



## Gastronomi Turizmi Tanıtım Modeli Açısından Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetleri (Turkish Cuisine Promotion Activities in Terms of Gastronomy Tourism Promotion Model)

Fügen DURLU ÖZKAYA <sup>a</sup> , \*Ümit Can KAYA <sup>a</sup> 

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

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 11.08.2021

Kabul Tarihi: 28.11.2021

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi Turizmi  
Mutfak Kültürü  
Tanıtım

### Öz

Mutfak kültürü bir toplumun kültürel hazinesi ve hafızasının önemli bir bölümünü oluşturan öğelerden birisidir. Uluslararası alanda bir ülkenin, ulusal alanda ise bir bölgenin diğerlerinden farklılaşmasını sağlayan ve aynı zamanda o ülkeye/bölgeye kendine özgülük kazandıran bir değerdir. Ancak bir ülke/bölge mutfak kültürünün bilinirliği onun tanıtımı ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla ülke/bölge mutfak kültürünü bilinir hale getirmek için stratejik bir bakış açısıyla tanıtım faaliyetleri oluşturulmalıdır. Bu sebeple bu çalışmada gastronomi turizmi tanıtım modeli açısından Türk mutfağı tanıtım faaliyetleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Model kapsamında başarılı bir tanıtımın nasıl gerçekleştirileceğine yönelik aşamalar ve bu aşamalarda uygulanması gereken alt basamaklar bulunmaktadır. Türk mutfağının tanıtımı amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerin modelin hangi basamağında yer aldığı, hangi basamakların doldurulması ya da geliştirilmesi gerektiğine yönelik değerlendirmeler yapılmaya çalışılmıştır.

### Keywords

Gastronomy Tourism  
Culinary Culture  
Promotion

### Abstract

Culinary culture is one of the elements that make up an important part of a society's cultural treasure and memory. It is a value that allows a country in the international arena and a region in the National Arena to differentiate from others and also gives that country/region its own originality. But the awareness of a country / region culinary culture is directly proportional to its promotion. Therefore, promotional activities should be established from a strategic point of view in order to make the country / region culinary culture known. For this reason, in this study, Turkish cuisine promotion activities were evaluated in terms of gastronomy tourism promotion model. Within the scope of the Model, there are stages for how to achieve a successful promotion and sub-stages that need to be implemented in these stages. Assessments were made on which steps of the model the activities carried out for the purpose of promoting Turkish cuisine are involved, which steps should be filled or developed.

### Makalenin Türü

Derleme

\* Sorumlu Yazar

E-posta: umit.kaya@hbu.edu.tr (Ü. C. Kaya)