



Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları (Gastronomy Tourism and Southeastern Anatolia Region Gastronomic Elements)

*Mustafa AKSOY^a, Gülistan SEZGİ^b

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

^bGazi University, Institute of Social Science, Master of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara / Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:03.06.2015

Kabul Tarihi:17.08.2015

Anahtar Kelimeler

Gastronomi
Gastronomi turizmi
Gastronomik ürünler
Gastro turist
Güneydoğu Anadolu
Bölgesi

Öz

Yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayan yeni bir turizm alanının gelişmesine katkı sağlamıştır. Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi ve iklimsel çeşitlilik ve birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucunda oluşan kültürel etkileşim ile mutfak kültürü de çeşitlilik kazanmıştır. Büyük bir gastronomik değere sahip olan Türkiye'nin, bu değerlerinin tanıtımının yapılması ve sahip çıkılması gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomik değerlerin kaleme alınması gerektiği düşünülmektedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinin 'Bereketli Hilal' denilen bölgede yer alması ve çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapması nedeniyle Türkiye'nin mutfak kültürünün çeşitlilik kazandığı en önemli bölgelerden biri olduğu düşünülmektedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinin sahip olduğu bu potansiyeli akademik olarak gösterebilmek ve tanıtımına katkıda bulunabilmek amacıyla "Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları" adlı envanter çalışması yapılmıştır.

Keywords

Gastronomy
Gastronomy tourism
Gastronomic products
Gastro tourist
South Anatolian Region

Abstract

Gastronomy which is combining the food and culture concepts has contributed to the development of a new tourism area providing advantage in tourism marketing. As a result of geographical and climatic diversities of Turkey, and hosting many cultures within the body of itself, the cousin culture has been diversified with the help of cultural interaction, as well. It is necessary to be publicized and protected the great gastronomic values of Turkey has. In this context, it is thought that the gastronomic values are necessary to be written up. For the purpose of presenting and contributing to the promotion of the potential that South Anatolian region holds, an inventory study which name is "Gastronomy Tourism and South Anatolian Region Gastronomic Component" has been conducted.

*Sorumlu Yazar

maksoy@gmail.com (M. Aksoy)

GİRİŞ

Turizm insanların alım gücünün de artması ile önemli bir boş zaman değerlendirme etkinliği haline gelmiştir. Zamanla insanların turizmden beklentisi değişmiş, artık sadece deniz, kum, güneş turizmi için değil farklı turizm çeşitleri için seyahat etmeye başlamışlardır. Geçmişini merak eden insanoğlunun geçmişin güncel yansıması olan kültürleri öğrenme isteği her geçen gün artmıştır. Kültürü en güzel yansıtan örneklerden biri olan yöresel mutfaklar giderek artan bir turist talebine sahiptir. Gelişen bu turizm alanıyla birlikte gastronomi kavramı ve gastronomi turizmi önemsenir hale gelmiştir. Bunun sonucunda da yemek yeme olgusunu temel ihtiyaç olmaktan çıkartarak ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağına taşıyan bir anlayış gelişmiştir.

Gastronomi kavramının birçok bilim alanıyla ilişkisinin olması nedeniyle yemek olgusunu birçok alanla birleştirerek yemek yeme olayını farklı boyutlara taşımaktadır. Yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayan yeni bir turizm alanının gelişmesine katkı sağlamıştır. Türkiye'nin sahip olduğu coğrafik ve iklimsel çeşitlilik ve birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucunda oluşan kültürel etkileşim ile mutfak kültürü de çeşitlilik kazanmıştır.

Güneydoğu Anadolu bölgesinin 'Bereketli Hilal' denilen bölgede yer alması ve çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapması nedeniyle Türkiye'nin mutfak kültürünün çeşitlilik kazandığı en önemli bölgelerden biri olduğu düşünülmektedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinin sahip olduğu bu potansiyeli akademik olarak gösterebilmek, tescilli ve tescil onayı bekleyen ürünlerin listesini çıkarabilmek amacıyla "Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları" adlı çalışma yapılmıştır. Tüketici satın alma karar sürecinde gastronomik zenginlikler ve bunların pazarlanmasının yanında gastronomi turizminin destinasyonlarda sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel katkı bu çalışmanın önemini de ortaya koymaktadır. Araştırma Güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomik unsurlarının literatür taraması bulguları ile sınırlıdır.

Gastronomi Kavramı

Bir ülke veya bölgenin "gastronomik karakteri", "gastronomik özellikleri", "gastronomi turizmi" ve benzeri gibi kavramları kullanıldığında gastronomi teriminde bir uzlaşma olsa da, gastronomi kavramının kendisi söz konusu olduğunda böyle bir uzlaşma görülmemektedir (Üner, 2014: 15). Gastronominin konusu yiyecek ve içeceklerle ilgili her şey, dolayısıyla insandır. Gastronomik değerler; kültürel, sosyal, tarihi, coğrafi, psikolojik faktörler gibi pek çok unsura dayalıdır (Aksoy, 2014). Bu nedenle yapılan gastronomi tanımlarının çoğu gastronominin belirli yön veya yönlerini vurgularken, gastronomiyi bütün olarak tanımlamaktan uzaktır (Üner, 2014: 15).

Gastronomi kelime anlamı olarak, Yunancada "Gastro" mide ve "Nomos" kural, yasa ya da düzenleme anlamına gelen kelimelerden türetilmiştir (Altınel, 2009: 2). Buradan yola çıkarak gastronominin yeme içme ile ilgili tüm kural ve normları ifade ettiği söylenebilir (Aksoy, 2014). Bu açıklamadan da gastronominin ilgi alanını, nerede, ne zaman, nasıl, ne kadar, ne şekilde ve neyle birlikte ne yapip

ne içileceğine dair tavsiye ve rehberlik olarak genişletmek mümkündür (Üner, 2014: 16).

Gastronomi, içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin detaylı biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını içeren bir bilim dalıdır. Akgöl'ün (2012) Gillespie ve Cousins'den (2001) aktardığına göre "Gastronomi yiyecek ve içecek zevki ile ilgilidir. Bu durumda gastronominin konusu insandır. İnsanoğlu yemek ve içmekten hoşlanır. Başlı başına gastronomik değerler, kültürel, coğrafi, toplumsal ve sosyal beslenme faktörleri gibi birçok temele dayalıdır" (Akgöl, 2012: 16).

Bir başka tanıma göre ise gastronomi, " Yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlarla katkı sağlayan bir bilim dalıdır" (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt; 2013: 30).

İşlevsel olarak gastronomi; yiyecek haline dönüşebilecek her malzemeyi arayan, uygun fiyattan satın alan ve hazırlayan ilgililere rehberlik etmektedir (Dilsiz, 2010: 3). Gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevrebilim, tıp bilimleri gibi çeşitli bilim dallarıyla etkileşime girerek; sadece yiyecek içekten ibaret olmadığını göstermektedir. Gastronomi aynı zamanda, bu işin ilgililerini; daha iyiye yöneltip, üstün bir rekabet gücü elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Göker, 2011: 27).

Kısaca gastronomi; yiyecek ve içecek ile ilgili kullanılan malzemelerin nasıl kullanılması gerektiğini anlatan, farklı mutfak kültürlerinin arasındaki benzerlik ve farklılığı ortaya koyan, bir yemekten alınan tadı doruk noktasına çıkarmaya ve tarih, kültür ve yemeği bir arada sunmaya çalışan bir bilim dalıdır (Akgöl, 2012: 17).

Gastronomi üretim ve tüketim boyutu olmak üzere iki bölümde incelenebilir.

Üretim boyutu ile gastronomi (Göker, 2011: 27):

- İyi yemek hazırlama, pişirme, sunma ve masa hazırlama bilimi ve sanatı,
- İyi yemek yeme ile ilgili faaliyetler ve iyi yemek yeme ile ilgili bilgi birikimi,
- Yemek pişirme ve hazırlama - açıcılık ile ilgili prensip ve uygulamalarıdır.

Tüketim boyutu ile gastronomi (Altınel, 2009: 2):

- İyi yiyecekte ve içecekten hoşlanma,
- İyi yemek yeme konusunda aşırı tutkulu davranma,
- Lüks ve lezzetli yiyeceklere düşkünlük ve tutkudur.

Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi (Akgöl, 2012: 18):

- Yiyeceklerin uygun şekilde hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilme süreci,

- Yemeğin uygun araç-gereçler kullanılarak sunulup yenilmesi sanatı,
- Menüde bulunan yemeklerin ne kadar talep edildiği,
- Belirli bölgelerin mutfak kültürünü içeren; iyi yemek yeme bilimi ve sanatı,
- Damak tadının ve yemek yeme zevkinin, tarihsel bilgi, kültür, alışkanlık, yetenek ve emekle beğeniye uygun şekilde bir araya getirilmesidir.

Gastronominin her iki boyutu ele alındığında (güzel bir yemek hazırlanması, sunumu ve hazırlanan üründen tüketicinin haz duyması aşamasına kadar olan süreç) kültür, tarih, yetenek, tecrübe vs. unsurlarla harmanlanmış, bir gastronomun emeğinin sergilenmesi söz konusudur (Dilsiz, 2010: 4).

Gastronomi alanında açılan müzeler, gastronomi gelişiminin önemli göstergelerinden biridir. Gastronomi amacıyla seyahat eden turistler gittikleri yerlerde gastronominin tarihi, gelenekleri ve teknikleri ile ilgili bilgi edinebilecekleri bu müzeleri aramaktadırlar. Türkiye’de mevcutta toplam 7 adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. Çanakkale, Balıkesir, İzmir illerinde zeytinyağı müzeleri bulunmakta olup, İzmir Oleatrium müzesi Avrupa’nın en büyük zeytinyağı müzesidir. Tekirdağ’da Türkiye’nin tek şarap müzesi bulunmaktadır. Gaziantep, Şanlıurfa ve Hatay’da yöresel mutfak ile ilgili müzeler bulunmaktadır. Şarap müzesi haricinde, Türkiye’deki gastronomi müzelerinin özellikle 2005 yılı sonrasında açıldıkları görülmektedir. Gastronomi etkinlikleri, şenlikler ve festivaller, yerel halkın yerel mutfak kültürünü kabul edişinin bir göstergesidir. Ayrıca, gastronomi turizmi amacı ile bir bölgeye gelen turistler için ise katılabilecekleri, yerel halk ile bir araya gelebilecekleri ve yerel kültürü yaşayabilecekleri bir çekicilik unsurudur (Çağlı, 2012; 79-80).

Gastronomi odaklı olarak düzenlenen yerel etkinliklere sayı olarak bakıldığında, yıl içinde en fazla etkinliğin Konya, Denizli, Antalya, Manisa, Afyon illerinde gerçekleştirildikleri görülmektedir. Türkiye’de yerel gastronomi etkinlikleri, üzüm ve bağbozumu, meyve, peynir, sebze, zeytin ve zeytinyağı, yemek ve tatlı, baharat ve kuruyemiş, bal ve pekmez ile çay yöresel ürünlerine göre düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin, illerin tescilli gastronomi potansiyellerini tanıtması bakımından önem taşımaktadır (Çağlı, 2012; 81; Çalışkan ve Koç, 2012: 201-205).

Gastronomi Turizmi

Bir yöreye ait kültürü ve kimliği diğerlerinden ayıran önemli sistemlerden biri yöre mutfağıdır. Yemek için “Bir toplumun yaşam biçiminin ifadesi” diye bahseden düşünürler geçmişte ve günümüzde mutfağın kültür tanımında önemli bir yerinin olduğunu ortaya koymuştur (Göker, 2011: 43).

Üner’in (2014), Tezcan (2000)’dan aktardığına göre, yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade edilmektedir (Üner, 2014: 18):

- Kültür neyi, nasıl ve ne şekilde yiyeceğimizin temel belirleyicisidir.

- Yiyecek alışkanlıkları kültürden etkilendiği için küçük yaşta öğrenilir.
- Yemek, kültürün önemli bir bileşeni ve tamamlayıcısıdır.

Zira yemek kültürü, o yerin kendi öz benliğini oluşturan önemli bir unsurdur. Damak zevki konusunda özel ilgisi olan insanların, bu anlamda ilginç olan yerlere yaptıkları ziyaretler sonucunda “Gastronomi Turizmi” kavramı karşımıza çıkmaktadır (Dilsiz, 2010: 18).

Gastronomi turizmi genel anlamda insanların yiyecekler ve bu yiyeceklerle ilgili deneyimlerini tanımlayan bir kavramdır. Oldukça yeni olan bu kavram, ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri yiyecek yoluyla ifade etmek amacıyla literatüre kazandırılan bir terimdir. Long, gastronomi turizmini, "bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve mutfağını, öğün sistemlerini, yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şekli" olarak tanımlamıştır (Akgöl, 2012: 24). Gastronomi turizminin gerçekleştiği alanlar, özgün yemek ve şarap turizminin temel alanlarıdır. Genel olarak tüketici açısından bir yemeğin özgünlüğü, bir ürünün spesifik bir yere, bölgeye veya ülkeye özgü olması anlamına gelir (Çağlı, 2012: 23).

Başka bir tanıma göre “Gastronomi turizmi, ana motivasyon kaynağı özel bir yemeğin tadımı veya bir yemeğin üretim aşamalarını görmek amacıyla, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ve özel alanları ziyaret etmektir” (Yüncü, 2010: 29). Gastronomi turizminin odağını, yerel bir pastane, sadece yerel halkın bildiği adı duyulmamış bir caddede yer alan bir mekan veya tarihi bir sokakta yer alan dondurmacı oluşturabilir (Çağlı, 2012: 24).

Gastronomi turizminde, sadece gidilen destinasyonda temel ihtiyaçlarını karşılamak için yemek yiyen turistler ile gidilecek olan destinasyonun tercih nedeninin o bölgenin mutfağı olan turistleri ayırmak gerekir. Bir restorana yapılan sıradan bir ziyaret gastronomi turizmi sayılamazken; özel nitelikli bir yiyeceği tüketme isteği ile seyahat edilmesi, belli bir yöreye ait bir ürünü tatma isteği ile yola çıkılması, belirli bir aşımın hazırladığı bir yemeği denemek için bir yerlere gidilmesi, gastronomi ziyaretini güdüleyen ve gastronomi turizmini oluşturan nedenler arasındadır (Akgöl, 2012: 24).

Tüm bunlar seyahat eden turistlerin turizm şeklini belirlemektedir. Etnik bir mutfağı keşif için seyahat eden, entelektüel gruplar bulunmaktadır ve bu gruplar söz konusu ürünlere çok yüksek ücretler ödemeyi göze almaktadırlar. Ayrıca bu gruplar ziyaret ettikleri mutfakların özgün yemek yapım tarzlarını denemeyi arzuladıkları ve bu deneyim karşılığında da ücret ödedikleri de bilinmektedir. Bu oluşan talebi göz önüne alarak seyahat acenteleri gurme turları düzenlemeye başlamışlardır (Akgöl, 2012: 20).

Yüncü (2010: 31), gastronomi turizmine yönelik düzenlenen turları genel olarak üç kategoride toplamıştır;

- Yemeklerin nasıl pişirilmesi gerektiğine dair eğitimleri içeren turlar; bu turlar için örnek bölgeler, Fransa, İtalya ve İspanya gösterilebilir. Bu bölgelere düzenlenen turlar genelde yemek hazırlığı üzerine düzenlenen ve şarap tadımı turlarıdır.

– Bu alanda önem arz eden bir bölgenin yerel yemeğini yemek veya dünyaca ünlü bir şefin yaptığı yemeği tatmak, hazırlığını izlemek için düzenlenen turlar; bu turlar için, İtalya’da zeytinyağı, Fransa’da peynir ve İspanya’da tapas denilen mezelerin tadımının yapıldığı turlar örnek verilebilir.

– Özellikle sadece o bölgeye özgü bir ürünün tadılmasına ve o ürünün üreticileri ile buluşma imkanı sağlayan turlar; bu turlar için Kosta Rika’ya yapılan kahve turları, Japonya ve Sri Lanka’ya yapılan çay turları ve Belçika ve İsviçre’ye yapılan çikolata turları örnek verilebilir.

Gurme turları daha özel gruplar için oluşturulan turlardır. Bu turlara bireysel turistlerin veya daha küçük sayıda grupların katılımı söz konusudur. Bu gruplar çoğunlukla kapalı gruplardan oluşmaktadır. Gastronomi turizmi sadece bireysel turistler veya küçük gruplarla sınırlı kalmayarak, aşçıları ve konuyla ilgili diğer profesyonellerin öğrenme, eğitim, yarışma amacıyla katıldıkları seyahatlerin de bu turlar kapsamına katılması gerekmektedir (Özer, 2013).

Dünya ülkelerinde turizm kazancının önemli bir bölümünü oluşturan gastronomi turizmi Türkiye’de de gelişmeyi bekleyen bir alandır. Gastronomi açısından dünyadaki pek çok ülkeden daha zengin bir potansiyele sahip olan Türkiye, bu özelliğini turizme yansıtmayı başardığında turizm gelirinde önemli bir artış sağlayacağı düşünülmektedir (Öney, 2013: 160). Az gelişmiş bölgelerin kalkınmasında önemli bir araç olarak kullanılması planlanan turizm sektörünün, gastronomi turizmi gelişimi açısından bakıldığında, mevcutta turizmin ve ekonominin gelişmiş olduğu il ve bölgeler için planlaması yapılmış fakat az gelişmiş bölgeler için bir potansiyel olarak değerlendirilmemiştir (Akgöl, 2012; Çağlı, 2012; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Akgöl (2012: 78)’ün İstanbul Uluslararası Havalimanında yaptığı araştırmada gelen turistlerin gelme nedenleri arasında yiyecek içecek 3. sırada yer almaktadır. Buna rağmen Vizyon 2023’de gastronomi turizminden ve bunun kalkındırılmasından yeterince bahsedilmediği tespit edilmiştir. Bölgelerde geliştirilmesi düşünülen turizm çeşitleri ile gastronomi turizmi bütünleştirilerek çekicilik unsurlarının sayısı artırılmalıdır. Ayrıca Şahinalp (2005: 79)’ın yaptığı çalışmada Şanlıurfa ilinin müzik ve yemek kültürüyle öne çıkarıldığı ve bunun tarihi önemi gölgelediği söylenmiştir. Yemeği, kültür ve tarih kavramlarından ayrı düşünmek imkânsızdır. İzlenilecek politikalarda gastronomi turizmi diğer turizm çeşitleriyle birlikte rahatlıkla pazarlanabilecek kapasiteye sahiptir.

Gastro Turist

Gastronomi kültürünün gelişiminde geleneksel zevkler önemli bir yer tutmaktadır ve gastronomi kültürünün yayılması büyük ölçüde yüksek gelir ve eğitim seviyesine sahip gruplar aracılığıyla olmuştur. Her yerde bulunmayan yiyecekleri keşfetmek için farklı ülkelere seyahat eden bu gruplar, “gastro turist” kavramının oluşmasına neden olmuşlardır (Hatipoğlu, 2010: 4). Gastro turist sadece açlığını gidermek için değil, aynı zamanda farklılık yaşamak için yemek kültüründe değişiklik yaratabilecek deneyimler yaşayan turist olarak tanımlanmaktadır (Akgöl, 2012: 37).

Gastro turisti; temel seyahat motivasyonlarından biri gastronomik deneyimler yaşamak olan, bulunduğu destinasyonda yiyecek içeceklerle ilgili aktivitelere katılan özel ilgi turisti olarak tanımlamak mümkündür (Üner, 2014: 19).

Gastronomi turizmi sadece bireysel turistler veya küçük gruplarla sınırlı kalmayarak, aşçıları ve konuyla ilgili diğer profesyonellerin öğrenme, eğitim, yarışma amacıyla katıldıkları seyahatleri de bu turlar kapsamında değerlendirildiğinde bu gruplar da gastro turist sayılmaktadır (Özer, 2013).

Gastro turist olarak isimlendirilen kişiler turist kelimesinin tanımından yola çıkılarak, sadece yemek yemek için buldukları ülkeden başka bir ülkeye gidebilecek boş zamana, yeterli maddi imkana ve isteğe ve güdülenmeye sahip kişilerdir. Toplumun gastronomi ile yakından ilgilenen her bir ferdi, geleneksel yemeklerle, üst tabaka yemekleriyle ve bir ülkenin özel bir yemeği ile ilgilenmektedir. Bu üç kesimle bütünleşen yemeklerin hepsiyle, uygun yer, zaman ve mekanda ilgilenenlerin oluşturduğu turizm alanında seyahat edenler gastro turist olarak değerlendirilmektedir (Hatipoğlu, 2010: 6). Gastro turist; ünlü veya yeni açılan bir yiyecek içecek mekânını ziyaret etmek için uzun yollar kat edebilecek, tatil programını, mevsimlik meyve ve sebzeleri hesaba katarak ve yemek festivallerini göz önünde bulundurarak yapabilecek bir turist tipidir (Akgöl, 2012: 37-38).

Gastro turistler, tatillerinde daha çok keşif ruhlarını ortaya çıkararak, araştırmacı turist grubuna girmektedirler. Kişisel düşkünlüklerinin, dinlenmenin ve romantizmin keyfini sürmeyi talep ederler. Yüksek harcama grubundan olan gastro turistler dış mekân aktiviteleri ve kültürel aktivitelerden hoşlanırlar (Öney, 2013: 172).

Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretler

Dünyada yaşanan hızlı kentleşme, nüfus artışı ve küreselleşme pek çok alanda olduğu gibi kültürel alanda da etkisini göstermekte, yerel kültürel varlıkları ve değerleri tehdit etmektedir. Kültürel birikimin önemli bir bileşeni olan gastronomik değerler de bu süreçten olumsuz etkilenmekte ve pek çok yerel gastronomik ürün yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Beslenme alışkanlıklarının standartlaşması, genetiği değiştirilmiş gıdaların yaygınlaşması, yanlış beslenmeden kaynaklanan hastalıkların artması gibi etmenler tüketicileri beslenme konusunda daha bilinçli davranmaya yöneltmiştir. Tüketiciler doğal, taze, yerel ve geleneksel gıda ürünlerini tüketmeye başlamışlardır (Üner, 2014: 25). Ayrıca dünyada, turizmin çeşitlendirilmesi ve gelirlerinin artırılması için oluşturulan özel alanlardan biri de gastronomik değerlerdir. Gastronomi turizminin geliştirilmesi için öncelikli çalışmalardan biri, bölgenin gastronomi değerlerinin araştırılıp envanterinin çıkarılması ve turistik ürün haline getirilmesi olmalıdır (Öney, 2013: 159-160).

Tüm bu nedenler doğrultusunda yerel ürünlerin özgün niteliklerinin korunarak, varlıklarını devam ettirmelerinin sağlanması ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda geliştirilen koruma araçlarından bir tanesi de “coğrafi işaretler”dir. Coğrafi işaret uygulaması kısaca, yerel bir ürünün veya değerinin belirli yasalar çerçevesinde koruma altına alınmasıdır (Üner, 2014: 25).

“Coğrafi işaret” (Geographical Indication) kavramı ilk olarak 15.05.1994 tarihli uluslararası “Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sinai Mülkiyet Hakları Sözleşmesi”nde (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) kullanılmıştır. Bu sözleşmede coğrafi işaretler şöyle tanımlanmaktadır: “Üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliğı, ünü (itibarı) veya diğer özellikleri itibarıyla esas olarak bu coğrafi menşee atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir” (Çalışkan ve Koç, 2012: 196). Türk Patent Enstitüsü (PTE) ise coğrafi işaretleri, “Belirgin bir niteliğı, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir.” şeklinde tanımlamıştır (www.tpe.gov.tr’).

Coğrafi işaretler “menşee işareti” ve “mahreç işareti” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Menşee işareti; bir ürünün tüm üretim, işleme ve diğer işlemlerinin gerçekleştirildiğı yöre, alan veya bölgeye özgü doğal ve beşeri unsurlardan verilen işarettir. Bir ürünün menşee işareti alabilmesi için; doğal ve beşeri faktörler de dâhil olmak üzere, kalitesi veya karakteristik özellikleri tamamen ya da esas olarak coğrafi sınırları belirlenmiş bir bölge, yöre ya da istisnai durumlarda bir ülkeden kaynaklanması, üretimi, işlenmesi ve hazırlanması işlemlerinin tamamen belirlenen coğrafyada yapılan bir tarım ürünü olması ya da yiyeceğı belirten bir bölge, yöre ya da ülkeye özgü olması gerekmektedir (Özer; 2009: 917).

Mahreç işareti ise “Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması, belirgin bir niteliğı, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması koşulu ile o yöre, alan veya bölge adını” belirten işarettir (Gündoğdu, 2006: 32-33).

Menşee adı ve mahreç işareti arasındaki fark üretimin gerçekleştirildiğı yerdir. Coğrafi işaretlemeye konu olan ürünün nitelikleri tamamı ile ait olduğu bölgeden kaynaklıysa ve söz konusu ürünün o bölge dışında yetiştirilmesi veya üretilmesi mümkün değil ise “menşee işareti”, ürünün nitelikleri kısmen ait olduğu bölgeden kaynaklıysa ve bölge dışında da yetiştirilmesi ve üretilmesi mümkünse “mahreç işareti” ile işaretlenir. “Mahreç işareti” ile işaretlenen ürünler ait oldukları bölgeler dışında da üretilebilmektedir fakat hammadde ve üretim teknikleri ve kalite bakımından ürünün aslının korunması gerekmektedir (Gökovalı, 2007; 144).

Coğrafi işaretlerin sağladığı bazı yararlar şu şekilde sıralanabilir (Üner, 2014: 26-27):

- Ürünlerin nitelikleri ve üretim standartları korunur.
- Ürünün ana vatanında üretim yapanlar coğrafi işaretlerin avantajlardan öncelikli olarak faydalanır.
- Bütün bölge için koruma sağlanır.
- Ürünlerin niteliklerinin ayırt edilmesi sağlanır.

– Ürünlerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini kolaylaştırır.

İmambayıldı, pufböreğı, tatar kulağı, suböreğı, mihlama, burma, dondurma, perde pilav, türlü, paça, işkembe, bastırma, külbastı, kavurma, tas kebab, tavukgöğsü, sütlaç ve dolma gibi Türk mutfağının bu yemeklerini herhangi bir Arap yemek kitabında bu adlarıyla görmemiz mümkündür. Bu yemekler Arap mutfağında bugün için Türkçe adlarıyla yer almaktadır; ama zamanla diğer milletlerin Türk yemeklerine yaptıkları gibi Arapların da bu yiyecekleri kendilerine mal edecekleri muhakkaktır. Nitekim adıyla, her şeyiyle Türk mutfağının bir yemeğı olan “dolma”ya yakın zamana kadar “Türk dolması”, “Kerkük dolması” adıyla mutfaklarında yer veren Araplar, sonraları “dolma Bağdadı”, yani “Bağdat dolması” demişlerdir. Son zamanlarda ise dolma kelimesinin yerine de dolmanın Arapça karşılığı olan “mahşi” kelimesini kullanarak “mahşi Bağdadı” adıyla bu yemeğı adlandırmışlar ve böylece kendilerine mal etmeye çalışmışlardır (Akkoyunlu, 2012: 328-329). Bunun gibi olaylara engel olabilmek ve kültürel değerlerimizi kaybetmemek için coğrafi işaretleme büyük önem taşımaktadır.

Yöreğe özgü yiyecek ve içecekler, buldukları coğrafi koşullardan etkilenmeleri ve yerel yeme-içme kültürünü yansıtmaları ile birlikte gastronomi turizminin temel çekiciliklerini oluşturmaktadırlar (Çağlı, 2012; 62). Türkiye'nin sahip olduğu 180 adet tescilli coğrafi işaretin 124 tanesi gastronomi varlığıdır (www.tpe.gov.tr²). Çağlı'nın 2012 yılında yapmış olduğu çalışmada 164 adet tescilli ürünün 121 adedi gastronomik ürün olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın yapıldığı dönemde yukarıda verilen verilere bakıldığında tescilli ürün sayısı artarken gastronomik ürünlerin miktarında hatırı sayılır bir artma olmadığı görülmektedir. Çağlı'nın 2012 yılında yaptığı çalışmada tescilli ürünlerin %73'ü gastronomik ürünken çalışmanın yapıldığı dönemde bu oran % 69'a düştüğü görülmektedir.

Coğrafi işaret tescil başvurusu yapılmış ancak henüz tescil almamış (potansiyel) toplam 210 ürünün, 175 tanesinin, yani %83'ünün, gastronomik ürün olduğu tespit edilmiştir (www.tpe.gov.tr³). Çağlı (2012)'nin yaptığı çalışmada 134 tescil bekleyen ürünün 113'ünün, yani %84'ünün gastronomik ürün olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu rakamlar gastronominin Türkiye kültürünün önemli bir parçası olarak kabul gördüğünün önemli bir kanıtıdır. Tüm bu ürünler Türkiye'deki gastronomi turizmi potansiyelleridir ve sayılarının artırılması gerekmektedir.

Türkiye'nin “Coğrafi İşaret”e sahip belli başlı lezzetleri arasında; Bozdağ kestane şekeri, Erzincan tulum peyniri, Giresun tımbul fıncığı, Malatya kayısı, İzmit pişmaniyesi, Kayseri pastırması, Çorum leblebisi, Maraş biberi, Mersin cezeryesi, Ödemiş patatesi, Mustafakemalpaşa tatlısı, Anamur muz, Adana kebabı, Zira balı, Afyon sucuğı, Akşehir kirazı, Gemlik zeytini, İnegöl köftesi, Güney Ege zeytinyağları, Ege inciri, Maraş dondurması, Tarsus şalgamı, Ezine peyniri, Edremit Körfez Bölgesi zeytinyağları, Ayvalık zeytinyağı, Kalecik karası üzümü, Aydın inciri, Edirne tava ciğeri ve Terme pidesi sayılabilmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: 208-209).

Yöresel tatlılar ve yemekler, yemek turlarının ana çekiciliklerini oluşturmaktadırlar. İller sahip oldukları

tescillerin sayılarına göre incelendiğinde ise; Akdeniz Bölgesi'nden Mersin ili hem yemekleri hem tatlıları ile en fazla tescille sahip olan ildir. Karadeniz'de Samsun ve Ordu illeri, Doğu Anadolu'da Erzurum ili ve Güney Doğu Anadolu'da Mardin ili tescilli yemekleri ile öne çıkmaktadırlar. Tescilli peynire sahip iller Türkiye'nin iki farklı ucundaki bölgede, Doğu Anadolu bölgesi ve Batı Marmara bölgesi illerinde, yoğunlaşmaktadır. Tescilli üzümler ise yine Doğu Anadolu Bölgesi ve ayrıca Ege Bölgesi'nde yoğunlaşmaktadır. Özellikle, Erzincan ve İzmir illeri, şarap ve peynir konsepti turların gerçekleştirilebileceği iller olarak öne çıkmaktadırlar. Zeytin ve zeytinyağı, tarımsal ürün olmaktan ziyade kültür ögesi olarak değerlendirilebilmektedir ve Türkiye'nin Ege kıyı illerinde yoğunlaşan önemli bir potansiyel mevcuttur. Güney Doğu Anadolu bölgesinde Gaziantep ili ve Akdeniz Bölgesi'nde Hatay ili, Ege Bölgesi'ne alternatif olarak zeytin ve zeytinyağı turlarının düzenlenebileceği önemli potansiyele sahip bölgeler olduğu görülmektedir. Tescilli sebze Akdeniz Bölgesi'nin doğusu ve Güney Doğu Anadolu bölgesinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Bu yoğunluğun özellikle biber türlerinden oluşması, bölgenin acılı ve baharatlı yemek kültürünün nedenini kanıtlamaktadır. Ayrıca bölgede yetişen tarımsal ürünlerin bölge mutfağını ne derece etkilediğinin de bir göstergesi olmuştur. Tescilli meyve türlerinin ise Ege, Akdeniz, Güney Doğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde turuncuğiller, incir, kiraz, vişne, kavun; Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise özellikle kayısı ve bunun yanında karpuz yetişmektedir (Çağlı, 2012; 64-68; Çalışkan ve Koç, 2012: 199-201).

Güneydoğu Anadolu Bölgesi Mutfak Kültürü ve Gastronomik Unsurları

İlk çağlardan bu yana, ortaya çıkan tüm uygarlıklar, bu uygarlıkları oluşmasına zemin hazırlayan topluluklar ve halklar, yaşadıkları yerin toprak ve iklim şartlarına göre yemekler yapmış, var olan çeşitliliğe göre yemekler geliştirmişlerdir. Göç, savaş, düğün, sınır komşuluğu ve ticaret yollarının açılması ve geliştirilmesi ile farklı kültürler birbirinden etkilenmiş ve kendi mutfak kültürlerini ortaya çıkarmışlardır. Hazırlanan yemeklerin kimyasında coğrafi etkenler özel bir rol oynamış, bölgesel hatta yöresel "mutfaklar" ortaya çıkmıştır (Deveci ve diğerleri; 2013: 30-31). Güneydoğu Anadolu bölgesi de yöresel lezzetleriyle ün salmış, mutfak kültürünün gözde bölgelerindedir. Bu bölgede Türkler ile Araplar uzun yıllar birlikte yaşadıkları için kültürel bakımdan birbirlerinden etkilenmişlerdir (Dilsiz, 2010: 68).

Bölgede genel olarak Arap beslenme kültürünün etkileri görülmektedir. Bu etki bol baharatlı yiyecekler ve acı biber kullanımıyla göze çarpmaktadır. Güneydoğu Anadolu'da yapılan kebablar Türkiye'nin hemen her yerine yayılmıştır. Tahıl ve bakliyat yaygın olarak kullanılmaktadır. Güneydoğu Anadolu mutfağında buğday ve bulgur etten sonra en çok kullanılan malzemelerdir. Bunun yanı sıra nohut, mercimek, pirinç gibi bakliyat da yaygın olarak kullanılır. Baharatlı kebablar; etten ziyade kıyma ile yapılan kebab çeşitleri, mercimek ve bulgur kullanımı fazla olduğundan ötürü de kısır, içli köfte, çiğ köfte yöre mutfağında yaygın olarak tüketilmektedir (Dilsiz, 2010: 69).

Süt ürünleri bölgenin diğer önemli mutfak malzemeleridir. Kırmızı et olarak daha çok koyun eti tercih edilir. Bunun en büyük nedeni yörede küçükbaş hayvancılığın yaygın olmasıdır. Bölgede bulunan ürünlerin bir şekilde yemeklerde kullanılması bölge mutfağının zengin yemek çeşitlerini oluşturmuştur. Yoğurdun pişirilerek et, sebze ve tahılla karıştırılmasıyla yapılan yemek çeşitlerine oldukça sık rastlanır. Güneydoğu illerinde daha çok baklava ve kadayıf gibi hamur tatlılarının tüketildiği gözlemlenmiştir. Bunun yanında fıstıklı ağır tatlılar da yörede oldukça popülerlik taşımaktadır. Ayrıca; hayvansal yağ kullanımı daha yaygındır ve simit, poğaç ve börekler bölge mutfağında çok geniş yer tutmaktadır (Akman, 1998: 11; Denizer, 2008: 275).

Yağ olarak sarıyağ denilen sade yağ kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra eskisi kadar rağbet görmeyen kuyruk yağı tüketimi fazladır. Zeytinyağının üretimini yapmalarına rağmen kullanımı azdır (Dilsiz, 2010: 69). Kilis mutfağında farklı olarak, zeytinyağlı yemekler vazgeçilmezler arasındadır. Zeytinyağı yörede yetiştirilen yüksek kaliteli zeytinlerden elde edilir. Kilis yemeklerinde damak zevki ön plana çıkmaktadır ve yemeklerin lezzetli ve emekli olmasına özel önem verilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 241).

Yiyecekler kurutulmuş kışın saklanıp çeşitli yemeklerin yapımında kullanılır. Yörenin yemekleri genellikle bol acılı ve yağlıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 114 - 115). Güneydoğu Anadolu bölgesindeki bütün illerin yemekleri benzerlik göstermektedir. Yemeklerin temelini et, buğday ürünleri, bakliyat ve sebze oluşturur. Güneydoğu'da yaygın olarak kullanılan tat verici çeşniler; soğan, sarımsak, salça, pul biber, maydanoz, kuru nane ve diğer baharattır. Yörede farklı olarak Batman'a has olan ve adının burayla anılması gereken, özellikle ilçe ve köylerde rastlanan, kıyıl ve tiftik denilen taş fırınlarda yapılan ekmekler vardır. Ayrıca yöreye özgü balık çeşidi olan Şabut balığı ise, Dicle ve Fırat nehirlerinin en lezzetli balığıdır. Atatürk Barajı'nda üretimine başlanılmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 30-53).

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde eski uygarlıklardan bugüne yarı değişmiş ya da aynı şeklini koruyarak gelen birçok yemek bulunmaktadır. Bölgede etkisinin büyük olduğu düşünülen Hitit mutfağında yörede kullanılan birçok ürünün kullanıldığı fakat daha basit pişirme yöntemleriyle yemek yapıldığı görülmektedir. Hitit mutfağında kullanılan şişler, ızgaralar, pideler, haşlamalar Türk mutfağının, özellikle Güneydoğu Anadolu bölgesinin yabancı olmadığı lezzetlerdir. Ancak Hititlerden kalan ayrıntılı yemek tarifleri olmadığı için Hitit mutfağında yapılan bu yemeklerin ne dereceye kadar benzedikleri tam olarak bilinmemektedir (Sandıkçıoğlu, 2009: 28-29). Fakat Kilis'e özgü olan mahluta çorbası British Museum tarafından yayınlanan 100 en eski yemek tarifinin yer aldığı kitapta, aynı bugün pişirilen şekliyle yayımlanmıştır. Bu çorba Hititlerden günümüze gelen bir yemek çeşididir (Aksoy, 2014).

Yörenin önemli içeceklerinden biri meyan kökü şerbetidir. Meyan kökünden elde edilen meyan şerbeti serinletici bir içecektir ve yazın bolca tüketilir. Yörenin ünlü içeceklerinden olan meyan kökü şerbetinin de eski zamanlara ait bir içecek olduğu düşünülmektedir. Çünkü meyan

kökünün çeşitli kullanımına ait bilgilerin Sümerlere ve Hititlilere ait tıbbi tabletlerde belirtilmiştir (Pancar ve Çoksöyler, 2009: 586). Ayrıca yörede kullanılan birçok pişirme yönteminin, yemek adının veya halen tüketilen yemeklere benzer yemeklerin Divanü Lügati't-Türk'te adları geçmektedir. Bunlar örnek olarak şunlar sıralanabilir; sımsırak; kelle çorbasına benzer bir yemek, soğut; mumbar dolması, söklünçü; kebab, tutmaç (Çetin, 2005: 199-200).

Mardin'de, yörenin en meşhur yemekleri daha çok köylerde yapılmakta olup, et ve süt ürünlerine hemen hemen tüm yemeklerde rastlanmaktadır. Sebzenin beslenme kültüründe yeri çok azdır. Tüketilen sebzelerin çoğu kışa hazırlık için kullanılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 295). Yörenin önemli içeceklerinden olan mırır; hazırlaması zor ve uzun, yöreye has bir kahve çeşididir (Aksoy, 2014). Özel günlerde acı kahve ikram etme geleneği diğer Güneydoğu illerinde olduğu gibi Mardin'de de yaygındır. En iyi acı kahve örneği olan mırırayı yöredeki Hristiyanların sadece başsağlığı günlerinde, Müslümanların da her durumda ikram ettikleri bilinmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 295).

Diyarbakır'da en fazla pişirilen yemekler "tencere yemekleri" olarak tanımlanan etli sebze yemekleridir. Diyarbakır karpuzu da yörenin ünlü lezzetlerindedir. Diyarbakır karpuzunun dikkat çeken özelliği ise iriliği ve lezzetidir. Diyarbakır karpuzunun 35-40 kg. ağırlığa ulaştığı söylenmektedir. Hatta Enver Paşa'nın iki karpuzu bir deveye yükleyerek padişaha hediye gönderdiği de söylentiler arasındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 114 - 115; Özyılmaz, Aluclu ve Akın, 2014: 146-149). Şırnak mutfağının en önemli özelliği ithal gıdaların yöreye geç girmiş olması ve tamamen yöresel ürünlerden oluşan bir mutfak olmasıdır. Bu nedenle yörenin mutfak kültürü korunmuş ve halen ufak değişikliklerle yapılmaya devam edilmektedir (TÜİK, 2013).

Siirt ürettiği narlarla anılmaktadır ve bu narların kalitesi çok yüksektir. Bunun yanı sıra üzüm, ceviz, badem ve incir de üretilmekte, üretilen ürünlerin etkisi yöre mutfağında da gözlemlenmektedir (TÜİK, 2013). Siirt'e özgü büryan kebabı ile ilgili anlatılan hikaye şudur; yüzyıllar önce Siirtli bir çoban varmış, Bu çoban çok varlıklı bir adamın yanında çalışıyormuş. Çoban günün birinde meraya çıkmış ve sonra acıktığını hissetmiş. Bir kuzuyu kestiği sırada karşından çobanlık yaptığı kuzuların sahibinin geldiğini görmüş. Kuzuyu hemen yanındaki kuyuya atmış ve kuyuyu yanan küllerle kapatmış. Kuzuların sahibi gidince çoban kuzuyu kuyudan çıkarmış piştiğini ve çok lezzetli olduğunu görünce arkadaşlarına da anlatmış. Yemek günden güne yayılmış ve meşhurlaşmış (Gökşen, 2009: 43). Aynı pişirme yönteminden Divanü Lügati't-Türk'te de bahsedilmektedir (Çetin, 2005: 192).

Yörenin ünlü lezzetlerinden olan perde pilavının yöre için kültürel anlamda çok önemli mesajlar içermektedir. Örneğin; yeni gelinlere yapıldığı zaman "kızım bak bu evin sırrını bu yemekteki yufka gibi saklayacaksın" mesajı verilmek istenir. Yemekteki pirinç taneleri bereketi temsil eder. Pilavdaki bademler kız çocuğu, güvercin ise oğlan çocuğu isteğini yansıtır. Yemeğin içine konan keklığın hileli yoldan avlanılmaması gerekir, çünkü cesareti simgeleyen bir

ögedir. Bunun yanı sıra bu yemek onurun yanında özgürlüğü de simgeler (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 53).

Gaziantep ilinin tarih boyunca önemli bir ticaret merkezi olması ve İpek Yolunun üzerinde bulunması kültürel etkileşime neden olmuştur (Nahya, 2012: 13). Özellikle Osmanlı döneminde Araplar, Kürtler, Ermeniler, Türkmenler birlikte yaşayarak bu kültürel etkileşime katkı sağlamışlardır. Bu çeşitlilik kültürel dokuyu zenginleştirmiştir ve bu zenginliğin kent mutfağına aktarımının da başarılı bir şekilde sağlandığı görülmektedir. Bu zenginlikte kültürel doku kadar ürün çeşitliliğinin de etkisi vardır (Özçörekçi-Göl, 2003: 634).

Türk ve dünya mutfakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahip olan Gaziantep mutfağı nineden toruna bir miras titizliği ile öğretilen yemeklerin ve tatlıların yapımında kullanılan malzemelerin seçimindeki titizlik, yemeklerin yapımında kullanılan ve yemeklerde değişik tat ve lezzet veren baharatlar, salçalar, soslar ve karışımlar, hazırlama ve pişirmede gösterilen beceri, Gaziantep yemekleri ve tatlılarının şöhrete kavuşmasına neden olmuştur. Gaziantep yemeklerinde tüm yemek pişirme teknikleri (haşlama, ızgara, tava, sote, kavurma, tencere yemeği, fırın yemekleri vb.) cömertçe kullanılmıştır (Güzelbey, 2003). Yörede etli ve sebze yemeklerinin çoğunluğu yoğurtla pişirilir. Başka bir mutfakta yoğurdun bu kadar yaygın ve pişirilerek kullanımına rastlanmamıştır. Yemeklerde ağırlıklı olarak bölgedeki ürünler kullanılır. Yemeklerde değişik baharat kullanılır. Yoğurtlu yemeklerde yöreye özgü hasbir (safran), çorbalarda tarhın, aşureye rezene katılmaktadır (Altınel, 2009: 175-176).

Başka yörelerde yapılmayan zeytin piyazı önemli yemeklerdendir. Zeytin piyazı tek başına katık olarak kullanılır. Çekirdeği alınmış kırık zeytine, bıçakla kıyılmış ceviz içi, nar ekşisi, tuz, biber, kimyon ve biraz zeytinyağı ilave edilir ve maydanoz ile süslenir. Yöreye özgü ekmelele düüm yapılarak tüketilir (Altınel, 2009: 176).

Gaziantep'in en meşhur tatlılarından olan baklavanın Orta Asya'dan geldiği iddia edilmektedir. Orta Asya Türk Kültürü üzerinde çalışan bazı araştırmacılar, göçebe Türklerin yufkayı temel gıda olarak kullandıklarını, tek tek açılmış ve pişirilmiş yufkalar arasına çeşitli harçlar koyarak katmerli hamur işleri oluşturduklarını, kaymak ve bal gibi tatlandırıcıları harç olarak kullanıp, çok katlı yufkadan, hamur tatlıları yapmış olmalarının baklavanın kökeni olacağını söylemektedirler (Akkoyunlu, 2012: 334-335). Bunun yanı sıra yöreye özgü çağirtlak kebabı, taze peynir helvası, balcan dolması tarifleri aynı veya benzer şekilleriyle Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesinde (18. yy) geçmektedir (Altınel, 2009: 175).

Şanlıurfa mutfağı Ortadoğu'nun tüm lezzetlerini içeren oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir. Şanlıurfa mutfağının en değerli baharatı isottur (Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 131-132). Günlük yaşamda tüketilen yemekler et ağırlıklıdır ve Urfalılar 'et giren yere dert girmez' derler. Yörenin özel yemeklerinden sayılan lahmacun, kebab vb. yiyecekler yöre halkının günlük tükettiği olağan yemeklerdendir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 415).

Urfalılar asırlardan bu yana damak zevkinin en güzel örneklerini veren zengin çeşitte yemekle beslenmesini

bilmişlerdir. Yöre yemekleri lezzetli olduğu kadar besin değeri de yüksektir. Urfalılar misafiri çok seven bir toplumdur, bu anlayışında hiç bir öğünde misafirsiz sofraya oturmayan Hz. İbrahim (a.s.)'dan geldiği söylenmektedir. Halil İbrahim Sofrası herkesçe bilinen bir deyimdir. Urfalılar hala bugün misafir ağırlamak ve onlara yemek ikram etmekten büyük zevk duyarlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 413). Bu toplu yemeklerin en başında 'sıra gecesi' gelmektedir. Sıra gecesi yalnızca Şanlıurfa'ya has olmamakla birlikte Şanlıurfa ile anılan, onunla öne çıkan bir ziyafet ve dostluk biçimidir (Şahinalp, 2005: 77). Sadece erkeklerin katıldığı bu toplantılarda karşılıklı bilgilenme ve fikir alışverişleri yapılır. Sıra gecesinin ana yemeği çiğ köftedir. Sohbet sonrasında mırna adı verilen acı kahve servis edilir. Bu gecede bayanlar olmadığı için hizmet erkekler tarafından yapılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: 413).

Yaptıkları her türlü toplantıda, başta yer alan çiğköftenin meydana geliş hikayesi şu şekilde anlatılmaktadır; Hz. İbrahim döneminde yaşayan Urfalı bir avcı avladığı ceylanı eve getirerek hanımından yemek yapmasını ister. Hanım evde odun bulamadığını söyler. Çevrede toplanacak tek bir dal bile kalmamıştır. Zira Nemrut, Hz. İbrahim'i ateşe atmak için ne varsa toplamıştır. Avcı hanımından bir çözüm üretmesini ister ve bunun üzerine kadın, ceylanın budundan bir miktar yağsız et çıkararak, bir taşın üzerinde başka bir taşla eti ezmeye başlar. Sonra ezilmiş eti bulgur, biber ve tuzla karıştırarak yoğurur. Yeşil soğan ve maydanoz ekler (Gökşen, 2009: 43).

Şanlıurfa'nın diğer bir meşhur lezzeti olan şıllık tatlısının Mezopotamya'ya ait bir tatlı olduğu söylenmektedir. Tatlı şerbetini oluşturan pekmezin kaynağının, dünyanın yedi harikasından biri olan Babil'in asma bahçelerine dayandığı iddia edilmektedir (A.S. Ünsal, N. Ünsal, Köten ve Atlı, 2009: 200). Tüm bu bilinen lezzetlerin yanı sıra sadece Urfalıların bildiği besleyici özelliği oldukça fazla olan şöşböre de özel bir yiyecektir (A.S. Ünsal, N. Ünsal ve Köten, 2009: 550). Bunların dışında şuan patent başvurusu yapılmış olan tirit yemeğinin çok eski zamanlara ait olduğu bilinmektedir. Meşhur tarihçi Taberî'nin dediğine göre tirit ilk olarak Hz. İbrahim tarafından yapılmıştır (Akkoyunlu, 2012: 333).

Türkiye, doğal, tarihi ve kültürel açıdan her ilgi alanına hitap edecek turizm potansiyellerine ve farklı karakteristiklere sahip il ve bölgelere sahip bir ülkedir. Türkiye, sahip olduğu tescilli tarihi, doğal ve kültürel varlıklar açısından incelendiğinde, her bölgenin çeşitli potansiyellere farklı yoğunluklarda sahip oldukları görülmektedir. Bölgelerin sahip olduğu soyut yerel kültür mirasları Tescilli Coğrafi İşaretler kapsamında incelendiklerinde, yine batı illerinin doğu illerine kıyasla daha fazla potansiyele sahip olduğu ancak doğu bölgelerinde bu yoğunluğun farklılaştığı, özellikle Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nde önemli bir yoğunluk olduğu göze çarpmaktadır (Çağlı, 2012; 50-51).

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin gastronomik unsurlarını ele almak gerekirse şu şekilde gruplandırabiliriz (Bucak ve Aracı, 2013; Çağlı, 2012; Çalişkan ve Koç, 2012; www.tpe.gov.tr²; www.tpe.gov.tr³);

– **Tescilli Tatlılar;** Gaziantep- Antep baklavası, Mardin- Mardin imlebes (badem şekeri).

– **Tescilli Yemekler;** Mardin- Mardin kaburga dolması, Mardin kibe, Mardin sembusek, Siirt- Siirt büryan kebabı, Siirt perde pilavı.

– **Tescilli Mezeler;** Mardin- Mardin ikbebet, Şanlıurfa- Şanlıurfa çiğ köfte.

– **Tescilli Üzümler;** Adıyaman- Besni üzümü.

– **Tescilli Peynirler;** Diyarbakır- Diyarbakır örgü peyniri.

– **Tescilli Yağlar;** Gaziantep- Nizip zeytinyağı.

– **Tescilli Meyveler;** Adıyaman- Malatya kayısı, Diyarbakır- Diyarbakır karpuzu.

– **Tescilli Sebzeler;** Adıyaman- Maraş biberi, Gaziantep- Maraş biberi, Kilis- Maraş biberi, Şanlıurfa- Maraş biberi, Şanlıurfa biberi.

– **Tescilli Kahvaltılık Ürünler;** Siirt- Pervari balı.

– **Tescilli Kuruyemişler;** Adıyaman- Siirt fıstığı, Batman- Siirt fıstığı, Diyarbakır- Siirt fıstığı, Gaziantep- Antep fıstığı, Siirt fıstığı Kilis- Siirt fıstığı, Mardin- Siirt fıstığı, Siirt- Siirt fıstığı, Şanlıurfa- Siirt fıstığı, Şırnak- Siirt fıstığı.

– **Tescil Onayı Bekleyen Tatlılar;** Diyarbakır- Diyarbakır kadayıfı, Gaziantep- Antep katmeri, Kilis- Kilis katmeri, Şanlıurfa- Urfa zerdesi, Urfa şıllık tatlısı.

– **Tescil Onayı Bekleyen Mezeler;** Adıyaman- Etsiz çiğ köfte, Şanlıurfa- Urfa içli köftesi.

– **Tescil Onayı Bekleyen Peynirler;** Gaziantep- Antep peyniri, Şanlıurfa- Urfa peyniri.

– **Tescil Onayı Bekleyen Sebzeler;** Şanlıurfa- Birecik patlıcanı.

– **Tescil Onayı Bekleyen Tahıllar;** Diyarbakır- Karacadağ pirinci.

– **Tescil Onayı Bekleyen Yağlar;** Kilis- Kilis zeytinyağı, Şanlıurfa- Urfa yağı.

– **Tescil Onayı Bekleyen İçecekler;** Şanlıurfa- Urfa biyanbalısı.

– **Tescil Onayı Bekleyen Kurabiyeler;** Şanlıurfa- Urfa külünçesi.

– **Tescil Onayı Bekleyen Çorbalar;** Şanlıurfa- Urfa lebni çorbası.

– **Tescil Onayı Bekleyen Yemekler;** Şanlıurfa- Urfa ciğer kebabı, Urfa ekşilisi, Urfa frenk çömleği, Urfa haşhaş kebabı, Urfa kazan kebabı, Urfa keme boranısı yemeği, Urfa kıymalı söğürme, Urfa kıymalı, Urfa miftahi tas kebabı, Urfa pancar boranısı yemeği, Urfa patlıcanlı kebabı, Urfa saç kavurması, Urfa soğan kebabı, Urfa su kabağı yemeği, Urfa tiriti, Urfa yumurtalı köfte, Urfa üzümü pilavı, Urfa isot çömleği.

– **Gastronomi Müzeleri;** Gaziantep- Emine Göğüş Gaziantep Mutfak Müzesi (2008), Şanlıurfa- Şanlıurfa Geleneksel Mutfak Müzesi (Tarihi Hacıbanlar Evi) (2011).

– **Yerel Gastronomi Etkinlikleri;** Batman- Bal ve ceviz festivali, Gaziantep- Altın Fıstık festivali, İslahiye üzüm, biber ve kültür festivali, Oğuzeli nar ve kültür festivali, Mardin- Yeşilli kiraz festivali, İncir festivali, Siirt- Mahalli yumurta bayramı, Siirt Fıstığı teşvik ve bal festivali.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi kavramı yemek yeme olgusunu temel ihtiyaç olmaktan çıkartarak ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağına taşımıştır. Gastronomi kavramının birçok bilim alanıyla ilişkisinin olması nedeniyle yemek olgusunu birçok alanla birleştirerek yemek yeme olayını farklı boyutlara taşımaktadır. Yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayan yeni bir turizm alanının gelişmesine katkı sağlamıştır. Türkiye'nin sahip olduğu coğrafik ve iklimsel çeşitlilik ve birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucunda oluşan kültürel etkileşim ile mutfak kültürü de çeşitlilik kazanmıştır. Büyük bir gastronomik değere sahip olan Türkiye'nin, bu değerlerinin tanıtımının yapılması ve sahip çıkılması gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomik değerlerin kaleme alınması gerektiği düşünülmektedir.

Gastronomi turizmi diğer turizm çeşitleriyle birleştirildiğinde potansiyeli artıracak düşünülmemektedir. Özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi için bakıldığında, kültürel çeşitliliğinin vermiş olduğu avantajdan faydalanılmalıdır. Kültür turizmi veya inanç turizmi gibi turizm çeşitleri ile gastronomi turizmi bütünleştirilmelidir. Bölgenin coğrafi konumundan dolayı dışa kapalı yaşadığı, Batı'dan çok fazla etkilenmediği, Batı'ya özgü fast-food kültürünün izlerini taşımadığı gözlemlenmiştir. Restoranlarında kendi yöresel lezzetlerini üretip satmaya devam ettikleri bilinmektedir. Bu gastro turistler için, büyük bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Bölgenin bereketli hilal içinde olması, eski uygarlıkların yemeklerinin çoğunlukla değişmeden günümüze taşınmış olması, tarihini merak eden insanoğlu için bulunmaz bir kaynak oluşturmaktadır.

Bölgenin kalkındırılması için oluşturulan GAP projesi kapsamına turizm unsurunun da eklenmesi ile kalkındırmaya hız kazandırılacağı düşünülmektedir. Proje kapsamında dolaylı olarak turizm için gereken alt yapı oluşturulmaktadır. Bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin sayısının ve kalitesinin iyileştirilmesi konusunun proje kapsamına dahil edilebileceği düşünülmektedir. Tüm bunlar sağlandıktan sonra geriye sadece doğru bir şekilde hem iç pazarda hem de dış pazarda tanıtımının yapılması gerekmektedir. İç pazar tanıtımına, yerel etkinliklere sadece yerel halk tarafından değil diğer insanlar tarafından da katılım sağlanarak başlanabileceği düşünülmektedir.

Yöre mutfak hakkında bilgisi olan yerel halkın bu ürünlerin yapıp satmasına destek verilmeli ve gelen turistler bu alanlarda yöresel ürünün yapımına katılma şansını elde edebilmelilerdir. Yetişen şeflerin burada kurulan, alanla ilgili birimlerde eğitim almaları sağlanmalı, en az bir haftalık eğitim seminerleri ve uygulamaları düzenlenmelidir. Yurtiçinden gelen şeflerin dışında yurt dışındaki şeflerin de gelmesi sağlanmalıdır. Çeşitli workshoplarla bölge mutfakı canlandırılmalıdır. Bu durum konaklama sayısının artmasına da katkı sağlayacaktır.

Sadece bölgede üretimi gerçekleşen ürünlerin patenti alınmalıdır. Özellikle bu çalışma içerisinde adları zikredilen (mahluta çorbası, meyan kökü şerbeti, mumbar dolması, kebablar, mırza, Siirt narı, zeytin piyazı, çağirtlak kebabı, taze peynir helvası, balcan dolması, şöşörek) tarihi değerleri olan ve bölgeye ait olan yemeklerin veya ürünlerin bir an önce tescil başvurusunun yapılması gerektiği düşünülmektedir. Şırnak ilinin birçok değere sahip olmasına rağmen şimdiki kadar hiç bir ürünün tescil edilmemesi büyük bir kayıp olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi Ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akkoyunlu, Z. (2012), Türk Mutfağından Kaybolan Kerkük Yemekleri, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 2 (2), 328-336.
- Akman, M. (1998). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağı'nın Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M. (2014). *Gastronomi Ve Yemek Tarihi Ders Notları*, Ankara, Gazi Üniversitesi.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide menü yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (30), 208-209.
- Çağlı, I.B. (2012). *Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28), 196-205.
- Çetin, E. (2005). Divanü Lügati't-Türk'teki Yiyecek ve İçecek Adları ve bu Adların Türkiye Türkçesindeki Görünümleri, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 192-200.
- Denizer, D. (2008, Nisan). *Türk Turizminin Gelişmesinde Türk Mutfağı'nın Önemi; ve Bugün İçin Yapılması Gerekenler*, 3. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi'nde sunuldu, Balıkesir.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (2), 30-31.

- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm :İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ertağ, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 117, 131-132.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 144.
- Gökşen, C. (2009, Mayıs). Geleneksel Yemeklerimizin Bazılarının Efsaneleri, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- Gündoğdu, G. (2006). *Türk hukukunda coğrafi işaret kavramı ve korunması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güzelbey, C.C. (2003). Gaziantep Mutfağı, Hazırlayan: Koz, M. (2. Baskı), İstanbul, Kitabevi Yayınları, 616-627.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri: bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2005). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi*!. Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtım Bürosu, 35-53, 114-115, 241, 295, 413-415.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Turizm Stratejisi Eylem Planı Vizyon 2023*. Ankara.
- Nahya, Z.N. (2012). Gaziantep'te Bir Kültürel Mekân Olarak Mutfak, *folklor/edebiyat Dergisi*, 18 (69), 13.
- Öney, H. (2013). *Alternatif Turizm*. (1.Baskı), Eskişehir, Web Ofset Tesisleri, 159-171.
- Özçörekçi-Göl, N.Z. (2003). Gaziantep Yemeklerinin Türk Mutfağı İçindeki Popülerliği, Hazırlayan: Koz, M. (2. Baskı), İstanbul, Kitabevi Yayınları, 634.
- Özer, E. A. (2009, Mayıs). Geleneksel Gıdalar ve Coğrafi İşaretleme, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- Özer, Y. (2013). *Destinasyon Pazarlamasında Gastronominin Rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Web: [http://www.slideshare.net/yaseminozer45/dokorta-
tez](http://www.slideshare.net/yaseminozer45/doktora-tez) adresinden 11 Mayıs 2015'te alınmıştır.
- Özyılmaz, H., Aluclu, İ. ve Akın, C.T. (2014).Mutfak Kültürünün Geleneksel Diyarbakır Evlerine Sosyal ve Mekânsal Yansımaları, *Milli Folklor Dergisi*, (26), 146-149.
- Pancar, E. D. ve Çoksöyler, F. N. (2009, Mayıs). Güneydoğu'nun Geleneksel İçeceği: Meyan Şerbeti, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- Sandıkçioğlu, T. (2009, Mayıs). Hititler Döneminde Beslenme ve Yeme-İçme Alışkanlıkları, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- Şahinalp, M.S. (2005). Şanlıurfa Şehrini Kültürel Fonksiyonu, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (11), 77-79.
- TÜİK, (2013). *Seçilmiş Göstergelerle 2012*, Ankara, Türkiye İstatistik Kurumu.
- Üner, E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünsal, A.S., Ünsal, N. ve Köten, M. (2009, Mayıs). Şanlıurfa'nın Geleneksel Çorbası: Şöşberkek, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- Ünsal, A.S., Ünsal, N., Köten, M., ve Atlı, A. (2009, Mayıs). Şanlıurfa Yöresine Özgü Bir Tatlı: Şıllık, *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda sunuldu*, Van.
- www.tpe.gov.tr¹, Web:[http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/
commonContent/CABot](http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/commonContent/CABot) adresinden 05 Mayıs 2015'te alınmıştır. www.tpe.gov.tr², Web:[http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/
geographicalRegisteredList/](http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicalRegisteredList/) adresinden 05 Mayıs 2015'te alınmıştır.
- www.tpe.gov.tr³, Web:[http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/
geographicalList/](http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/geographicalList/) adresinden 05 Mayıs 2015'te alınmıştır.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası*. 11. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Ankara

Extensive Summary

Gastronomy Tourism and Southeastern Anatolia Region Gastronomic Elements

Gastronomy that associates with food and culture concept contributes the new tourism area providing advantage in tourism marketing. Together with the acculturation which is arised from geographic and climatic diversity that Turkey has and its playing host many cultures, the cuisine culture gets diversified, as well. It is necessary to be publicized and protected the great gastronomic values of Turkey has. In this context, it is thought that the gastronomic values is necessary to be written up. Because of that South Anatolian region is situated in a called "Fertile Crescent" region and plays host varied civilizations, it is thought that it is one of the most important region getting diversified the cuisine culture of Turkey. In order to present academically this potential that South Anatolian region has and to be able to contribute this introducing, it is realized inventory study called "Gastronomy Tourism and South Anatolian Region Gastronomik Component".

Because of that Gastronomy concept correlates with many scientific fields, it takes eating case other aspects by associating the food phenomenon with many fields. The gastronomy associating with the food and culture contributes the development of a new tourism field gaining advantage in tourism marketing. When gastronomy tourism is associated with the other types of tourism, it is thought that it will increase the potential. Specially when we analyze South Anatolian region, it should benefit from the advantage of provided by cultural diversity. Gastronomy tourism should be integrated with the fields of such as cultural tourism or the belief tourism. Because of the geographical position of the region, it is seen that South Anatolian region live as self-enclosed, is not much impressed by the West, not to carry traces of fast-food culture being special to West. It is known that they continue to market their own local flavors in their restaurants. This creates the great attraction factor for gastro tourists. That the region is within the fertile crescent, that the foods of ancients are brought exactly or by means half changed to the present

creates a rare source for the human race caring about ancient history.

It is thought that with being included tourism factor in the scope of SAP Project which is built to develop the region, it will be speed improvement. Within the Project, it is prepared the substructure which is necessary for tourism indirectly. It is thought that the number and the quality improvement of food-drink businesses in the region will be included in the scope of the Project. After all these are provided, afterwards it just requires to be publicized the project both domestic market and foreign market properly. It is thought to be able to be started if it is not only the local people but also the other people attend the publicity of the domestic market, local activities.

It should be given a post the local people having knowledge of local cuisine to make and to sell these goods and the tourists coming get a chance joining the making of the local good in these areas. It must be supplied the chiefes grown to have training in established units here related to the areas, it must be organized at least a week of education seminars and practices. Apart from the chief coming from domestic, the chief being in oversea must be provided to come. It should be recreated with the various workshops.

It must be taken out patent of the goods produced only in the region. Specially, it is believed that the foods or the goods mentioned in the text, (mahluta soup, licorice sherbet, stuffed sheep sausages, kebabs, bitter coffee with cardamon (myrrh), Siirt pomegranate, oried kidney-beans salad with oil, çağırtlak kebab, fresh cheese havla, stuffed balcan, timbale with şöş) having a historical values and being regional must be applied for patent. Although Şırnak province has lots of values, that its any goods have not applied for patent so far is seen as a major shortcoming. This shortcoming must be obviated as immediate as possible.