

8. Müzenin sürdürülebilirliğine yönelik planlarınız nedir?

GASTRONOMİ MÜZELERİNİN TURİZM POTANSİYELİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNE YÖNELİK BİLGİLER

1. Turizm potansiyeli açısından müzenin önemi nedir?

2. Yöreye olan turist akımında müze ne kadar etkilidir?

ETKİLİ	KISMEN ETKİLİ	ETKİLİ DEĞİL
--------	---------------	--------------

3. Müze turistik gezi programlarında yer alıyor mu?

EVET	BAZEN	HAYIR
------	-------	-------

4. Müze turizm açısından çekici bir unsur olarak kabul edilebilir mi?

EVET	KISMEN	HAYIR
------	--------	-------

5. Yöreye gelen turistlerin tekrar bu yöreyi ziyaret etmelerinde müze etkili olabilir mi?

EVET	BAZEN	HAYIR
------	-------	-------

6. Turistlerin müzeyi ziyaret etme amaçları nelerdir?

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : Akbıyük, Tansu

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi	Hala devam ediyor
Üniversite	Gazi Üniversitesi	2017
Lise	Atatürk Lisesi	2012

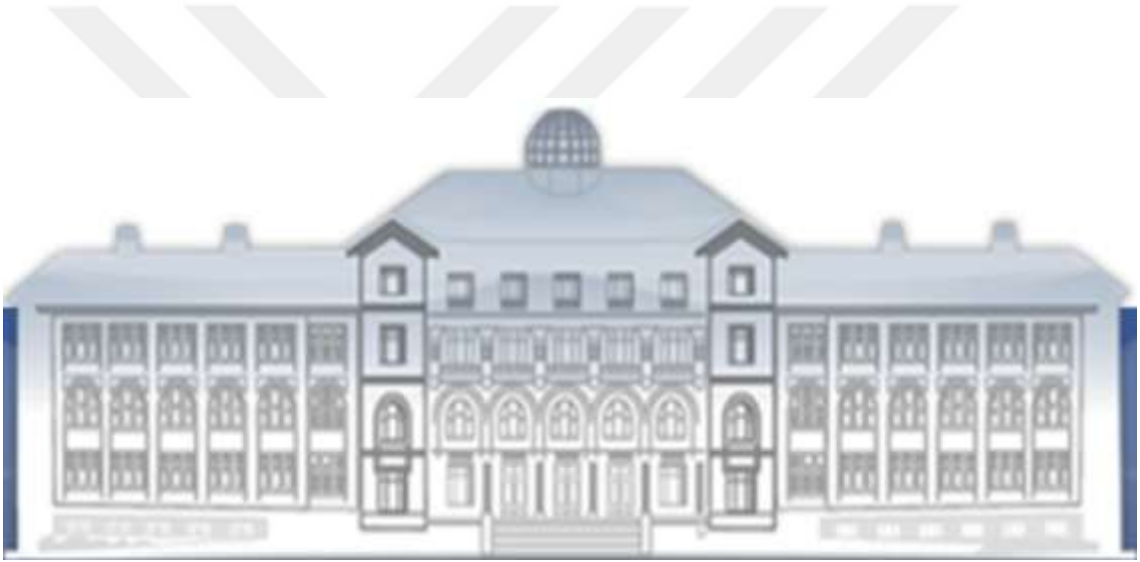
İş Deneyimi, Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
2016	Borghese Restaurant (Lecce/İtalya)	Stajyer
2017	Louise Restaurant (Ankara/Türkiye)	Commis Chef
2017-2019	Jw Marriott Hotel (Ankara/Türkiye)	Commis Chef
2021	Mett Hotel ve Beach Resort (Bodrum/Türkiye)	Demi Chef de Parti
2021-Devam	Liman Restaurant (D-ream) (İstanbul/Türkiye)	Demi Chef de Parti

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Ceyhun-Sezgin, A. ve Akbıyük, T. (2021). Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9(1):153-184.



GAZİ GELECEKTİR...

