



Araştırma Makalesi (Research Article)

**MALATYA’NIN UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI KAPSAMINDA GASTRONOMİ KENTİ
OLMA POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ (EVALUATION OF MALATYA’S
POTENTIAL TO BECOME A GASTRONOMY CITY WITHIN THE SCOPE OF UNESCO
CREATIVE CITIES NETWORK)**

Rana ŞAT^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-0519-5524)

Şaban KARGİGLİOĞLU² (orcid.org/ 0000-0002-8952-7225)

¹Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Balıkesir, Türkiye

²Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Muğla, Türkiye

Özet

UNESCO Yaratıcı şehirler ağı temaları; Edebiyat, Film, Gastronomi, Medya Sanatları, Müzik, Tasarım, Zanaat ve Halk Sanatlarıdır. Türkiye’de, UNESCO Yaratıcı şehirler ağı gastronomi temasına sahip üç şehir bulunmaktadır. Bunlar; Gaziantep (2015), Hatay (2017) ve Afyonkarahisar (2019)’dır. Çalışmanın amacı, UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında Malatya ilinin potansiyelinin ortaya konulmasıdır. Çalışmada, UNESCO yaratıcı şehirler ağlarının tümüne, Malatya mutfak kültürüne, Malatya’da gastronomi turizmi konularına değinilmiştir. Araştırmanın amacına yönelik öncelikle literatür taraması yapılmış ve araştırma soruları hazırlanmıştır. Araştırmanın evrenini yerel paydaşlar (Malatya ilinde yaşayan yerel halk, Malatya’da faaliyet gösteren gastronomi konusunda eğitim kurumlarının çalışanları, Malatya ilindeki yiyecek içecek işletmesi çalışanları, Malatya’da faaliyet gösteren gastronomi dernekleri yöneticileri) oluşturmaktadır. Bu bağlamda kasti (kararsal) örnekleme tekniği kullanılarak toplam 20 kişiye ulaşılmıştır. Görüşmeler katılımcıların çalıştıkları kurumlara ve ilçelere gidilerek yüz yüze yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında, Malatya’da gastronomi konusunda faaliyette bulunan kamu ve özel eğitim öğretim kurumlarının olumlu bir yan olduğu, zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Malatya’nın geleneksel yemeklerinin sunulduğu işletme sayısının fazla olmasının olumlu olarak düşünüldüğü görülmüştür. Dört mevsim turizm hedefi bağlamında gastronomi turizmine uygun bir destinasyon olan Malatya’nın UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi temasına sahip olabilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: UNESCO, Yaratıcı Şehir Ağı, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Malatya

Abstract

UNESCO Creative Cities Network themes consist of Literature, Design, Craft and Folk Arts, Film, Music, Media Arts, and Gastronomy. There are three cities in Turkey with the UNESCO Creative Cities Network gastronomy theme. These are; Gaziantep (2015), Hatay (2017) and Afyonkarahisar (2019). The aim of the study is to reveal the potential of Malatya within the scope of UNESCO creative cities network gastronomy theme. In the study, the topics of UNESCO creative cities networks, Malatya culinary culture and gastronomy tourism in Malatya were mentioned. For the purpose of the research, first of all, a literature review was made and interview forms were prepared. The universe of the research consists of local stakeholders (local people living in Malatya, employees of educational institutions on gastronomy working in Malatya, food and beverage business employees in Malatya, managers of gastronomy associations operating in Malatya). In this context, a total of 20 people are interviewed by using the deliberate (decisional) sampling technique. Interviews are applied face-to-face by going to the institutions and districts where the participants work with a semi-structured interview form. Considering the possible outcome of the study, it is seen that the public and private education institutions operating in the field of gastronomy in Malatya are on positive side, the number of businesses serving traditional dishes of Malatya, which has a rich culinary culture, is considered positive, and it appears that those who visit the city are generally focused on cultural tourism. Suggestions have been developed so that Malatya, which is a suitable destination for gastronomy tourism in the context of four seasons tourism, can have a gastronomy theme in UNESCO creative cities networks.

Keywords: UNESCO, Creative City Network, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Malatya

Giriş

Günümüzde ülke ekonomisinin geliştirilmesine ve yerel halkın yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik çalışmalar süreklilik arz etmektedir. Turizm sektörünün gün geçtikçe küresel anlamda gelişme göstermesi itici

* Sorumlu yazar: rana_sat_95@hotmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2023.362

bir güç olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra turizm, dünya genelinde istihdam alanlarının artmasına, yoksulluğun azaltılmasına, doğal ve kültürel çevrenin korunmasına, kültürel birlik ve beraberliğin gelişmesinde katkı sağlamaktadır. Uluslararası alanda turizm hareketine katılan kişi sayısı 2023 yılında 2021 yılına oranla %44,6 oranla artmıştır. Türkiye için turizm verilerine bakıldığında, 2022 yılında 42 milyon turist ağırlanmıştır. Türkiye'nin 2022 yılında turizmden elde ettiği geliri ise %15 artmıştır. Turizmden toplam 35 milyar dolar gelir elde edilmiştir (UNWTO, 2023).

Turistlerin seyahat ederken özel ilgi alanlarına göre planlama yapmaları, tarihi ve kültürel seyahatlerin yanı sıra gastronomi teması taşıyan seyahat bölgelerini tercih etmeleri ziyaretlerinin seçiminde büyük rol oynamaktadır (Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2022). Bu yönelimler sayesinde alternatif turizm alanları ön plana çıkmakta ve turizm gelirleri artmaktadır.

Farklı turizm destinasyonları, buldukları yörenin bilinirliğini ve ziyaretçi sayısını arttırabilmek için çeşitli politikalar içinde yer alıp, stratejiler geliştirmektedirler. Destinasyonların, imajlarını ve bilinirliklerini doğrudan etkileyen en önemli turizm türlerinden biri olarak gastronomi turizmine önem verip markalaşmış bir destinasyona dönüşmesi için yerel yönetimler ve ilgili turizm paydaşları çalışmalar yürütmektedir (Yaman, 2022:81-93). Bir destinasyonun, yerel halk, yatırımcılar ve ziyaretçiler açısından çekici hale gelmesi için yöresel ürün pazarlama stratejisine ve bölge yöresel çekiciliğine sahip olması gereklidir. Bu tür stratejinin temelinde, destinasyonun markalaşmasını sağlayan yaratıcı şehir ağına sahip bir kent politikasına sahip olmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Malatya, yöresel yemekleri, kültürü ve gastronomik ürünleriyle turistlerin ilgisini çekmektedir. Battalgazi ilçesinde, Selçuklu Hanedanı ve Osmanlılar döneminden kalan eserleri görebilmek mümkündür. Devlet tiyatrolarının Malatya'ya açılmasıyla Malatya'da kültür alanında önemli bir aşama kat edilmiştir. Kent sınırları içerisinde yer alan Gürpınar Şelalesiyle de farklı bir turizm çekiciliğine sahiptir. Malatya'nın gastronomi kültürüne etki eden yöresel mutfağının bilinirliğinin artırılması için çeşitli festivaller ve çalışmalar yürütülerek tanıtımlar yapılmaktadır. Fakat ulusal ve uluslararası organizasyonlarda istenilen noktaya gelinemediği görülmektedir. UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi temasıyla yer alabilme değeri taşıyan Malatya'nın bu çalışmada mutfak kültürüne ve gastronomi turizmi açısından değerlerine değinilmiştir. Araştırmanın amacına ulaşması için literatür taraması yapılarak; Malatya ilinde yaşayan yerel halka, Malatya'da faaliyet gösteren gastronomi üzerine eğitim veren kurumların çalışanlarına, Malatya ili özelinde yiyecek içecek işletmelerinin çalışanlarına, Malatya'da faaliyet sunan gastronomi dernek yöneticilerine yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme formu sunularak yanıtlar toplanmıştır. Bu bağlamda, Malatya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi temasıyla başvurabilmesi için gerekli öneriler sunularak Malatya'da gastronomi turizminin önemi vurgulanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Turizm alanında yaratıcı şehirler ağının kavramsal anlamda incelendiği alan yazında birçok çalışmanın varlığından söz etmek mümkündür (Akın ve Bostancı, 2017:110-124; Gürbüz, Serçek ve Toprak, 2017:124-136; Yaman, 2022:81-93; Ajanovic ve Çizel, 2015:915-936; Yordam ve Akkuş, 2020; Kılıç ve Güler, 2022:87-105; İpar, Akyılmaz, Şenol ve Giritlioğlu, 2019:503-511; Demirtaş ve Pektaş, 2020:665-682; Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2020:2527-2541). Bu nedenle, yerel ekonomik kalkınmanın gelişmesinde lokomotif olan sektörlerin her biri şehirlerin ekonomik ve kültürel açıdan gelişimini etkilemektedir. Geleneksel olarak yaratıcı şehirlerde yaşanan pozitif anlamdaki ekonomik ve kültürel değişimler, günümüzde şehirlerin kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle dünyanın birçok bölgesinde pek çok kent "yaratıcı şehir" olabilmek adına yoğun ve karmaşık bir rekabet içerisine girmektedir. Ulusal ve uluslararası yatırımcıların, turistlerin ve yerel halkın yeni gelişimlere karşılık, taleplere verecekleri dönüt olarak; kültürel ve yerel şehir imajını geliştirmeye yönelmekte olduğu görülmektedir. Bu nedenle, yerel yönetimler başta olmak üzere; şehirlerde yer alan diğer kurum ve kuruluşlarla iş birliği sağlanması, şehrin ekonomik, sosyal, politik, kültürel, fiziksel ve fonksiyonel yapılarında oluşan birikimin pozitif imgelerle ilişkilendirilmesi ve temalandırılması kentin marka ve imaj algısının oluşmasında büyük önem arz etmektedir (Kovacs, Carroll ve Lehman, 2013: 458-478). Sürdürülebilir kentsel ve mikro gelişme için şehirlerin yaratıcılık algılarını destekleyen değerlerin ortaya çıkarılması ve kent paydaşlarının görüşleri üzerine iş birliği içerisinde ilerlenerek şehre özgü bileşenlerin bir arada ortaya çıkarılması gerekmektedir. Günümüzde şehirlerin markalaşma ve imaj oluşturmada cazip şehir hale gelmesi için kültür ve yaratıcılık üzerinde durulması gerekmektedir (Leng ve Badaruzaman, 2014:322-332; Rosi, 2014:107-110; Pearson ve Pearson, 2016:164-176).

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı

Turizmde yaratıcılık kavramı, Florida'nın (2005) literatüre kazandırdığı yaratıcı kişilere ve bu bireylere bağlı kalarak oluşturulan yaratıcı endüstri kavramıyla birlikte ön plana çıkmıştır. Yaratıcılığın turizmde önem kazanmasının turist profillerinde, talepte ve arzda farklı yönelimler oluşmasına, tercih ve faaliyetlerin açığa çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, turistlerin tatil süreçlerinde daha aktif katılım sağlamalarına neden olan, hem ziyaret eden kişilerin kişisel bilgi ve gelişimlerinin hem de yerel halkın kalkınmasını destekleyen turizm hizmetlerinin her biri yaratıcı turizm kavramının gelişmesine katkı sunmuştur (Yalçınkaya, 2018). Yaratıcı turizm kavramı, turistlerin ziyaret ettikleri mevcut olan kültürel değerlerin her birini destekleyerek bölgeye sosyal, ekonomik ve çevresel anlamda sürdürülebilirliği entegre etmektedir. Bu durumda önemli olan unsurlar, yerel ve yöresel işletme alanları inşa etmek yerine mevcut olan yerel işletmelerin kullanılmasını sağlamak, yerel halkın çalışma süresince faaliyetlere katılımlarına teşvik, turistlerin tatil süreçleri içerisinde yörede bulunan kültürel etkinlik ve faaliyetlere aktif katılımları ile başarıya ulaşabilecektir. Bu nedenle ulusal düzeyde çeşitli proje çalışmalarının varlığından söz etmek mümkündür. Uluslararası literatür incelendiğinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, yaratıcı turizm ağını destekleyen bir proje olarak karşımıza çıkmaktadır.

Unesco 1946 yılında Birleşmiş Milletler bünyesinde kurulmuştur. Dünya ülkelerinin genelinde eğitim, bilim ve kültürel alanda faaliyet gösteren UNESCO 2004 yılında Creative Cities Network (Yaratıcı Şehirler Ağı Programı) adında yeni bir girişimde bulunmuştur. Bu sayede dünya genelinde yaratıcı şehirler ağı programı kurulmuştur. Bu programa başvuran şehirlerin belirlenen ölçütlere göre incelendiği ve değerlendirilerek üyeliklerinin kabul edildiği görülmektedir. UNESCO Yaratıcı Şehirler; gastronomi, tasarım, müzik, sinema/film, medya sanatları, zanaat ve halk sanatları, edebiyat olmak üzere 7 tema üzerinden ilerlemektedir (UNESCO, 2022). Bu temalardan birinde yer alınması, şehirlerin yaratıcılığını arttırması açısından önemli katkı sağlamaktadır. Günümüzde yedi yaratıcı tema kapsamında 301 Şehir mevcuttur. Bu şehirlerden 62'si müzik, 59'u el sanatları ve halk sanatı, 49'u gastronomi, 45'i tasarım, 42'si edebiyat, 22'si film, 22'si medya sanatları teması ile yaratıcı şehirler ağı listesinde yer almaktadır (UNESCO, 2023).

Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılan şehirleri: ekonomik ve sosyal yönden gelişim sağlaması, toplumun yaşam kalitesini yükseltmektedir. Aynı zamanda şehrin tanıtımı ve marka imajını arttırmak açısından önemli rol oynamaktadır. Gastronominin bu temalar arasında yer alması yerel mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilir olması açısından önem arz etmektedir. Kentlerin tarihi ve kültürel geçmişleri çeşitli kültürel aktörlerin bir arada bulundurulması dinamik yapılarının yaratıcılığına yeni boyutlar üretmeye ve keşfetmeye olanak tanımaktadır. Yerel halk yaratıcılığın yeni boyutlarına göre, kültürel endüstrileri, ekonomik ve sosyal potansiyeli geliştirmeye başladığında UNESCO'nun kültürel çeşitlilik idealleri sağlanmaktadır (UNESCO, 2022). UNESCO'nun Yaratıcı Kentler Ağı'nın içinde bulunan şehirler, kültürel çeşitlilik ve sürdürülebilir kentsel gelişim için ortak bir misyon ve vizyon çerçevesinde birlikte çalışmaktadır. Bu program dahilinde üye kentler, "yaratıcı şehir merkezleri" ve "sosyokültürel kümeler" olarak adlandırılmaktadır (UNESCO, 2022).

Yaratıcı Şehirlerin gelişimi için bazı temel ilkelere sahip olmak gerekmektedir. Richards, (2002)'a göre bunlar: şehrin kendini bilmesi, mevcut tesis kullanımı, yerel kapasitesini kullanması, ürün ve hizmet kalitesini arttırması, yaratıcı kaynaklarını ilinde bulunan değişimlerin uyarıcısı olarak kullanmasıdır. Bununla birlikte UNESCO yaratıcı şehirler ağı programı kapsamında kentler arasında yaratıcı ağlar oluşturulmasına ihtiyaç duyulmasının birçok nedeni mevcuttur. Bunlar; kentlerin üretim ve dağıtım aşamasına gelene dek tüm yaratıcı endüstri zincirini sürece dahil ederek üretimin hızlanmasını sağlamaktır. Bu sayede kültürel aktörleri geniş bir yelpaze olarak ele almaktadır. Yaratıcı ağlar için büyüme alanları içerisinde kentlerin yaratıcılığını desteklemek için kentlerin birbirleriyle etkileşim içerisinde olmasına katkı sunmaktadır. Bu etkileşim küresel anlamda hızlı ilerlemeye fayda sağlamaktadır. Kentler üzerinde bulunan kamu ve özel sektörlerin iş birliğinin sağlanması çok güçlü bir etkiye sahiptir. Bu iş birliği yaratıcı işletme potansiyellerinin oluşmasına yardımcı olmakta ve yeni ekonomik gelişmelerin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. En önemli özellikler arasında yer alan bir diğer etken ise kentlerin yerel, kültürel ve ekonomik endüstrileri etkilemek için yeterince küçük olması ve kolay nüfus etmesi, fakat uluslararası pazarlamada bir köprü olarak görev yapması dolayısıyla yeterince büyük olmasıdır (Ajanovic ve Çizel, 2015:1-16).

UNESCO kapsamında on beş yıldan fazla zamandır faaliyette bulunan Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında belirli hedefler gerçekleştirilmektedir. Bunlar; Sürdürülebilir kalkınma için şehirlerin uluslararası iş birlik gücünü arttırmaktır. Kamu, özel ve sivil toplumların katılımları şehirlerin kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Kültürel aktivitelerin, ürün ve hizmetlerin oluşturulmasını, üretilmesini ve yaygınlaştırılmasını

sağlamaktır. Yerel halkın kalkınma sürecinde hedefleri çerçevesinde kültürel ve yaratıcılığı entegre etmek mümkün olabilmektedir (Yetkin, 2019).

Yaratıcı şehir ağına dahil olabilmek için başvuru sürecine ilişkin UNESCO'nun belirlemiş olduğu bazı beklentiler mevcuttur. Başvuru yapan şehirlerin kendini tanıyıp olmasını, kullanmakta olduğu tüm evrakların açık ve tutarlı olması gerekmektedir. Bununla beraber yaratıcı şehirler ağı yapısının korunması, hedeflenen misyon ve vizyona erişebilmek için UNESCO başvuru sürecine ilişkin tavsiyelere uymaları gerekmektedir. Bu beklentilerin başında sorulan sorulara net ve geçerli cevaplar verilmesi gerekmektedir. Şehrin neden yaratıcı ağına dahil olmak istediği, yaratıcı ağı üyeliğinden beklentileri, ağı nasıl zenginleştirecekleri gibi UNESCO'nun misyon ve vizyonunu taşıyan hedeflerin nasıl gerçekleştirileceği hususunda verilecek cevapların tutarlılığı önem arz etmektedir. Verilen her cevap şehrin kimliğini ve var olan potansiyelini açığa çıkarmaktadır (UNESCO, 2023).

Bu çalışmada, UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında Malatya ilinin potansiyelinin belirlenmesi ve yaratıcı turizmin sürdürülebilirliği açısından değerlendirilmesine yöneliktir. Bu bağlamda, yaratıcı şehirler ağının ve sürdürülebilir turizm bağlantısı kurulmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programına yönelik bilgiler verilerek gastronomi teması incelenmiştir. Araştırma kapsamında literatür taraması, gözlem ve görüşmeler yoluyla veriler elde edilmiştir. Elde edilen bulgular sınırlı sayıda önceden yapılmış olan araştırmalarla karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Unesco Yaratıcı Şehirler Ağına Gastronomi Temasındaki Şehirler

Gastronomi şehirleri, yaratıcılığa ve yeniliğe açık olan şehirlerden oluşmaktadır. Gastronomi açısından bakıldığında; üretim aşamasından tüketime ulaşıncaya kadar geçen sürecin bütününe kapsamaktadır. Gastronomi temelli yaratıcı alanların ortaya çıkmasında sadece filmler ve televizyon, yayın kuruluşları, reklamlar, internet ortamı üzerinde yer verilmesi değil, aynı zamanda yaratıcı potansiyeli olan ürünlerin her birinin gerçek ürünlere dönüştürülmesi de gerekmektedir (Xiaomin, 2017:55-67). Unesco gastronomi yaratıcı şehirler ağı tarafından üye kabul edilebilmesi için bazı özelliklerin sağlanması gerekmektedir (UNESCO, 2021). Bu özellikler:

- Kent merkezinde ve yerel bölgede bulunan karakteristik özellikleri gelişmiş olan gastronomi kavramının var olması ve bilinmesi gerekmektedir.
- Çok sayıda bölgede yer alan geleneksel ve yöresel restoranların uzman şeflerin kent bölgesinde barındırıldığı canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması gerekmektedir.
- Geleneksel ve yöresel mutfak için kullanılan malzemelerin hali hazırda bulunması gerekmektedir.
- Endüstriyel ve teknolojik olarak günümüz gelişmelerine hızlı ayak uydurabilmek gerekmektedir.
- Bu konuda yeterli yöresel bilgi, geleneksel yöresel mutfak uygulamaları ve reçetelerine hâkim olunması gerekmektedir.
- Geleneksel ve yöresel gıda marketlerinde yerel ürünlerin bulunması gerekmektedir.
- Gastronomi alanında düzenlenen festivallerin, ödüllerin, yarışmaların ve diğer geniş kitleye hitap eden kapsamlı tanıtım faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneğinin sürdürülebilir olması gerekmektedir.
- Doğaya saygı duyulması ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi konusunda girişimci olması gerekmektedir.
- Ayrıca eğitim kuruluşlarında sağlıklı beslenmeye yönelik teşvik bilgilendirmelerinin yapılması gerekmektedir.
- Biyoçeşitliliği koruma programlarının aşçılık okullarının müfredatlarına da dahil edilerek eğitim ve öğretim fırsatı sunulması gerekmektedir.

Gastronomi yaratıcı şehirler ağına üye olan ilk şehir 2005 yılında Popayan olmuştur. On iki yıl sonra toplam 48 şehir daha gastronomi şehri yaratıcı ağına dahil olmuştur. Tablo 1'de Dünya'da yaratıcı şehirleri ağına dahil olan gastronomi şehirleri verilmiştir.

Tablo 1. Dünya'da Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehirleri

Şehir	Ülke	Üyelik Tarihi	Gelişmişlik Düzeyi
Popayan	Kolombiya	2005	Gelişmekte olan
Chengdu	Çin	2010	Gelişmekte olan
Östersund	İsveç	2010	Gelişmiş
Jeonju	Güney Kore	2012	Gelişmiş
Zahle	Lübnan	2013	Gelişmekte olan

Florianopolis	Brezilya	2014	Gelişmekte olan
Shunde	Çin	2014	Gelişmekte olan
Tsuruoka	Japonya	2014	Gelişmiş
Belém	Brezilya	2015	Gelişmiş
Bergen	Norveç	2015	Gelişmiş
Burgos	İspanya	2015	Gelişmiş
Dénia	İspanya	2015	Gelişmiş
Ensenada	Meksika	2015	Gelişmiş
Gaziantep	Türkiye	2015	Gelişmiş
Parma	İtalya	2015	Gelişmiş
Phuket	Tayland	2015	Gelişmişte olan
Rasht	İran	2015	Gelişmiş
Tucson	Amerika Birleşik Devletleri	2017	Gelişmiş
Alba	İtalya	2017	Gelişmiş
Buenaventura	Kolombiya	2017	Gelişmiş
Cochabamba	Bolivya	2017	Gelişmiş
Hatay	Türkiye	2017	Gelişmekte olan
Macao	Çin Halk Cumhuriyeti Özerk Bölgesi	2017	Gelişmekte olan
Panama	Panama	2017	Gelişmekte olan
Paraty	Brezilya	2017	Gelişmekte olan
San Antonio	Amerika Birleşik Devletleri	2017	Gelişmiş
Afyonkarahisar	Türkiye	2019	Gelişmekte olan
Arequipa	Peru	2019	Gelişmekte olan
Belo Horizonte	Brezilya	2019	Gelişmekte olan
Bendigo	Avustralya	2019	Gelişmekte olan
Bergamo	İtalya	2019	Gelişmekte olan
Haydarabat	Hindistan	2019	Gelişmekte olan
Merida	Meksika	2019	Gelişmekte olan
Portoviejo	Ekvator	2019	Gelişmekte olan
Yangzhou	Çin	2019	Gelişmekte olan
Overstrand Hermanus	Güney Afrika	2020	Gelişmekte olan
Saint Petersburg	Rusya	2020	Gelişmiş
Bureyde	Suudi Arabistan	2021	Gelişmekte olan
Phetchaburi	Tayland	2021	Gelişmekte olan
Huaia	Çin	2021	Gelişmekte olan
Bohicon	Benin	2021	Gelişmekte olan
Rouen	Fransa	2021	Gelişmekte olan
Kermanshah	Japonya	2021	Gelişmekte olan
Tsuruoka	Japonya	2021	Gelişmekte olan
Usuki	Çin	2021	Gelişmekte olan
Lankaran	Azerbaycan	2021	Gelişmekte olan
Selanik	Yunanistan	2021	Gelişmekte olan
Launceston	Avustralya	2021	Gelişmekte olan
Santa Maria da Feira	Porto	2021	Gelişmekte olan

Kaynak: UNESCO, (2023)

Tablo 1’de yer alan bilgiler doğrultusunda, UNESCO Gastronomi Şehirlerine üye sayısında 2015 ve 2017 yıllarında büyük artış meydana geldiği gözlenmektedir. Türkiye’den üç şehrin bu temaya üye olduğu görülmektedir. Gaziantep 2015 yılında üye olmuşken, Hatay 2017 yılında, Afyonkarahisar 2019 yılında üye şehirler arasında yer almıştır. Tablo 2’de yer alan Türkiye’den beş ilimiz ise gastronomi yaratıcı şehirler ağı kapsamında ulusal olarak geliştirilme çalışmaları sürdürülmektedir. Bu illerimiz; Adana, Balıkesir, Diyarbakır, Kayseri ve Konya şeklinde sıralanmaktadır (UNESCO, 2023). Üye şehirlerin bulunduğu ülkelerin gelişmişlik düzeylerine bakıldığında gelişmekte olan ülkelerin sayıca daha fazla olduğu gözlenmektedir. Gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkelerin bir arada Ağ ’da yer aldığı yapılmakta olan iş birlikleriyle gelişimlerini desteklemektedir. Bu birliktelikte yer alan ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültüre anlamda ilerleyerek gelişmesinde fayda sağlamaktadır (Yalçınkaya, 2018).

Tablo 2. Türkiye’de Yaratıcı Şehirler Ulusal Ağı Gastronomi Şehirleri

Şehir	Ülke	Üyelik Tarihi	Gelişmişlik Düzeyi
Adana	Türkiye (Ulusal)	2021	Gelişmekte olan
Balıkesir	Türkiye (Ulusal)	2021	Gelişmekte olan
Diyarbakır	Türkiye (Ulusal)	2021	Gelişmekte olan
Kayseri	Türkiye (Ulusal)	2021	Gelişmekte olan
Konya	Türkiye (Ulusal)	2021	Gelişmekte olan

Kaynak: UNESCO, (2023)

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına üyelik süresince belirli özelliklerin bulundurulması gerekmektedir. Kriterlerin yerine getirilmesi şehirlerin gelişimi açısından oldukça önemlidir. Markalaşma süresince şehirler için ödül sağlanması büyük önem taşımaktadır. Üye olan şehirlerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasının faaliyetlerine ve değerlendirilmesine yönelik raporlar hazırlanmaktadır. Bu raporda şu bilgilere yer verilmektedir (UNDP, 2023; UCCN,2023):

- Çeşitli gastronomi şehirlerinin temsilcileriyle yapılmakta olan bazı görüşmeler neticesinde, UNESCO’nun Gastronomi Yaratıcı Şehirleri olarak adlandırılmasının, her bir şehir markasının ve şehir bilincinin değerini arttırdığı gözlenmektedir.
- Gastronomi şehirleri, kültürel yetkinlikleri için dünya vatandaşları tarafından tanınmaktadır. Aynı zaman içerisinde kültür endüstrisinin yanı sıra turizm endüstrisinin gelişmesini ve yerel halkın kendisine ait olan kültürel varlığı hakkında yeni anlayışa sahip olacağı görülmektedir.
- Her şehir, gastronomi tanıtım deneyimini paylaşarak ve yemek festivallerine katılarak diğer gastronomi üye şehirlerine iletişim halinde bulunmaktadır.
- Şehirler karşılıklı olarak değişim ve gelişim için birbirleriyle iş birliği içerisinde ilerleyerek genişletmeyi kabul etmiş olarak görülmektedir.
- Deneyim gastronomi şehirlerinin diğer ağ şehirleri ile iletişimin güçlenmesine, yerel gastronomiyi yurt dışına taşımaktadır.
- Gastronomi, müzik, el sanatları, film, edebiyat vb. gibi çeşitli kültürel temalar işlenerek, gastronomi şehirleri, kültürel çeşitliliği teşvik etmek için diğer kategorilerin Yaratıcı Şehirler Ağı ile bütüncül bir sistem kurması gerekmektedir (Yalçınkaya, 2018).

Malatya Mutfak Kültürü ve Malatya’da Gastronomi Turizmi

Malatya’nın bulunduğu coğrafi konuma bakıldığında Doğu Anadolu Bölgesinde ağırlıklı olarak hayvansal gıdalardan oluşan bir beslenme alışkanlığından söz etmek mümkündür. Bölgede yaşanan zorlu kış şartları saklama yöntemlerinin gelişmesinde ve farklı lezzetlerin ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır. Malatya hem coğrafi hem de kültürel açıdan çeşitli özellikleri barındıran bir şehir olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Bu özelliklere bağlı olarak, tarihin her döneminde önemli bir değere sahip olduğu görülmektedir.

Malatya’nın tepsi gibi şekliyle merkez ovasını çevreleyen sıradağları, çok değişik yapıya sahip vadileri ve su kaynaklarının olması yemek kültürünü de güçlü bir şekilde etkilemektedir. Coğrafi işaretli ürünleri arasında yer alan kayısı ve yan ürünlerinin oluşturduğu meyveli şekerleme ve tatlı çeşitleriyle anılan Malatya, coğrafi işaretli ürünlerini bilinçli bir şekilde sahiplenmektedir (Tekelioğlu, 2018: 30-35). Malatya mutfak kültürüne bakıldığında; yemeklerin ana eksenini et, bulgur, sebzelerin hem tek başına hem de uyumlu bir şekilde et ve bulgurla birlikte pişirildiği görülmektedir (Talas, 2020: 279-292). Farklı alanlardan uzman yorumlarına göre; Malatya, kayısı kadar yemekleri ile de gastronomi alanında ünlü olması ve değer verilmesi gereken bir şehir olarak karşımıza çıkmaktadır (Tekelioğlu, 2018: 52-54).

Malatya mutfak kültürüne ait yemekler; Tiritli dolma küftesi, Ayrınlı yaprak sarması, Kağıt kebabı, Kaburga dolması, Geleli kebabı, Malatya usulü patlıcan tava, Tandır, Kavurma, Akçadağ kömbesi, Lahana (Nahna) küftesi, Etsiz Lahana (Nahna) Küftesi, Ekşili küfte, Mercimekli köfte, Karın bumar, Polat içli köftesi, Malatya usulü etsiz içli köfte, Erişte çorbası, Ayrınlı çorbası, Yoğurtlu sıkma küftesi, Yumru küftesi, Taş kadayıfı, Malatya usulü Şam kebabı, Sıkma küftesi, Tandır ekmeği, Kayısı tatlısı, Malatya usulü tarhana çorbası, Analı kızılı, Kulak çorbası, Tavşanlı yufkası, Kalbur hurması, Bilik, Pırpırım cacığı, Yapraklı köfte, Kiraz yaprağı köftesi, Saç kavurması, Kürt sarması, Ispanaklı ekmek, Baklalı pilav, Kömbe, Taş (yassı)kadayıf, Salçalı köfte gibi yemekler yöreye özgüdür (Wikipedia, 2023; Talas, 2020:279-292).

Tablo 3. Malatya İli Mahreç İşaretli Tescillenmiş Yemekleri ve Ürünleri

Mahreç İşaretli Yemek İsimleri	Mahreç İşareti Alınma Yılı
Akçadağ Kömbesi	2021
Arapgir Dolaması	2021
Arapgir Kakuk	2022
Arapgir Pohmutu	2022
Arapgir Tandır kebabı	2021
Battalgazi Haşhaşlı Dut pestili	2020
Malatya Analı Kızlı köftesi / Malatya Tiritli Köftesi	2021
Malatya Bilik Ekmeği	2022
Malatya Ekşili Ekmek	2023
Malatya İspanaklı Ekşili Köftesi	2022
Malatya Kâğıt Kebabı	2021
Malatya Kurabiyesi	2021
Malatya Köpük Pestili	2022
Malatya Peyniri	2022
Malatya Pidesi /Malatya Açık Ekmeği	2022
Malatya Pirpirimli Acılı Ayran/ Malatya Semizotlu Acılı Ayran	2022
Malatya Pöçüklü Lahana Sarması / Malatya Nahna Küftesi	2022
Malatya Simit Pilavı	2022
Malatya Tandır Ekmeği	2021
Malatya Tarhanası	2022
Malatya Tevek Yaprağı Sarması	2022
Malatya Yassı Kadayıfı	2022
Malatya Yağlı Ekmeği	2022
Malatya İçli Köftesi	2021
Polat İçli Köftesi	2022
Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarma Köftesi/Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarması	2020

Kaynak: (Türk Patent Kurumu, 2023)

Malatya mutfak kültürüne ait yemeklere bakıldığında çok sayıda mahreç işaretli tescillenmiş yemekleri mevcut olduğu göze çarpmaktadır. Bu yemeklerin isimleri ve mahreç işareti alma yılları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 4. Malatya İli Coğrafi İşaretli Tescillenmiş Ürünleri

Coğrafi İşaretli Ürün İsimleri	Coğrafi İşareti Alınma Yılı
Arapgir Köhnü üzümü	2008
Arapgir Mor reyhanı	2017
Hekimhan cevizi	2019
Malatya Banazı	2021
Karası üzümü	2020
Malatya Dalbastı Kirazı	2017
Malatya Erik Ekşisi	2022
Malatya Kayısı Çekirdeği	2020
Malatya Kayısısı	2002

Kaynak: (Türk Patent Kurumu, 2023)

Tablo 4’de görüldüğü üzere Coğrafi işaretli ürünlerinin isimleri ve coğrafi işareti alma yılları verilmiştir. Bulgurdan yapılan 100’ün üzerinde köfte ve yemek çeşidi bulunmaktadır. Malatya’ya ait peynir ürünleri bulunmaktadır. Şehrin fırın kültürünün gelişmiş olduğu görülmektedir. Gastronomi turizmi denildiği zaman yalnızca yemek rehberlerinden ve restoranlardan oluşmadığını bilmek gerekmektedir. Her çeşit mutfak kültürünü ve mutfak tecrübesini içerisinde barındırmakta olduğu anlaşılmalıdır. Aşçılık okulları, gastronomi tur rehberleri, yemek kitaplarını satan dükkânlar, turlar, gastronomiyle ilgili medya, televizyon programları, dergiler, gastronomiyle ilgili etkinlikler, festivaller ve tarla sahipleri de gastronomi turizmi içerisinde rol almaktadır (Çağlı, 2012:24).

16.yüzyılda Anadolu'yu ziyarete gelen Dernshwam, yazılarında Türk yemeklerinin başında çorba olduğunu ifade etmektedir. Bu konuda Malatya mutfağının da zenginliğe sahip olduğunu vurgulamıştır. Malatya'da günümüzde 30'dan fazla yöresel çorba yapılmaktadır. Bu çorbalar; Ayva köfteli kulak çorbası, ezme yoğurt çorbası, bulama çorbası, gendime çorbası, irinti çorbası, kelle paça çorbası, maş çorbası, malhuta çorbası, pırpırım çorbası, mercimekli erişte çorbası, sütlü aş çorbası, tarhana çorbası, yoğurtlu gendime çorbası (soğuk çorba), yüksük çorbası vb. şeklinde sıralanmaktadır. Özellikle içerisinde kara nohut, ıspanak, kavurma, yoğurt, nane ve tereyağı gibi malzemelerle zenginleştirilerek Malatya usulü yapılan tarhana çorbası kış aylarında bağışıklık sistemini güçlendirerek, hastalıklardan korumakta olduğu ifade edilmektedir. Malatya'da çorba kültürü gelişmiş olmasına rağmen şehirde yer alan birçok restoranın çorba olarak hala mercimek, ezogelin ve yayla çorbası sunumuna yer verdiği gözlenmiştir. Fakat son yıllarda yöresel yemeklere menülerinde yer veren işletmelerin, misafirlerine zengin Malatya yemeklerini ve çorbalarını sunmaya başlamış oldukları görülmüştür. Bu durum bölgedeki yöresel yemeklerin tanınırlığının artırılması ve deneyimlenmesi için büyük önem taşımaktadır. Malatya'da düzenlenen yerel gastronomi etkinlikleri ve festivallerine bakıldığında; Yeşilyurt Kiraz Kültür ve Spor Şenliği, Uluslararası Kültür, Sanat ve Kayısı Festivali, Malatya Fuarları ve Arapgir Bağbozumuna yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda bir diğer gastronomi etkinliği ise; Akçadağ Belediyesi tarafından yürütülen Bal, Armut, Kültür ve Sanat Festivali ile Doğanşehir Elma ve Kültür Şenliğidir (Çağlı, 2012:82).

Alan yazına bakıldığında Malatya'nın mutfak kültürü açısından dikkat çektiğini gösteren çalışmaların varlığından söz etmek mümkündür. Şengül (2017) tarafından yapılan çalışmada; 3.539 katılımcıya gastronomi ile ilgili sorular yönelterek; yerli turistlere birden fazla seçeneği işaretleme olanağı tanıdığı ve "Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan illerden hangisini gastronomi turizmi amacıyla ziyaret etmek istersiniz?" sorusuna yanıt aramıştır. Verilen yanıtlarda %41,11 ile ilk sırada Erzurum'un, %24,83 ile ikinci sırada Malatya'nın yer aldığı sonucuna ulaşmıştır. Genel anlamda tüm şehirler için gastronomi turizmi için ziyaret edilmek istenen şehirler arasında Malatya'nın 19. Sırada yer aldığı sonucunu açığa çıkarmıştır. Işık (2016), yaptığı çalışmada yirmi ilden 1067 kişiye Malatya kelimesini duyunca ilk akla gelenin ne olduğu sorusunu yöneltilmiştir. Araştırma sonucunda %78 ilk akla gelenin kayısı, ikinci olarak da İnönü Üniversitesi ve Turgut Özal üniversitesi olduğunu gözlemlenmiştir. Malatya'nın en önemli özelliği sorusuna ise; %73,8 kayısı, %9,7 tarihsel zenginlik, %6,2 İnönü Üniversitesi, %3,7 Malatya Spor ve %3,4 Turgut Özal Tıp Merkezi sonucuna ulaşmıştır. Benzer bir çalışma yürüten Tetik vd. (2013) ise Malatya'nın turistik özelliklerinin değerlendirilmesinde yüksek oranda yerel mutfak ve doğal güzelliklerin çekiciliğinin etkili olduğunu ortaya koymuştur. Karataş ve Türk, (2017) tarafından yürütülen çalışmada yerel halka Malatya denilince sırası ile akıllarına gelen ilk üç şeyin ne olduğu sorusu yöneltilmiştir. Çalışma sonunda yerel halka göre Malatya denilince ilk sırada akla gelen özelliğin %82,1 ile kayısının ilk sırada, ikinci sırada ise %8,7 oranla yemek, üçüncü sırada ise %7,4 oranla misafirperverlik olduğu görülmüştür.

Yapılan araştırmalarda kayısının Malatya ile bütünleştiği ve bu konuda markalaşma çalışmalarının başarıyla sonuçlandığı görülmektedir. Bu bağlamda Malatya'nın diğer yöresel ürün ve yemeklerinin değerlendirilerek yeni marka imajlarının oluşturulması gerektiği düşünülmektedir. Malatya denildiği zaman akıllara ikinci sırada gastronominin gelmesi şehir markalaşması açısından yerel ve yöresel mutfak değerlendirilmesi ve tanınırlığının artırılması gerektiği fikrini vermektedir. Bu nedenle bu çalışmada Malatya bölgesinin yöresel ve yerel mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından ele alınarak UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi temasıyla yer almasının önemine vurgu yapılmıştır. Ayrıca bu kapsamda gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Malatya'nın büyük değere sahip ürün ve yemeklerin uluslararası bilinirliğinin sağlanması yerel halka, yerel üreticilere, tarıma ve üretim hızına, bölgeye gelen turist sayısının artmasına, şehir markalaşmasına, şehir imajı oluşmasına büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Türkiye'nin gastronomi turizmi anlamında en fazla ziyaret edilen şehirleri hiç kuşkusuz, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi'nde yer almaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan; Erzurum, Kars, Van ve Malatya'da gastronomi turizmiyle adından söz ettiren diğer şehirlerdir. 2015 yılında Gaziantep, 2017 yılında Hatay, 2019 yılında ise Afyonkarahisar Gastronomi teması ile Unesco Yaratıcı Şehirler Ağına dahil edilmiştir.

Araştırmanın konusu, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan üç şehrimizin UNESCO Yaratıcı şehirler ağı gastronomi temasına dahil olması ile birlikte farklı bir bölgede yer alan Malatya ilinin yerel paydaşların bakış açısıyla bu ağı dahil olma potansiyelini değerlendirmektir. Malatya gastronomi turizmi ile literatürdeki çalışmaların sınırlı sayıda olması ve yaratıcı şehir ağları gastronomi teması ile Malatya'ya yönelik bir çalışma

yapılmamış olması araştırmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Malatya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması kapsamında potansiyelinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların kendi doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve doküman analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda veriler, alan yazında yer alan çalışmalar (Akın ve Bostancı, 2017: 110-124; Şahin ve Ünlüöner, 2021: 1204-1231; Gürbüz, Özaltaş Serçek ve Toprak, 2017: 124-136) temel alınarak araştırmanın amacına yönelik hazırlanan görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Hazırlanan görüşme formunda yer alan sorular anlaşılabilirlik ve veri toplamaya uygunluk bakımından Turizm Fakültesinde görev yapan beş akademisyenin görüşüne sunulmuştur. Araştırmanın evrenini yerel paydaşlar, Malatya ilinde yaşayan yerel halk, Malatya’da faaliyet gösteren gastronomi konusunda eğitim kurumlarının çalışanları, Malatya ilindeki yiyecek içecek işletmesi çalışanları, Malatya’da faaliyet gösteren gastronomi dernekleri yöneticileri oluşturmaktadır.

Nitel araştırmalarda örneklemin sayısından ziyade derinlemesine veri toplanabilecek kişiler olması tercih edilir. Örneklemin niceliğinden fazla niteliğinin önemli olduğu unutulmamalıdır (Kümbetoğlu, 2015:97). Araştırma problemiyle ilişkili ve derinlemesine bilgi alınabilecek büyüklükte örneklem ile çalışmak çok büyük bir örneklem ile çalışmaktan daha doğru sonuçlar verebilir (Miles ve Huberman, 1984: 27; Patton, 1990: 230). Bu doğrultuda olasılığa dayalı olmayan kasti (kararsal) örnekleme tekniği kullanılarak, araştırmacılarca çalışmaya katkısı olacağı düşünülen yirmi kişi ile görüşülmüştür. Görüşme sırasında yönlendirme sağlayan ifade ve durumlardan kaçınılarak güvenilir veri toplama işlemi yapılmıştır. Görüşmeler, katılımcıların çalıştıkları kurumlara gidilerek yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme formu olarak uygulanarak veriler toplanmıştır. Katılımcılarla yaklaşık olarak 35-40 dakika süren tüm görüşmeler ses kaydının ardından yazılı olarak kayıt altına alınmıştır.

Kaynak çeşitleme, aynı yöntem kullanılarak farklı veri kaynakları kullanmak olarak açıklanabilir (Patton, 2014: 464). İnsan deneyimlerinin değişkenlik göstermesi sebebiyle nitel araştırmalarda geçerlik güvenilirliği sağlayabilmek adına birden fazla yöntem kullanılması gerekmektedir. Birden fazla kaynaktan veri toplanabilirse bulguların karşılaştırılması ve kontrollerinin yapılabilmesi sağlanabilir (Denzin ve Lincoln, 1998:29; Wengraf, 2001:51). Buradan hareketle çalışmada önce doküman inceleme sonrasında ise görüşme tekniği kullanılarak kaynak çeşitlendirilmesi sağlanmıştır. Ayrıca, görüşmeler sırasında ses kaydı alınarak ve bulgularda doğrudan alıntılara yer verilerek güvenilirlik artırılmıştır (Neuman, 2009). Dokümanların taranması sonrasında elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilerek kayıt edilmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analizde veriler değiştirilip özetlenmeden, olduğu haliyle doğrudan alıntılar yapılarak okuyucuya sunulabilmektedir (Wolcott, 1994:10). Analiz sonucunda katılımcıların görüşleri, belirlenen temalar altında kodlanmıştır. Bu sayede görüşme metinlerini kategorize ederek ve kodlayarak bulgular elde edilmiştir.

Araştırmaya dair tema ve kodlar şöyledir;

- 1- Katılımcıların demografik bilgileri (Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, vb.)
- 2- Turizm sektörü ile ilgili hangi konuda ve kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

Tablo 5. Araştırmanın Tema ve Kodları

Tema	Kod
Kavramsal Bilgiler	- Gastronomi kavramının bilinirliği
	- UNESCO yaratıcı şehirler ağının bilinirliği
Malatya Mutfak Kültürüne dair Bilgiler	- Malatya iline ait coğrafi işaretler ve endemik bitkiler hakkında düşünceler
	- Yerel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran yeterli sayıda restoran mevcut mu?
	- Malatya'daki restoranlarda sunulan yerel yiyecek-içeceklerin sunumu yeterli mi?
Malatya Gastronomi Turizmüne dair Bilgiler	- Malatya'ya gelen ziyaretçilerin Malatya'da tatmak ve almak istedikleri ürünler nelerdir?
	- Malatya'da, gastronomi çalışanlarının birlikte olduğu sivil bir girişim veya topluluk bulunmakta mıdır?
	- Malatya'da Gastronomi Turizmi çalışmalarını yönlendiren bir kurum var mıdır?
	- Malatya'da Gastronomi Turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir?

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ile İlgili Bilgiler	-	Malatya'nın, UNESCO yaratıcı şehirler ağının 7 tema başlığından biri olan "gastronomi şehri" kategorisine dahil olabilir mi? Neden?
	-	Malatya'nın gastronomi şehri olma sürecini sizce kim yönetmelidir? Başvuru yapıldıysa süreci kimler yönetmektedir?
	-	Gastronomi şehri olmak için hangi faaliyetler yapılmalıdır/yapılmaktadır?
	-	Gastronomi şehri olmanın kente sağlayacağı faydalar neler olabilir?

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Etik Kurulu 21.02.2023 tarihi ve 30 karar numarası ile alınmıştır. Gerekli izinlerin alınmasından sonra veri analizine başlanmıştır. Sorulara verilen cevaplar doğrultusunda bulgular ve sonuç kısmında değerlendirmeler yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara ait demografik bilgiler ve araştırmada elde edilen bulgular önceden belirlenmiş temalar ve kodlamalarla alt başlıklar altında bu kısımda irdelenecektir.

Araştırma kapsamında görüşme formu yaklaşımı ile veriler toplanmıştır. Toplam 20 katılımcının; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek ve meslekteki hizmet süresi bilgilerine ilişkin bilgiler Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo. 6 Araştırmaya Katılanlara Ait Demografik Bulgular

Kod	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek	Meslekteki Hizmet Süresi (Yıl)
K1	35	Erkek	Lise	Aşçı	20
K2	28	Erkek	Lisans	Barmen	3
K3	50	Kadın	İlköğretim	Aşçı	24
K4	38	Erkek	Lisans	Akademisyen	10
K5	40	Erkek	Lise	Garson	15
K6	20	Erkek	Ön lisans	Öğrenci	-
K7	55	Erkek	İlköğretim	Aşçı	35
K8	46	Erkek	Lise	Garson	20
K9	37	Erkek	Ortaokul	Şef garson	10
K10	40	Kadın	Lisans	Öğretmen	12
K11	35	Erkek	Lise	Restoran müdürü	5
K12	27	Erkek	Lisans	Turist rehberi	4
K13	45	Erkek	Ortaokul	İşletmeci (Restoran sahibi)	15
K14	40	Erkek	Ön lisans	Aşçı	16
K15	29	Kadın	Lisans	Öğretmen	2
K16	50	Erkek	Ortaokul	Aşçı	17
K17	56	Erkek	Ortaokul	Emekli	-
K18	55	Erkek	İlköğretim	Aşçıbaşı	25
K19	40	Erkek	Lise	Esnaf	20
K20	34	Erkek	Lisans	Diyetisyen	5

Görüşme gerçekleştirilen kişilerin; %15'i kadın ve %85'i erkek bireylerden oluşmaktadır. Katılımcılar yaş açısından incelendiğinde katılımcıların yaş ortalamasının 40 olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, %15'inin ilköğretim, %20'sinin ortaokul, %25'inin lise, %10'unun ön lisans, %30'unun lisans mezunu oldukları saptanmıştır. Katılımcılar mesleklere yönelik incelendiğinde, yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların oranı %60, eğitim sektöründe çalışanlar %15, bir kişinin turizm sektöründe turist rehberi, bir kişinin diyetisyen, bir kişinin esnaf, bir kişinin emekli, bir kişinin ise öğrenci olduğu görülmektedir. Mesleki hizmet süresinin ortalamasına bakıldığında yaklaşık olarak 13 yıl olduğu görülmektedir. Görüşme gerçekleştirilen kişilerden; 1-10 yıl arasında mesleki deneyime sahip olanlar toplam görüşülen kişilerin %35'ini, 11-20 yıl arasında mesleki deneyime sahip olanlar toplam görüşülen kişilerin %40'ını, 21 yıl ve üzerinde mesleki deneyime sahip olanlar toplam görüşülen kişilerin %15'ini oluşturmaktadır.

Tema 1: Kavramsal Bilgiler

Çalışmanın birinci teması olan kavramsal bilgiler kısmında; gastronomi kavramının bilinirliği, UNESCO yaratıcı şehirler ağının bilinirliği ile ilgili sorulara verilen yanıtlar incelenmiştir.

Kod 1: Gastronomi kavramının bilinirliği sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 1. “Gastronomi kavramı son on yıldır çok fazla duyduğumuz bir kavram oldu. İnsanların yeme içme ile ilgili meraklarını giderdikleri bir turizm çeşidi olarak da biliyorum.”

K 4. “Yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi inceleyen bir bilim dalı olarak biliyorum. Türkiye’de çoğunlukla Gaziantep ve Hatay illerine gastronomi turizmleri yapıldığını gördüm.”

K 11. “Yiyecek ve içeceği ilgilendiren her şeyin gastronominin içine girdiğini biliyorum. Sadece bir şeyi yemek ya da içmek değil de nasıl hazırlandığı içinde hangi malzemeler bulunduğu ile de ilgileniliyor.”

K 15. “Yeme içme ilgili konuları araştıran bir bilim dalı olarak kabul edilmektedir. Üniversitelerde lisans ve yüksek lisans olmak üzere Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri bulunmaktadır. Türkiye, mutfak kültürü bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Özellikle Malatya’da yetiştirilen tarım ürünleri, pişirme şekilleri, gelenekler Malatya’da gastronomi turizmi potansiyeli olduğunu gösteriyor.”

K 20. “Gastronomi, mide yasası olarak çeviri yapılırsa da yemeklerde kullanılan malzemelerin topraktan sofraya kadar ki geliş serüveni, mutfak ekipmanları, yeme içme kültürü, mutfakla ilgili örf adetler, kullanılan malzemelerin atıksız kullanılması, herhangi bir hastalığa göre yemek planlaması gibi pek çok konuyu irdeleyen bir bilim olarak karşımıza çıkmaktadır.”

Kod 2: Katılımcıların UNESCO yaratıcı şehirler ağının bilinirliği sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 2. “Kırşehir var müzik temasında, Gaziantep en bilinenlerden gastronomi temasında. Gaziantep sayesinde ülke olarak Unesco yaratıcı şehirler ağı konusunda bilgi sahibi olduk desem pek de yanlış olmaz sanıyorum.”

K 7. “Unesco yaratıcı şehirler ağı olarak duymadım ama Gaziantep ve Hatay’ın gastronomi teması aldığını biliyorum.”

K 12. “Unesco yaratıcı şehirler ağı’nda olan kentlerin Dünyaca bilinirliğinin arttığını düşünüyorum. Özellikle ağa eklenen kentlerin eklendikten sonra turizm hareketliliğinde artış olduğunu görmekteyiz. Buna en büyük örnek Gaziantep’tir.”

K 19. “Kendi memleketimden dolayı bilgim var. Unesco yaratıcı şehirler ağı gastronomi temasında Türkiye’den en son Afyonkarahisar eklendi. Müzik ve halk sanatları ile ilgili olarak da temaları olduğunu duydum ancak Türkiye’den hangi şehirler var bilemiyorum.”

K 20. “Açıkçası Müzik ve Gastronomi alanında duydum. Gaziantep ve Hatay’ın Gastronomi teması, Kırşehir’in ise Müzik teması ile yaratıcı şehirler ağında yer aldığını biliyorum.”

Tema 2: Malatya Mutfak kültürüne dair bilgiler

Çalışmanın ikinci teması olan Malatya Mutfak Kültürüne dair Bilgiler kısmında; Malatya iline ait coğrafi işaretler ve endemik bitkiler hakkında düşünceler, Yerel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran yeterli sayıda restoran mevcut mu? Malatya’daki restoranlarda sunulan yerel yiyecek-içeceklerin sunumu yeterli mi? Malatya’ya gelen ziyaretçilerin Malatya’da tatmak ve almak istedikleri ürünler nelerdir? ile ilgili sorulara verilen yanıtlar incelenmiştir.

Kod 1: Katılımcıların Malatya iline ait coğrafi işaretler ve endemik bitkiler hakkında düşünceler sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 3. “Açıkçası endemik bitki olarak bir fikrim yok, Malatya coğrafi işaretli ürünler konusunda ise zengin diye düşünüyorum. Özellikle Arapgir ilçesine özgü gastronomik ürünlerimiz fazla.”

K 10. “Malatya’ya özgü oldukça fazla gastronomik coğrafi işaretli ürünümüz bulunmaktadır. Bunlardan ilk akla gelen tabii ki Malatya Kayısı, Mor Reyhan, Yassı Kadayıf.”

K 12. “Malatya özellikle gastronomi turizmi konusunda çok fazla şey vaat eden bir kent. Endemik bitkiler hakkında herhangi bir bilgiye sahip değilim ancak coğrafi işaretli ürünlerdeki markalaşma konusunda gayet başarılı buluyorum.”

K 13. “Misafirlerimizin bazıları yemeklerini sipariş verirlerken menümüzdeki ürünlerde coğrafi işaretli ürünler kullanılıp kullanılmadığını soruyorlar. Biz menü planlamada ve yemek hazırlıklarında mevsiminde taze olarak kullandığımız ürünlerde coğrafi işaretli ürünlerde ya da coğrafi işaretli yemeklerden seçmeye çalışıyoruz.”

K 17. “Malatya’ya özgü hem tarımsal ürün olarak hem de yemek olarak coğrafi işaret almış çok sayıda lezzetimiz var. Bunlardan benim bildiklerim, Arapgir mor reyhanı, Arapgir Köhnü Üzüümü, Arapgir Tandır Kebabı, Hekimhan Cevizi, Yeşilyurt Dalbastı Kirazı.”

Kod 2: Katılımcıların yerel yiyecek ve içecekleri menüsünde bulunduran yeterli sayıda restoran mevcut mu? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 4. “Malatya’daki lokantaların çoğunda Malatya Mutfağına ait yemekler servis edilmektedir. Gerek restoran olarak gerekse menüde çok fazla farklı mutfaklara ait yemeklere rastlanmaz.”

K 9. “Bizim işletmemizde yemeklerin neredeyse tümü Malatya’ya özgü yemekler olmakla birlikte Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin yemekleri menüde bulunmaktadır.”

K 11. “Malatyalılar yemek konusunda biraz milliyetçidir diyebilirim. Malatya’nın çoğunda bölgeye özgü yemekler bulunmaktadır. Şimdiye kadar benim hem çalıştığım hem de müşteri olarak bulunduğum işletmelerin tümünde de aynı idi.”

K 12. “Malatya bu konuda Türkiye ölçeğinde en iyi şehirlerden birisi diyebilirim. Gelen turistler Malatya mutfağına ait yemekleri bulabilecek işletme konusunda hiç zorluk çekmezler.”

K 19. “Malatya mutfağındaki yemekleri sanayideki lokantadan ana cadde üzerinde yer alan birinci sınıf restorana kadar bulmak çok kolay. Malatya bu açıdan turistler için ciddi manada rahatlıkla gelebilecekleri bir yer.”

Kod 3: Katılımcıların Malatya’daki restoranlarda sunulan yerel yiyecek-içeceklerin sunumu yeterli mi? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 2. “Yerel yiyecek içecek sunan işletmelerin sunumları çok da iyi değil. Geliştirilmesi gerekiyor. Üçüncü nesil kahve sunan işletmelerin sunumları gayet iyi ama onlar da Malatya’ya has ürünler sunmuyor.”

K 5. “Genel olarak Malatya’da sunum konusuna önem verildiğini sanmıyorum.”

K 12. “Sunumlara pek önem verildiğini söyleyemem.”

K 15. “Malatya’da yemeklerle ilgili bir sıkıntı var mı diye sorsanız kesinlikle cevabı sunumların ne yazık ki kötü demek istemiyorum ama dikkatsiz, özensiz yapıyor. Şehir dışından bir misafirimiz geldi en muzdarip olduğum konu budur.”

K 20. “Malatya’da sunumlar konusunda stil olarak biraz daha özen gösterilmesi gerekiyor diye düşünüyorum. Genel anlamda porsiyonlar büyük, porsiyonlarla ilgili de bir çalışma yapılabilir.”

Kod 4: Katılımcıların Malatya’ya gelen ziyaretçilerin Malatya’da tatmak ve almak istedikleri ürünler nelerdir? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 4. “Malatya usulü Yassı Kadayıf, Kiraz Yaprağı Sarması, Kağıt Kebabı, Analı Kızlı en fazla tercih edilen yemekler, alınan ürünler de ise Malatya Kayısı, bulgur, hediyelik olarak götürmek için yassı kadayıf tercih ediliyor.”

K 10. “En fazla talep edilen ürünler olarak Malatya Kayısı ve Bulguru, en fazla tadılmak istenen ise kiraz yaprağı sarması, menüde görülüp bazen Geleli Kebabını da tercih eden misafirlerim oluyor.”

K 12. “Malatya’ya gelen misafirlerin neredeyse hepsi coğrafi işaretli Malatya Kayısı satın almak istiyorlar. Kiraz yaprağı sarması en çok merak edilen ve yenilen yemekler arasında öne çıkıyor.”

K 13. “Malatya’ya gelenlere yönelik yöresel yemeklerin birkaçının olduğu set menü hazırladık. Genelde misafirlerimiz tek bir yemeği denemektense kiraz yaprağı sarması, analı kızlı, içli köfteden oluşan set menüyü tercih ediyorlar.”

K 18. “En fazla talep gören iki yemeğimiz Kağıt Kebabı ve Kiraz Yaprağı Sarması.”

Tema 3: Malatya gastronomi turizmine dair bilgiler

Çalışmanın üçüncü teması olan Malatya Gastronomi Turizmine dair Bilgiler kısmında; Malatya’da, gastronomi çalışanlarının birlikte olduğu sivil bir girişim veya topluluk bulunmakta mıdır? Malatya’da Gastronomi Turizmi çalışmalarını yönlendiren bir kurum var mıdır? Malatya’da Gastronomi Turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir? ile ilgili sorulara verilen yanıtlar incelenmiştir.

Kod 1: Katılımcıların Malatya’da, gastronomi çalışanlarının birlikte olduğu sivil bir girişim veya topluluk bulunmakta mıdır? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 3. “Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği diye bir dernek olduğunu biliyorum.”

K 7. “Malatya Profesyonel Aşçılar ve Pastacılar Derneği var.”

K 14. “Malatya Şefler ve Aşçılar Derneği ile Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği’ni biliyorum.”

K 16. “Malatya Profesyonel Aşçılar Derneği var.”

Kod 2: Katılımcıların Malatya’da gastronomi turizmi çalışmalarını yönlendiren bir kurum var mıdır? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 4. “Malatya Büyükşehir Belediyesi’nin Malatya’nın gastronomi turizmi çalışmalarını yönlendirdiğini düşünüyorum.”

K 8. “Malatya merkezde ayrı ilçelerde farklı uygulamalar olduğu için belediyelerin çoğunlukla kendi içlerinde hallettiğini düşünüyorum. O yüzden yönlendiren bir kurum olduğunu sanmıyorum.”

K 16. “Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği’nin gastronomi turizminin geliştirilmesi konusunda katkı sağlayacağı düşüncesindeyim.”

K 18. “Malatya’da gastronomi turizmi çalışmalarını neredeyse her kurum bireysel olarak yapıyor gibi gözüküyor. O yüzden yönlendiren bir kurum olduğunu düşünmüyorum.”

K 19. “Malatya Valiliğinin, il kültür turizm müdürlüğü ile birlikte çalışmaları yönlendirdiğini düşünüyorum.”

Kod 3: Katılımcıların Malatya’da gastronomi turizminin geliştirilmesi ile ilgili önerileriniz nelerdir? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 2. “Malatya’da özellikle Arapgir’e yönelik bir gastronomi rotası veya farklı projeler geliştirilmesi gastronomi turizmi açısından önemlidir.”

K 10. “Doğu Anadolu Bölgesinin en batısında yer alan Malatya, günlük uçuş sayısı, tren seferleri ve şehirlerarası otobüs güzergâhında yer alması sebebiyle ulaşılabilirliğinin vermiş olduğu avantaj sayesinde mutfak kültürünü daha fazla kitleye duyurabilmektedir. Bu yüzden, havalimanı, otogar, tren garında gastronomi turizmine yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürütülmelidir.”

K 12. “Malatya’da gastronomi turizminin geliştirilmesi adına daha profesyonel hizmet sunan seyahat acentelerine ihtiyaç duyulmaktadır.”

K 15. “Malatya’da gastronomi turizminin geliştirilmesi denildiğinde aklıma Kale ilçesinde yer alan turizm meslek yüksekokulu geldi. Malatya’da gerçekten turizmin, gastronomi turizminin geliştirilmesi için ilk önce Türkiye’nin en köklü üniversitelerinden İnönü Üniversitesi’nde Turizm Fakültesi kurulmalıdır. Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve diğer bölümler kurulmalı, lisansüstü turizm öğrencileri yetiştirilmeli ve bu öğrenciler ile akademisyenler Malatya gastronomi turizminin geliştirilmesine öncülük etmelidirler.”

K 17. “Malatya’da gastronomi turizminin geliştirilmesi adına düzenlenecek olan her türlü etkinliğin Malatya, tüm Türkiye ve Dünyaya duyurulmasına gerekli özenin gösterilmesi gerekir. Bazı gastronomi etkinliklerinden biz Malatyalıların bile düzenlendikten sonra haberi oluyor.”

Tema 4: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ile İlgili Bilgiler

Çalışmanın dördüncü teması olan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ile İlgili Bilgiler kısmında; Malatya’nın, UNESCO yaratıcı şehirler ağının 7 tema başlığından biri olan “gastronomi şehri” kategorisine dahil olabilir mi? Neden? Katılımcıların Malatya’nın gastronomi şehri olma sürecini sizce kim yönetmelidir? Başvuru yapıldıysa süreci kimler yönetmektedir? Gastronomi şehri olmak için hangi faaliyetler yapılmalıdır/yapılmaktadır? Gastronomi şehri olmanın kente sağlayacağı faydalar neler olabilir? ile ilgili sorulara verilen yanıtlar incelenmiştir.

Kod 1: Katılımcıların Malatya’nın, UNESCO yaratıcı şehirler ağının 7 tema başlığından biri olan “gastronomi şehri” kategorisine dahil olabilir mi? Neden? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 1. “Malatya’daki tescilli coğrafi işaretli ürünlerin sayısı oldukça fazladır. Aynı şekilde Malatya’ya özgü yemek sayısı da azımsanamayacak kadar fazladır. Bu sebeple, gastronomi şehri unvanını Malatya’nın hak ettiğini düşünüyorum.”

K 4. “Malatya gerek yemek çeşitliliği gerekse sahip olduğu mutfak kültürünün olumlu etkisi ile Unesco Yarattıcı Şehirler Gastronomi temasını hak etmektedir.”

K 7. “Malatya, tarihi, kültürü, geleneklerini hala sürdürülmesiyle bilinen bir şehirdir. Pek tabii ki gastronomi şehri unvanını hak etmektedir.”

K 12. “Malatya mutfak kültürünü geçmişte bugüne sürdürmesiyle birlikte, Gastronomi Konağı, Malatya Yemekleri Lokantası, Kahve Müzesi gibi yerel yönetimlerce katkı sağlanan projeleri de arttırarak sürdürmesi sebebiyle gastronomi şehri unvanını hak etmektedir.”

K 18. “Dünyanın kayısı başkenti Malatya, gastronomi şehri unvanını hak etmektedir. Bunun en büyük göstergesi, yetiştirilen tarım ürünleri, yemekler diyebilirim.”

Kod 2: Katılımcıların Malatya'nın gastronomi şehri olma sürecini sizce kim yönetmelidir? Başvuru yapıldıysa süreci kimler yönetmektedir? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 5. “Başvuru yapılmadı diye biliyorum. Süreci, Valilik ve Belediye yönetmeli diye düşünüyorum.”

K 8. “Başvuru yapıldığını düşünmüyorum. Bu sürecin en iyi şekilde yönetilmesi adına valiliğimizin oluşturacağı bir komisyonun görevlendirmelerinin sürecin olumlu sonuçlanmasını sağlayacağını düşünüyorum.”

K 16. “Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği'nin başvuru sürecini yönetecek en iyi oluşum olduğunu düşünüyorum.”

K 17. “Malatya'nın gastronomi şehri olma sürecini belediyenin yönetmesi gerektiğini düşünüyorum. Bugüne kadar düzenlenen etkinliklerde Malatya Büyükşehir Belediyesinin etkisinin büyük olduğunu düşünüyorum.”

K 19. “Malatya Valiliğinin öncülüğünde kurulacak bir ekiple Malatya'nın gastronomi şehri olma yolunda ne gibi eksiklikleri var bunların tespitinin yapıp ona göre adımlar atılması yerinde olacaktır.”

Kod 3: Katılımcıların gastronomi şehri olmak için hangi faaliyetler yapılmalıdır/yapılmaktadır? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 2. “Malatya'da düzenlenen gastronomi organizasyonlarına davet edilen influencerlar sayesinde şehrin gastronomi potansiyelinin tanıtım ve bilinirliğinin artırılması sağlanmaya çalışılıyor.”

K 4. “Malatya Valiliği, Fırat Kalkınma Ajansı, Malatya Belediyesi, Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği'nin birlikte ya da ayrı ayrı katkı sağladıkları organizasyonlar bulunmaktadır. Uluslararası Malatya Gastronomi ve Turizm Kongresi, Kayısı Çiçeği Şenlikleri bunlara örnek gösterilebilir.”

K 11. “Malatya'ya özgü yiyecek ve içeceklerin ticarileştirilmesi anlamında ilgili ürünlerin satışa sunulması için paketlemeye özen gösterilebilir.”

K 13. “Coğrafi işaretli ürünlerin, Malatya'nın gastronomi şehri olması konusunda daha fazla markalaştırılması gerektiğini düşünüyorum.”

K 20. “Malatya'nın Gastronomi şehri olması için öncelikle üniversite bünyesinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünün kurulması gerektiğini düşünüyorum.”

Kod 4: Katılımcıların gastronomi şehri olmanın kente sağlayacağı faydalar neler olabilir? sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde;

K 3. “Çalıştığım işletmeye genellikle aynı bölgeden yerli turist geliyor. Gastronomi turizmiyle birlikte tüm Türkiye ve Dünyadan misafirler ağırlayabilir ve mutfak kültürümüzü, Malatya'mızı tanıtabiliriz.”

K 6. “Hem çalışıp hem okuyan birisi olarak hafta sonu restoranlara ekstra iş olunca gidiyorum. Gastronomi şehri olunca daha fazla iş imkânı olacağını düşünüyorum.”

K 15. “Yiyecek içecek ile ilgili mesleki eğitim alan öğrencilerin staj yapabileceği ve çalışabileceği işletmelerin daha da artabilir.”

K 19. “Gastronomi turizmi canlanacağı için kayısı, bulgur gibi ürünleri satışı da artacaktır diye düşünüyorum.”

K 20. “Şehrin gastronomi teması alması ile turistik hareketliliğin artmasıyla birlikte istihdama olumlu yönde katkı sağlayacaktır.”

Sonuç ve Öneriler

Gastronomi turizmi açısından bakıldığında mutfak kültürünün bir destinasyon için en önemli unsurlardan biri olduğu düşünülmektedir. Bir bölgeye özgü olan yemekler, o bölgenin diğer bölgelerle karşılaştırıldığında fark yaratabilmesi için en büyük avantajdır. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Coğrafi işaretli olarak tescil edilen ürün sayısının ön plana çıkmak isteyen destinasyonların sahip oldukları ve sahip olmadıkları özelliklerin belirlenmesinde ve turizm potansiyelinin artırılmasına yardımcı olduğu düşünülmektedir. Bölgedeki gastronomi turizmi açısından da mahreç işareti, menşe adı almış ürünlerin ve yemeklerin önemi büyüktür. Bölgenin gastronomi kimliğinin belirlenmesinde destinasyonun kültürel ve coğrafi özelliklerinin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Böylelikle destinasyonun gastronomi kimliğini oluşturan etmenler ortaya çıkarılarak bölgenin tanıtım ve pazarlanması açısından kullanılabilir güçlü yönleri saptanabilmektedir. Yöresel mutfak kültürü, sosyokültürel olarak hem o bölgenin kültürüne özgü bir yönünü yansıtmakta hem de ulusları birbirine kaynaştırarak kültürel olarak etkileşim içinde bulunmasına fırsat tanımaktadır (Yorgancı, 2018). Malatya; tarihi dokusu, zengin kültürü ve doğal güzelliklerinin olduğu kadar mutfağıyla da son derece zengin ve önemli bir kenttir. Malatya mutfağı tarih içerisinde gelişerek kendine has lezzetler yaratmıştır. Malatya'nın gastronomi kimliği incelendiğinde; tarih, etnik çeşitlilik, yöreye uyumlu ürünlerin yetiştirilmesi ve yetenekli ellerde değerlendirilmesi yörenin gastronomi kimliğini güçlendirmektedir. Malatya'nın gastronomik imajının güçlü olması kentin bilinirliğine katkısı fazladır.

Bu araştırmada Malatya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında değerlendirilmesi ve mevcut durumunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Yerel halkın ve turizm paydaşlarının Malatya'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla girmesi hususunda ne derece farkındalığa sahip olduğu, bölgenin coğrafi işaretli ve yöresel ürünleri yerel işletmelerde ne düzeyde görebildiklerinin açıklanmasıyla gastronomi şehri olma kriterlerinin karşılanma düzeyinin açığa çıkarılmasına yöneliktir. Araştırma bulgularının alan yazına katkı sunarak araştırmacılara kaynak olması beklenmektedir. Araştırma kapsamına uygun olarak, Malatya'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasıyla girebilmesinin potansiyel olarak değerlendirilmesi üzerine sorular hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında yirmi kişi ile görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların hepsinin gastronomi kavramı ve UNESCO yaratıcı şehirler ağı hakkında bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuç, daha önce alan yazında Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması hakkında yerel halkın ve işletmelerin farkındalık düzeyinin incelendiği çalışmanın sonucuna göre farklılık göstermektedir. Söz konusu araştırmada görüşülmüş olan 40 işletmeden sadece 15'inin bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir (Taştan ve İflazoğlu, 2018:384-393). Bu farklılığın nedeninin örneklem seçiminden kaynaklandığı ve araştırmaya katılan katılımcıların gastronomiye ve gastronomi turizmine ilgi duymalarıyla alakalı olduğu düşünülmektedir.

Görüşme sonuçlarına bakıldığında katılımcıların Malatya iline ait coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olduğu fakat endemik bitkilerle ilgili yeteri kadar bilgi sahibi olmadığı görülmüştür. Coğrafi işaretli ürünlerden en çok Arapgir mor reyhanı, Arapgir köhnü üzümü, Arapgir tandır kebabı, Hekimhan cevizi, Yeşilyurt dalbastı kirazı, Yassı kadayıf, Kiraz Yaprağı sarması, Kağıt kebabı, Analı kızlı, Malatya kayısı, Malatya bulgurunun bilindiği görülmektedir. Bu kapsamda endemik bitkiler araştırılıp eğer uygunsa kullanım alanlarının yaratılması, düzenlenen festivallerde yörenin endemik bitkilerinin tanıtımına yönelik çalışmalar yapılmasının uygun olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların yanıtlarına bakıldığında coğrafi işaretli ürünler ile yöresel ürünlere işletmelerin menülerinde çoğunlukla yer verildiği anlaşılmaktadır. Bölgeye gelen ziyaretçilerin Malatya yöresine özgü yiyecekleri bulmakta ve tatmakta zorluk yaşamayacakları vurgulanmıştır. Fakat Malatya'daki yiyecek içecek işletmelerinin sunumlarının çok iyi olmadığı vurgulanarak geliştirilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Ayrıca porsiyonlarda büyüklüğe ve artışa dikkat edilmesi gerektiğine vurgu yapılmıştır. Malatya'yı ziyaret edenlerin genellikle Yassı Kadayıf, Kiraz Yaprağı Sarması, Kağıt Kebabı, İçli Köfte ve Analı Kızlı yemeklerini tatmayı tercih ettikleri görülmüştür. Farklı olarak ise Geleli kebabının sipariş edildiği belirtilmiştir.

Malatya'ya gelenlerin hediye olarak Malatya kayısı, Malatya bulguru ve yassı kadayıfı satın aldıkları belirtilmiştir. Katılımcılar bölgede Malatya gastronomi çalışmalarının birlikte yürütüldüğünü "Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği, Malatya Profesyonel Aşçılar ve Pastacılar Derneği, Malatya Şefler ve Aşçılar Derneği" düşünmektedir. Malatya'nın gastronomi turizmi çalışmalarını yönlendiren kurumlar arasında ise; Malatya Büyükşehir Belediyesi, Malatya Gastronomi Turizmi ve Tanıtım Derneği, Malatya Valiliği ve İl Kültür Turizm müdürlüğünün birlikte çalışmalar yürüttüğüne yönelik ifadelerde bulunulmuştur. Kimi katılımcıların ise bu konu hakkında bilgi sahibi olmadığı görülürken herhangi bir kurum tarafından ortak

bir hareketlilik olmadığı yönünde düşüncüleri olduğu görülmüştür. Bu sebeple Malatya ilindeki coğrafi işaretli ve yöresel ürünlerin değerinin gün geçtikçe artabilmesi ve uluslararası anlamda turist kazandırılması için kurumlar arası iş birliklerinin yapılarak bu hususta halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların Malatya Gastronomi turizmi için verdikleri önerilere bakıldığında; Malatya'nın Arapgir ilçesine yönelik bir gastronomi rotasına yönelik farklı projeler geliştirilmesinin gastronomi turizmi açısından önemli olduğu vurgulanmıştır. Malatya'nın Doğu Anadolu Bölgesinin en batısında yer almasıyla birlikte uçuş sayısının, tren seferlerinin, şehirlerarası otobüs güzergahlarına yakın ve sık ulaşım sağlanabilmesinin vermiş olduğu avantaj sayesinde Malatya mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından daha çok kesime ulaşabileceği ifade edilmiştir. Bu nedenle havalimanında, otogarda ve tren garında, ilgili kamu kurum ve kuruluşların iş birliği sayesinde Malatya gastronomi turizminin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yürütülebileceği düşünülmektedir. Malatya'da gastronomi turizmine yönelik hizmet sunan bir seyahat acentesinin bulunmaması, faaliyet gösteren seyahat acentelerinin ise daha profesyonel olarak hizmet vermesinin önemine vurgu yapılmıştır. Ayrıca turlarda olması gerektiği gibi profesyonel turist rehberlerinin yer alması gerekmektedir.

Ayrıca şu an sadece Malatya Kale ilçesindeki meslek yüksek okulunda açılılık ve turizmle ilgili bölümlerin yer aldığı, Türkiye'nin önemli üniversitelerinden olan İnönü üniversitesi bünyesinde turizmle ilgili herhangi bir bölüm bulunmamasının kentin başta turizm sonrasında gastronomi turizmi için büyük bir eksiklik olduğu düşünülmektedir. Bu yüzden İnönü Üniversitesi turizm fakültesi kurularak, turizmle ilgili bölümlerin aktif hale getirilmesi turizm alanında lisans ve lisansüstü öğrenciler yetiştirilmesi ve turizm kökenli alanında öncü akademisyenlerin Malatya gastronomi turizminin gelişimine öncülük etmesi beklenmektedir. Bu sayede Malatya'da gastronomi turizminin bilinçli olarak büyüyebileceği ön görülmektedir. Malatya'da düzenlenecek olan gastronomik etkinliklerin festivaller, sempozyumlar, kongreler vb. her birinin Türkiye ve Dünya'ya duyurulmasına önem verilmesi bazı etkinliklerin Malatya'da bile tam anlamıyla duyurulmadığı belirtilmiştir. Bununla ilgili olarak sosyal medya hesaplarından, afiş ve duyuru panolarından, billboardlardan aktif olarak yararlanılması gerekmektedir.

Malatya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağının 7 tema başlığından biri olan gastronomi şehri kategorisinde yer almasına yönelik katılımcılar Malatya bölgesinde tescilli ve coğrafi işaretli ürün sayısının oldukça fazla olduğunu ve Malatya'ya özgü yemek sayısının da azımsanamayacak kadar fazla olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle gastronomi şehri unvanını Malatya'nın hak ettiğini vurgulamaktadırlar. Malatya'nın mutfak kültürünün geçmişten bugüne sürdürülmesiyle beraber, Gastronomi konağının, Malatya yemekleri lokantasının ve kahve müzesi gibi yerel yönetimlerin katkı sağladığı projelerin çoğalması gerektiğini ifade ederek Malatya'nın gastronomi şehri olması için olumlu yönlerinin varlığından söz edilmiştir. Bilindiği üzere Unesco gastronomi yaratıcı şehirler ağı tarafından üye kabul edilebilmesi için ilin bazı özellikleri taşıması gerekmektedir (Unesco, 2021). Bunlar: Kent merkezinde ve yerel bölgede bulunan karakteristik özelliklerin gelişmiş olarak gastronomi kavramından oluşması ve bilinmesi gerekliliğidir. Fazla sayıda bölgede yer alan geleneksel ve yöresel restoranlarından söz edilmesi gerekmektedir. Ayrıca uzman şeflerin kent bölgesinden barınıyor olduğuna dair canlı bir gastronomi topluluğunun ve sivil toplum örgütlerinin varlığından söz edilmesi gerekmektedir. Doğaya saygı duyan ve sürdürülebilir yerel ürünlere teşvik edici olması ve bu hususta girişimci kişilerle iş birliği içerisinde bulunulması gerekmektedir. Biyoçeşitliliğin korunmasıyla ilgili olarak açılılık ve gastronomi eğitimi veren okulların müfredatlarına iyileştirmeler ilgili derslerin eklenmesi gerekmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu Malatya'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri olma sürecini, Malatya Valiliği ve Malatya Büyükşehir Belediyesi iş birliğinde oluşturulacak komisyon görevlendirmesi sağlanarak yürütülmesi gerektiğini ve bu sayede olumlu sonuç alınacağını ifade etmektedir. Bu süreç içerisinde Malatya Gastronomi Turizm ve Tanıtım Derneği'nin de başvuru sürecini yönetirken destek olması gerektiğini vurgulanmaktadır. Bu kapsamda başvuru sürecinde Malatya ilinin güçlü ve zayıf yönleri tespit edilerek eksiklerin giderilmesi sürecin olumlu olmasına büyük katkı sunacaktır. Katılımcılar tarafından Malatya'nın gastronomi şehri olması için Malatya'da düzenlenen gastronomi organizasyonlarına influencerların davet edilerek şehrin gastronomi potansiyelinin tanıtım ve bilinirliğinin artırılmaya çalışıldığı ifade edilmiştir. Malatya Valiliği, Fırat Kalkınma Ajansı, Malatya Belediyesi, Malatya Gastronomi ve Tanıtım derneğinin birlikte ve ayrı ayrı katkı sağladığı organizasyonların varlığından söz edilmektedir. Bu bağlamda Uluslararası Malatya Gastronomi ve Turizm Kongresi, Kayısı Çiçeği Şenlikleri örnek olarak sunulmuştur.

Malatya'nın kendine özgü yerel ve yöresel lezzetlerinin markalaşabilmesi için ilgili ürünlerin satışa sunulması aşamasında paketlemeye özen gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Şehrin kendine özgü bir logo tasarlaması

marka imajı kazanmasında büyük katkı sunacaktır. Malatya'nın gastronomi şehri olarak anılabilmesi ve gastronomi alanında güncel gelişmelere ayak uydurabilmesi için Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü kurulması gerekmektedir. Malatya'nın gastronomi şehri olması durumunda bölgeye Türkiye'nin birçok ilinden ve Dünya'nın birçok ülkesinden misafirler ağırlanabilir hale gelebilecektir. Bu sayede Malatya'nın kültürü, yerel ve yöresel ürünleri daha çok tanıtılabilecektir. Bölgenin tanıtılmasının iş imkanının artışında katkısı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca yiyecek ve içecek alanında mesleki eğitim alan öğrencilerin staj yapacağı ve çalışacağı iş yerlerinin artabileceği düşünülmektedir. Malatya'nın yöresel ürünlerinden kayısı ve bulgur üretimi artarak dış pazara açılması söz konusu haline gelebileceği ön görülmektedir. Bu sayede turistik hareketliliğin artmasıyla beraber bölgede ve bölge dışında istihdam imkanının olumlu olarak etkileneceği düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında görüşlerine başvurulmuş kurum, kuruluş temsilcileri Malatya mutfağının zenginliğini vurgulamaktadırlar. Gastronomi turizminin gelişmesi için kurumların iş birliğinin ve tanıtımın ön planda olması gerektiği düşünülmektedir. Bölgede UNESCO yaratıcı şehirler ağı hakkında bilinirlik düzeyi yüksektir. Bu ağa katılım için bir çalışma yapılması halinde katılımcılarının çoğunun aktif rol oynayabileceği görülmektedir. Malatya mutfağı ve gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmaların genel olarak sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Mevcutta yürütülen çalışmaların kurumlar ve kuruluşlar arasında iş birliği sağlanarak diğer paydaşlarla iş birliği içerisinde yürütülmesinin uzun vadede bölgeye olumlu katkısı olacağı düşünülmektedir. Gastronomi çalışmalarının yürütülmesine yönelik kent konseylerinin tanıtım platformları kurularak sivil toplum örgütleriyle birlikte paydaşlarında içerisinde yer alacağı girişimlere yer verilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde öncelikli olarak, UNESCO Yaratıcı Şehir Ağı ve Gastronomi kavramlarının bilindiği ve bu konuda tanıtım, bilgilendirmelerin yapılmasında ortak paydada buluşulması gerektiği görülmektedir. Sonuçlar; Güler, Harçın ve Kadioğlu (2017) tarafından Türkiye'deki diğer UNESCO Gastronomi Şehri olan Gaziantep'te gerçekleştirilen çalışmaya göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Çalışmanın farklılık göstermesinin nedeni bölgedeki katılımcıların gastronomi alanında ilgisi, yerel ve yöresel ürünlere sahip çıkma isteği olduğu görülmektedir. Yerel halkın, işletmelerin ve sivil toplum kuruluşlarının Valilik ve Belediyenin gastronomi turizmi hususunda karar alma sürecinde strateji geliştirilmesinde sürece dahil edilmesi gerekmektedir. Şehrin alt ve üst yapılarındaki eksiklerin giderilmesi, yöresel yemek ve yöresel ürünlerin coğrafi işaretler aracılığıyla koruma altına alınması, kalite standartlarının uygulanabilmesi için gerekli eğitimlerin bölgede turizm ve gastronomi alanında aktif rol oynayan her bireye verilmesi gerekmektedir. Bu sayede işletmelere ve gastronomi alanında hizmet veren kuruluşlara düzenli olarak denetimler sağlanmalıdır. Doğru tanıtım ve pazarlama stratejileriyle hedef kitleye ulaşılması için ulusal ve uluslararası olarak iş birliği sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla birlikte çalışması gereken bir ekip oluşturulması gerekmektedir. Bu ekip alanında uzman kişiler ve derneklerle ilgili kamu kuruluşlarının tamamını içermelidir. Festival ve yarışmaların sayısı artırılarak uluslararası ölçekte düzenlenmelidir. Söz konusu olan bu faaliyetlerin farklı şehirler için yapılan gastronomi turizminin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalarla (Gürbüz, Özaltay Serçek ve Toprak, 2017:124-136; Taştan ve İflazoğlu, 2018:384-393) ve Adana'nın gastronomi turizmi ile ilgili yapılan çalışmalarla (Ballı, 2013:206-218; Ballı, 2016:3-17; Karaca ve Yıldırım, 2020:41-55) benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Araştırma kapsamında Malatya mutfak kültürü ve UNESCO yaratıcı şehirler ağı gastronomi teması incelenmiştir. Alan yazında Malatya özelinde bu iki konuyu birlikte ele alan farklı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple gerçekleştirilen çalışma neticesinde alan yazına katkı sunacağı düşünülmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalara yönelik olarak; UNESCO yaratıcı şehirler ağına Malatya'nın dahil olması ile ilgili farklı veri toplama teknikleri ve farklı örneklem grupları kullanılarak gerçekleştirilecek olan çalışmalar, Malatya'nın gastronomi şehri olması için yapılan başvuruların takibinin sonucunda olumlu veya olumsuz olması durumunda gerekçelerinin incelendiği çalışmalara yapılabileceği düşünülmektedir.

Malatya'nın mutfak kültürü ve gastronomi turizmine yönelik yerel halkın, sivil toplum kuruluşlarının, kamu kurum ve kuruluşlarının örneğinde yer verilecek çalışmalara ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Malatya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında gastronomi şehri olarak seçilmesi için gerçekleştirilmesi gereken faaliyetlerin neler olduğu, bu faaliyetleri nasıl yürütmesi ve kimler tarafından yürütülmesi gerektiği, bu konu üzerindeki mevcut eksikliklerle birlikte Malatya gastronomi turizminin güncel durumu ve geliştirilmesi gereken noktaların neler olduğu hakkında bilgiler verilmiştir. Dolayısıyla gastronomi alanında çalışan kurum ve kuruluşlara öneriler sunulmuştur. Öncelikli olarak gastronomi turizmi çalışanlarını yönlendiren kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve alanında uzman olan kişilerle birlikte valilik bünyesinde bir ekip kurulmalıdır. Bu ekip Malatya Valiliği ve Büyükşehir Belediyesinin önderliğinde koordineli olarak çalışmalıdır. Düzenli olarak toplantılar düzenlenmeli ve gastronomi turizmine yönelik

geliştirme çalışmaları ve stratejiler üretilmelidir. Bu çalışmanın sonucu olarak Malatya'nın gastronomi turizmini geliştirmek ve Malatya'nın gastronomi şehri ünvanı alabilmesi için yapılması gereken faaliyetler hakkında önemli sonuçlar elde edilmiştir. Malatya ile özdeşleşen Malatya Kayısısı dışında diğer yerel ürünlerinde tanıtım ve pazarlanmasına özen gösterilmelidir. Düzenlenecek olan festival ve yarışmalarda Malatya'ya özgü ürünler çeşitlendirilmelidir. Türkiye'deki Unesco Yaratıcı Şehirler Ağında yer alan diğer gastronomi şehirleri ile ortak gastronomi rotası planlaması yapılabileceği gibi Elazığ gibi çevre illerle gastronomi rotası oluşturulmasının Malatya gastronomi turizmine katkı sunacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ajanovic, E. ve Çizel, B. (2015). “UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi”, *Mediterranean Journal of Humanities*, (1), 1-16.
- Akın, N. ve Bostancı, B. (2017). Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Gaziantep: Mevcut Raporlar Bağlamında Bir Değerlendirme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (19), 110-124.
- Akkuş, Ç. ve Yordam, S. (2020). Kastamonu Yemek Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kriterleri Kapsamında incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 915-936.
- Ballı, E. (2013). Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü, 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu. 206-218. Adana.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'deki Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Demirtaş, N., Demir, E. ve Pektaş, K. (2022). Covid-19 Salgınının Gastronomi İşletmelerine Etkisi: Gaziantep Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3): 665-682.
- Denzin, N. K., and Lincoln, Y. S. (Eds.). (2008). *The landscape of qualitative research* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge
- Güler, O., Harçın, S., ve Kadioğlu, C. T. (2017). Yiyecek-İçecek İşletmeleri Yöneticileri Gözünden Gaziantep'in “Dünya Gastronomi Şehri” Ünvanının Değerlendirilmesi, 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017) Bildiriler Kitabı, 28- 33.
- Gürbüz, S., Serçek, G. Ö., ve Toprak, L. (2017). Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında “Gastronomi Kenti” Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.
- Işık, M. (2016). *Marka Şehir Olarak Malatya*, Konya: Eğitim Kitabevi.
- İpar, M.S., Akyılmaz, B., Şenol, T. ve Giritlioğlu, İ. (2019). Gaziantep Şehrini Ziyaret Eden Turistlerin Yöresel Mutfak Değerlerine İlişkin Algılarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, IV th International Gastronomy Tourism Studies Congress, 19-21 September, Nevşehir.
- Karataş, M., Aksu, B. F. ve Deniz, G. (2023). Unesco Yaratıcı Şehri Gaziantep'in Gastronomi Turizmi Cazibe Unsurları. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 105-125.
- Karaca, O. B., ve Yıldırım, O. (2020). Arap Mutfak Kültürünün Adana Gastronomi Turizminin Gelişmesindeki Yeri: Yerel Halkın Görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 41-55.
- Kılıç, B. ve Güler, E. G. (2022). Hatıra Paranın Gastronomi Temalı Yaratıcı Kentlerin Pazarlanmasındaki Rolü: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Türkiye Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 87-105.
- Kovacs, B., Carroll, G. R. and Lehman, D. W. (2013). Authenticity and Consumer Value Ratings: Empirical Tests from the Restaurant Domain. *Organization Science*, (25), 458-478.
- Kümbetoğlu, B. (2015). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Atıştırma*. (4. Baskı). Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

- Leng, K. S. ve Badarulzaman (2014). “Branding George Town World Heritage Site as City of Gastronomy: Prospects of Creative Cities Strategy in Penang”, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 322-332.
- Miles, M. B., ve Huberman, A. M. (1984). Drawing Valid Meaning From Qualitative Data: Toward a shared Craft. *Educational Researcher*, 13(5), 20-30.
- Neuman, W. L. (2009). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*: 1. cilt: Yayınodası.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.
- Pearson, D. ve Pearson, T. (2016). “Branding Food Culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy”, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 28(2), 164-176.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption. A. Hjalager, and G. Richards içinde, *Tourism and Gastronomy* London: Routledge (3-20).
- Rosi, M. (2014). “Branding or Sharing? The Dialectics of Labeling and Cooperation in the UNESCO Creative Cities Network”, *City, Culture and Society*, (5), 107-110.
- Sandıkçı, M., Mutlu, H. ve Mutlu, A. S. (2020). Unesco Gastronomi Kenti Afyonkarahisar Mutfağı Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrisi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2527-2541.
- Şahin, E. ve Ünlüönen, K. (2021). Adana'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, 9 (2), 1204-1231
- Şengül, S. (2017). Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.
- Talas, M. (2020). Malatya Yemeklerinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Journal of World of Turks*, 12(3), 279-292.
- Taşan, H., ve İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın UNESCO Gastronomi Şehri Olması İle İlgili Yerel Restoran İşletmelerinin Farkındalığının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 384-393.
- Tekelioğlu, Y. (2018) “YÜCİTA Malatya Kayısı Araştırması”, Eylül 2018 Hazırlık Çalışmaları”, YUCITA (4), 30-35.
- Tetik, F., Civelek, S., & Çakılcıoğlu, U. (2013). Traditional Uses of Some Medicinal Plants in Malatya (Turkey). *Journal of Ethnopharmacology*, 146(1), 331-346.
- Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2023) <https://www.sbb.gov.tr/ozel-ih-tis-as-kom-is-yonu-raporlari/> (Erişim Tarihi:10.08.2023).
- Türk Patent Kurumu Malatya Coğrafi İşaretli Ürünleri, (2023). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-saretler/liste?il=44&tur=&urunGrubu=&adi=> Erişim Tarihi:19.01.2023.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). (2022) <https://www.unesco.org/en/higher-education/2022-world-conference> (Erişim Tarihi:10.08.2023)
- UCCN (2023). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Bilgilendirme Sunumu, 1-37.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). (2023). <https://www.unesco.org/en>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). Tasarım Şehirleri Ağı, (2023). <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> Erişim Tarihi: 15.01.2023.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). Ulusal Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı, (2023). <https://www.unesco.org.tr/Home/Page/88?slug=UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1> Erişim Tarihi: 19.01.2023
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). Zanaat ve Halk Sanatları Şehirleri Ağı, (2023). <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> Erişim Tarihi: 15.01.2023.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations (UNESCO). (2021). <https://en.unesco.org/file/unesco-annual-report-2021pdf> Erişim Tarihi:19.01.2023.
- United Nations Development Programme (UNDP). https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/sustainable_development_goals/un-sustainable-development-goals-report-2017.html Erişim Tarihi: 19.01.2023.
- UNWTO (2023). <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> Erişim Tarihi: 30.03.2022.
- Wengraf, T. (2001). Qualitative Research Interviewing: Biographic Narrative And Semi-Structured Methods. *Qualitative Research Interviewing*, 1-424.
- Wikipedia Malatya, (2023). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Malatya> Erişim Tarihi:19.01.2023.
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis, And Interpretation*. Sage.
- Yalçınkaya, S. (2018). *Çanakkale'nin Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Çanakkale/ Türkiye.
- Yaman, Z. Ö. ve Seçkin, G. E. (2022). Destinasyon tercihinde gastronomi turizminin rolü üzerine kavramsal bir inceleme, İçinde; Y. Oğan (editör) *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar-2* (81-93). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Yetkin, M. K. (2019). Unesco Yaratıcı Kentler Ağı Müzik Kenti Kriterleri Bağlamında Şanlıurfa'nın Müzik Kenti Olarak Değerlendirilmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Şanlıurfa / Türkiye.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayınevi, 5. Baskı, Ankara.
- Yorgancı, B. (2018). *Gastronomi Turizmi ve Kapadokya'nın Gastronomik Unsurları Hakkındaki Turist Algılarının Araştırılması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Xiaomin, C. (2017). "City of Gastronomy" of UNESCO Creative Cities Network: From international criteria to local practice. *Social Systems Studies*, 55–67.