



## Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Çevrimiçi Medya Kanallarındaki Yansımaları ile Oluşan İmaj Üzerine Bir Araştırma: Gaziantep Restoranları Örneği (A Research on the Online Image of Local Products: An Example of Gaziantep Restaurants)

\* Deniz ERDOĞAN<sup>a</sup> , Oya ÖZKANLI<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Gaziantep University, Faculty of Fine Arts, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gaziantep/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:19.05.2021

Kabul Tarihi:20.06.2021

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizmi  
Gaziantep  
Yöresel ürünler  
Destinasyon imajı  
Sosyal medya

### Öz

Kişiler turizm faaliyetlerine ait satın alma davranışı gerçekleştirmeden önce çeşitli kaynaklara başvurmakta ve kendilerine en çok faydayı getirecek ürün yönünde karar almaya çalışmaktadır. Geçmişten günümüze turizm faaliyetleri ve ürünleri hakkında bilgi sunan çeşitli kaynaklar olmuştur. İçinde yaşadığımız çağda internet ve internet aracılığıyla hayatımıza giren sosyal medya kanalları bu konuda en çok ilgi gören kaynaklardır. Günümüzde kişiler seyahat ettikleri destinasyonda yeme içme faaliyetlerini sürdürmek durumunda olmaktan öte özellikli yiyecek içecekler için de bir destinasyona seyahat edebilmektedir ve bu durum gastronomiyi turizmin vazgeçilmez bir parçası haline getirmektedir. Bu çalışmada destinasyon imajı çizerken gastronomi faaliyetlerini ön plana çıkarması kaçınılmaz olan Gaziantep ilinin yöresel yiyecek ve içeceklerinin sosyal medyadaki yansımalarının oluşturduğu sosyal medya imajı incelenmiştir. Gaziantep'te bulunan 22 restoran işletmesine ait Tripadvisor profillerinde yine Tripadvisor kullanıcıları tarafından yapılan yorumlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonunda yorumlar içinde adı en çok geçen yöresel yiyeceklerin Beyran, Baklava, Küşleme ve Kebap olduğu görülmekle birlikte incelenen yorumların yarısından fazlasında yiyecek içecek ismi geçmediği görülmüştür.

### Keywords

Gastronomy tourism  
Gaziantep  
Local products  
Destination image  
Social media

### Abstract

Before carrying out the buying behavior of tourism activities, people resort to various resources and try to make decisions in the direction that will bring them the most benefit. In the age in which we live, the internet and social media that enter our lives through the internet are the most interesting source in this regard. Currently, people can travel to a destination for food and drinks, rather than continuing their eating and drinking activities in the destination they are traveling to, which makes gastronomy an indispensable part of Tourism. In this study, the reflections of local food and drinks in Gaziantep on social media were examined according to destination image on social media. Comments made by Tripadvisor users belonging to 22 businesses located in Gaziantep were examined by content analysis method. At the end of the study, it was observed that the most commonly mentioned local foods in the comments were Beyran, Baklava, Kushleme and Kebab, but more than half of the reviews examined did not mention the name of food and drink.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: dnz.erdgn@hotmail.com (D. Erdoğan)

DOI:10.21325/jotags.2021.834