



## Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi (Thematic Analysis of Gastronomy Museums in the World)

\* Aybüke CEYHUN SEZGİN<sup>a</sup> , Tansu AKBIYUK<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 11.02.2021

Kabul Tarihi: 16.03.2021

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi  
Gastronomi turizmi  
Müze  
Gastronomi müzeleri

### Öz

Günümüzde toplumların mutfak kültürlerinin tanıtılması, korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından gastronomi müzeleri önemli bir unsur olarak görülmektedir. Araştırmada; dünyanın farklı ülkelerinde mutfak kültürlerinin genel özellikleri ve yeme-içme alışkanlıklarını yansıtması amacıyla faaliyet gösteren gastronomi müzeleri sergilenen ürünler açısından tematik olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama ve doküman analizi yapılmıştır. Dünyanın farklı ülkelerinde bulunan toplam 250 gastronomi müzesi; mutfak kültürü, yöresel ürün, meyve/sebze, şarap/bira ve diğer içecekler, zeytin/zeytinyağı, çay/kahve, peynir/şarküteri, ekmek ve unlu mamuller, çikolata/şeker ve diğer müzeler olmak üzere sergilenen ürünler açısından 10 farklı temaya ayrılmış, ülke-tema bazında haritalandırılmış ve her bir temaya örnek teşkil etmesi açısından 2 müzeye ait detay bilgiler paylaşılmıştır. Araştırmada dünya ülkelerinden karmaşık kültürel yapısı nedeniyle Amerika Birleşik Devletleri'nin birçok farklı temada gastronomi müzesine ev sahipliği yaptığı, Akdeniz ve çevresindeki ülkelerde ise zeytinyağı müzelerinin ağırlıkta olduğu, Fransa ve İtalya'nın ise farklı temalarda birçok gastronomi müzesine sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda; gastronomi müzelerinin destinasyon pazarlaması ve turizm potansiyeli açısından önemli bir cazibe unsuru olduğu dikkate alınarak bu müzelerin sayılarının ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği önerilmiştir.

### Keywords

Gastronomy  
Gastronomy tourism  
Museum  
Gastronomy museums

### Abstract

Today, the gastronomy museums are seen as a significant factor in terms of promoting, protecting, and ensuring the sustainability of culinary cultures of societies. In this research, gastronomy museums, established to reflect the general characteristics and eating and drinking habits of culinary cultures in different countries of the world were evaluated thematically in terms of the food products exhibited. Review and document analysis, one of the qualitative research methods, was carried out in this study. Within the scope of this research, a total of 250 gastronomy museums in different countries were divided into 10 different themes: cuisine culture, local product, fruit/vegetable, wine/beer and other drinks, olive/olive oil, tea/coffee, cheese/delicatessen, bread and bakery products, chocolate/sugar and other museums; then mapped according to country-theme basis and detailed information about 2 museums was shared to set an example for each theme. In this study, it was determined that the United States hosts gastronomy museums of many different themes due to the complex cultural structure whereas olive oil museums are predominant in the Mediterranean and surrounding countries. France and Italy were found to have many gastronomy museums with different themes. As a result, considering that gastronomy museums are an important attraction in terms of destination marketing and tourism potential, it has been suggested that the number of this kind of museum and their promotion activities should increase

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: aybuke.ceyhun@hbv.edu.tr (A. Ceyhun Sezgin)