

Kahramanmaraş Gastronomisinde Füzyon Mutfağın Anahtarı: Sumak Ekşisi

Mehmet Polat¹

Özet

Kahramanmaraş yöresine özgü bir yerel ürün olan sumak ekşisi (sumak ekşisi akıtı), kendine has ekşi aroması ve kültürel mirasıyla yöre mutfağında önemli bir yer tutmaktadır. Bu bölümde, sumak ekşisi ürününün füzyon mutfak uygulamaları yoluyla gastronomi turizmiyle nasıl ilişkilendirilebileceği kuramsal olarak incelenmiştir. Güncel literatür taramasına dayalı olarak, gastronomi turizmi kavramı, füzyon mutfağı yaklaşımları, yerel ürünlerin otantiklik ve sürdürülebilirlik boyutları ele alınmıştır. Sumak ekşisinin gastronomik ve kültürel değeri detaylandırılmış; Kahramanmaraş mutfağındaki geleneksel kullanımı ve farklı mutfaklarla etkileşime girerek yeni füzyon potansiyelleri tartışılmıştır. Literatürdeki bulgular ışığında bir SWOT analizi sunularak, sumak ekşisinin gastronomi turizminde kullanımının güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, sumak ekşisinin füzyon mutfaklarda yaratıcı biçimlerde kullanılmasıyla hem yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlanabileceği hem de gastronomi turistleri için özgün ve otantik deneyimler sunulabileceği ortaya konulmuştur. Bölüm, uluslararası düzeyde akademik standartlara uygun şekilde hazırlanmış ve gelecekteki araştırmalar ile uygulamalara yönelik önerilerle tamamlanmıştır.

1. GİRİŞ

Günümüzde gastronomi turizmi, destinasyonların çekiciliğini artıran ve turistlerin seyahat motivasyonlarında önemli bir yer edinen bir turizm türü haline gelmiştir. Gastronomi, birçok insan için popüler hale gelmiş ve insanların seyahat etmelerinin başlıca nedenlerinden biri olmuştur (Kivela & Crotts, 2006). Turizmde yaşanan eğilimler, ziyaretçilerin artık sıradan aktivitelerden uzaklaşıp doğayla iç içe olmayı, gittikleri yerde doğal ve yöresel lezzetleri

1 Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBMYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği, polat.m@outlook.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5591-5422>

tatmayı ve yeni kültürel deneyimler yaşamayı tercih ettiklerini göstermektedir. Bu durum, alternatif turizm türlerine olan ilgiyi artırmış ve gastronomi turizmini destinasyonların sürdürülebilirliği, imajı ve tanıtımı açısından kritik bir konuma taşımıştır (Everett & Slocum, 2012). Nitekim gastronomi turizmi ve sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramları, yükselen bir ilgiyle günümüzün en önemli turizm türleri arasında görölmeye başlanmıştır.

Gastronomi turizminin merkezinde, destinasyonların kendine özgü yiyecek ve içecek kültürleri yer almaktadır. Yöresel mutfak unsurları, bir yandan turistlerin otantik deneyim arayışını karşılarken diğeryandan destinasyonların farklılaşmasına katkı sunar (Ellis vd., 2018). Özellikle yöresel ürünler, gastronomi turistlerinin deneyimlemek istediğı otantik tatlar için kilit rol oynamaktadır.

Ziyaretçiler, seyahatleri sırasında bir bölgenin toprağından, ikliminden ve geleneksel yöntemlerinden beslenen özgün lezzetleri deneyimleyerek o bölgenin kültürel kimliğine daha derinden bağlanmaktadır (Henderson, 2009). Böylece gastronomi turizmi, yerel ürünlerin ve tariflerin korunup yaşatılmasına ekonomik bir katkı da sağlamaktadır (Richardsd, 2012). Nitekim destinasyonlar, gastronomi turizmi aracılığıyla sahip oldukları yöresel yiyecek ve içecekleri tanııtp pazarlayarak rakip destinasyonlardan ayrışabilmekte ve hatta bu ürünlerin coğrafi işaret tescili almasına katkıda bulunabilmektedir.

Coğrafi işaret kavramı, bir ürünün belirli bir yöreden kaynaklanan özelliklerini ve kalitesini garanti altına alırken, o ürünün ait olduğı bölgenin adını markalaştırarak hem ekonomik hem de kültürel sürdürülebilirliğe hizmet etmektedir (FAO, 2021). Son yıllarda gastronomi turizminin ön plana çıkması ve doğal, yerel ürünlere olan ilginin artmasıyla, coğrafi işaretli ürünler destinasyonlar için önemli bir değery haline gelmiştir (Yazıcıoğlu vd., 2019). Bu sayede, yöresel mutfak kültürünün zaman içinde kaybolmaması, gelecek nesillere doğru şekilde aktarılması ve korunması mümkün olmaktadır (Belletti, 2011).

Bu bağlamda Kahramanmaraş, zengin mutfak kültürü ve kendine özgü lezzetleriyle gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olan bir ilimizdir (Polat, 2020). Maraş dondurması, kırmızı Maraş biberi ve Maraş Tarhanası gibi dünya çapında bilinirlik kazanmış ürünlerinin yanında, Maraş sumak ekşisi akıtı da kentin gastronomik kimliğinin ayrılmaz bir parçasıdır (Gül vd., 2024). Maraş sumak ekşisi akıtı, 2018 yılında coğrafi işaret olarak tescillenmiş olup (Turkpatent, 2018) yöreye özgü bir lezzet verici sos/baharat kategorisinde yer almaktadır. Bu ürün, yörenin dağlarında yetişen sumak bitkisinin meyvelerinden geleneksel yöntemlerle elde edilmekte ve Kahramanmaraş mutfağında yüzyıllardır kullanılmaktadır (Çelik & Özkaya, 2022). Sumak

ekşisi, sahip olduğu kendine has ekşi tat ile hem yöresel yemeklere karakteristik bir lezzet kazandırmakta (Aldıoğlu, 2022) hem de kültürel bir miras olarak kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır.

Bu bölümün amacı, Maraş sumak ekşisi örneği üzerinden yerel bir gastronomik ürünün füzyon mutfak yaklaşımıyla yeni yorumlar kazanarak gastronomi turizminde nasıl değerlendirilebileceğini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, öncelikle gastronomi turizmi, füzyon mutfak, otantiklik ve sürdürülebilirlik kavramları kuramsal olarak ele alınacak; ardından sumak ekşisinin değeri ve kullanımı incelenerek, füzyon mutfak uygulamalarındaki potansiyeli tartışılacaktır. Literatürden elde edilen bulgular ışığında yapılacak bir SWOT analizi ile de söz konusu girişimin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditler analiz edilecektir. Son bölümde ise elde edilen çıkarımlar özetlenerek, hem akademik çalışma hem de sektör uygulamaları için önerilere yer verilecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, kısaca bir destinasyonu yeme-içme odaklı deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanabilir. Bu turizm türünde ziyaretçilerin temel motivasyonlarından biri, gittikleri yerin mutfak kültürünü tanımak, yöresel lezzetlerini tatmak ve bu yolla o yerin kültürel kimliğini deneyimlemektir (Hjalager & Richards, 2002). Literatürde gastronomi turizmine yönelik talebin son yıllarda belirgin bir şekilde arttığı ve destinasyonların ekonomik gelişimine katkı sağladığı vurgulanmaktadır (Cohen & Avieli, 2004; Henderson, 2009; Everett & Slocum, 2012).

Gastronomi turistlerinin motivasyonları incelendiğinde, otantiklik arayışı, kültürü deneyimleme isteği, yerel ürünlere verilen önem ve yeni tatlar keşfetme eğilimi öne çıkmaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Yapılan çalışmalar, gastronomi turistlerinin destinasyon kimliğiyle bağ kurma isteğinin ve sürdürülebilirlik bilincinin de giderek arttığını göstermektedir (Cohen & Avieli, 2004). Örneğin, gastronomi turistleri artık yerel ve sürdürülebilir gıdaları tercih etmekte, yemeğin üretim sürecini ve menşei konusunda daha duyarlı davranmaktadır (Durlu-Özkaya vd., 2022). Bu durum, gastronomi turizminin sadece lezzet deneyimi değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve çevresel farkındalık gibi değerlere de temas eden çok boyutlu bir deneyim olduğuna işaret etmektedir (Baran & Karaca, 2021). Nitekim gastronomi turizmi talebine ilişkin trend analizleri, turistlerin otantiklik arayışı, farklı tatlara olan merak, destinasyonun kimliğiyle bağ kurma arzusu ve sürdürülebilir uygulamalara yönelik farkındalığının giderek önem kazandığını ortaya koymaktadır (Karaman

& Bozok, 2019). Bu bağlamda gastronomi turizmi, destinasyonlar için hem ekonomik hem de sosyo-kültürel faydalar sağlayan, rekabetçi avantaj yaratan bir alan olarak değerlendirilmektedir.

2.2. Füzyon Mutfak

Füzyon mutfak, farklı ülke veya bölgelere ait malzemelerin, pişirme tekniklerinin ve sunum biçimlerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan yenilikçi mutfak akımı olarak tanımlanır (Kaya vd., 2024). Bir başka deyişle füzyon mutfak, iki veya daha fazla farklı kültüre ait yemek pişirme geleneklerinin bilinçli bir şekilde sentezlenerek yeni ve özgün lezzet kombinasyonlarının yaratılmasıdır (Hall & Mitchell, 2003).

Füzyon mutfak uygulamalarının arkasındaki temel motivasyon, hem farklı kültürlerin mutfaklarını tanıtmak hem de bu kültürlerle ait yemekleri yeni yorumlarla canlandırarak sürdürülebilir kılmaktır (Sarıoğlu & Sezen, 2017). Bu yönüyle füzyon mutfak, geleneksel mutfakların etkileşim yoluyla evrim geçirmesine ve geniş bir kitleye ulaşmasına imkan tanır. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle, dünya genelinde restoranlar menülerinde farklı mutfaklara ait öğeleri bir araya getirerek özgün füzyon yemekler sunmaya başlamışlardır (Alison vd., 2004). Örneğin, Doğu ve Batı mutfak tekniklerinin sentezlenmesiyle ortaya çıkan yemekler veya farklı coğrafi kökenli malzemelerin tek tabakta buluştuğu reçeteler günümüzde yaygınlaşmaktadır (Işık vd., 2023).

Füzyon mutfak akımı sayesinde, etnik yemekler yeniden yorumlanarak adeta bir rönesans yaşamaktadır. Bu da geleneksel tatların yeni nesiller tarafından da benimsenmesine katkı sağlamaktadır (Turan vd., 2020).

Dünya mutfak tarihine baktığımızda, Cajun (Louisiana mutfığı), Tex-Mex (Teksas ve Meksika mutfığı sentezi), Nikkei (Japon-Peru füzyonu) veya Peranakan (Malay-Çin füzyonu) gibi birçok başarılı füzyon mutfak örneği mevcuttur. Bu örnekler, farklı kültürel etkilerin yaratıcı uyumuyla oluşan lezzetlerin küresel ölçekte ilgi çekebileceğini göstermektedir (Sarıoğlu, 2014). Ancak füzyon mutfakta başarının anahtarı, yenilik yaparken dengeyi korumaktır; yani hem yaratıcı olup hem de birleştirilen mutfakların özündeki tatları ve değerleri yansıtabilmek önemlidir. Aksi takdirde, ortaya çıkan yemek her ne kadar lezzetli olsa da kaynağından gelen otantik özelliklerini yitirebilir. Nitekim füzyon mutfağın eleştirildiği noktalardan biri de aşırı uyarılma nedeniyle otantikliğin zedelenebilmesidir (Kaya vd., 2024). Örneğin, bir geleneksel yemeğin orijinal tarifindeki yerel malzeme, başka bir coğrafyadaki muadiliyle değiştirildiğinde aynı otantik tadı vermeyebilir (Turan vd., 2020). Bu nedenle, gastronomi turizmi bağlamında füzyon mutfak uygulamaları tasarlanırken, özgün yerel ürünlerin mümkün mertebe kullanılması ve geleneksel tariflerin

ruhuna sadık kalınması, gastro-turistlerin beklediği “gerçek tat” deneyimini sunabilmek için kritik bir faktördür.

2.3. Yerel Ürünler, Otantiklik ve Sürdürülebilirlik

Yöresel gıdalar ve mutfak kültürü, bir destinasyonun otantik kimliğinin en görünür bileşenlerindendir. MacCannell (2001) ve sonrasında Cohen (1978) gibi turizm kuramcılarının vurguladığı otantiklik arayışı, turistlerin gittikleri yerde “gerçek” ve “özgün” olana ulaşma isteğini ifade eder. Gastronomi turizminde otantiklik, büyük ölçüde yerel ürünlerin ve geleneksel tariflerin deneyimlenmesiyle sağlanır. Bu yüzden yerel gıda ürünleri, gastronomi turizminin hem nesnesi hem de aracı konumundadır (Kivela & Crotts, 2006; Everett & Slocum, 2012). Örneğin, World Food Travel Association’ın bir değerlendirmesinde gastronomi turizminin üç temel otantiklik unsuru olarak otantik yerel ürünler, otantik tarifler ve otantik pişirme yöntemleri vurgulanmıştır (WFTO, 2025).

Yöresel ürünler, bulundukları coğrafyanın toprak, iklim ve geleneksel üretim yöntemlerinin imzasını taşır. Bu da onlara başka yerde taklit edilemeyen bir yerin tadını (taste of place) kazandırmaktadır (Cardoso, 2022). Dolayısıyla gastronomi turistleri, seyahat ettikleri bölgede tükettikleri yiyeceğin gerçekten o yöreye ait olduğunu bilmek isterler. Bu durum, yerel ürünlerin korunması ve doğru şekilde sunulmasının önemini ortaya koyar (Paunic vd., 2024).

Coğrafi işaretli ürünler, otantikliğin resmi bir garantisi olarak bu noktada devreye girer. Bir ürünün coğrafi işaret alması, onun belirli bir bölgeye has özelliklerini ve üretim yöntemlerini tescilleyerek hem tüketiciye güvence sunar hem de üreticiyi taklitlerden korur (Pamukçu vd., 2021). Aynı zamanda coğrafi işaret uygulaması, yerel ürünlerin sürdürülebilirliğini destekleyen bir mekanizmadır. Zira ürünün ünü arttıkça yöredeki üreticiler için ekonomik teşvik oluşur ve böylece geleneksel üretim devam ettirilir (Nirosha & Mansingh, 2025).

Bu bağlamda, gastronomi turizmi ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişki çift yönlüdür. Turistler otantik ve yerel olana yöneldikçe bu ürünlerin devamlılığı sağlanır; sürdürülebilir yöntemlerle üretilen yerel gıdalar da çevresel ve toplumsal boyutta olumlu etkiler yaratır (Paunic, 2025). Örneğin, yerel gıda turizminin karbon ayak izini azalttığı, ulaşım ve paketleme ihtiyacını düşürdüğü ve yerel ekonomiye katkı sunduğu belirtilmektedir. Birleşmiş Milletler de 18 Haziran’ı “Sürdürülebilir Gastronomi Günü” ilan ederek (UN, 2025), gastronominin sürdürülebilir kalkınmadaki rolüne dikkat çekmiştir.

Kısacası, gastronomi turizminde otantikliğin sağlanması için yerel ürünlerin merkeze alınması gerekirken; bu yaklaşım aynı zamanda yerel

üreticilerin desteklenmesi, çevresel duyarlılık ve kültürel mirasın korunması gibi sürdürülebilirlik hedefleriyle de örtüşmektedir (Belletti, 2011). Füzyon mutfak uygulamalarında dahi, eğer yöresel ürünler yaratıcı biçimlerde kullanılıp tanıtılırsa, bir yandan o ürünlerin gelecek nesillere aktarılması ve üretiminin devamlılığı sağlanacak, diğer yandan turistlere hem özgün hem de yenilikçi bir deneyim sunulabilecektir (Hall & Mitchell, 2003; Sarıoğlu & Sezen, 2017). Bu teorik çerçeve içerisinde, Kahramanmaraş mutfağının kıymetli bir unsuru olan sumak ekşisi akıtının değerine ve onun füzyon mutfak bağlamındaki potansiyeline odaklanılacaktır.

2.4. Sumak Ekşisinin Gastronomik ve Kültürel Değeri

Kahramanmaraş'ın dağlık coğrafyasının bir armağanı olan sumak bitkisi (*Rhus coriaria*), Anadolu'da ve Ortadoğu mutfaklarında yaygın biçimde kullanılan ekşi bir çeşni kaynağıdır (Çelik & Özkaya, 2022). Bu bitkinin olgun meyvelerinden geleneksel yöntemlerle elde edilen sumak ekşisi akıtı (halk arasında kısaca sumak ekşisi olarak anılır), özellikle Kahramanmaraş yöresinde yüzyıllardır yemeklere lezzet veren vazgeçilmez bir malzemedir. Sumak ekşisi, adeta yöre mutfak kültürünün imza tatlarından biridir ve bölge halkı tarafından bir gastronomik miras olarak görülmektedir (Aldıoğlu, 2022). Bu ürünün kültürel önemi, sadece bir gıda malzemesi olmasından değil, aynı zamanda üretim bilgisinin nesiller boyunca aktarılmasından kaynaklanır.

Maraş sumak ekşisinin yapımında, yöredeki ustaların ve emekçi ev hanımlarının deneyim ve bilgi birikimleri hayati önemdedir (Akay vd., 2023), zira sumak ekşisi üretimi gerçek anlamda bir ustalık gerektirir. Olgunlaşan sumak meyvelerinin dağlardan toplanıp ayıklandıktan sonra suyla özütlenmesi ve ardından güneşte bekletilerek koyulaştırılması şeklinde özetlenebilecek bu süreç, sabır ve emek isteyen bir zanaatkarlık örneğidir (Çelik & Özkaya, 2022). Yaklaşık 5 kg sumak meyvesinden ancak 2 kg civarında sumak ekşisi elde edilebilmesi bu ürünün yoğunluğunu ve değerini gösteren bir başka önemli noktadır.

Sumak ekşisinin gastronomik değeri, öncelikle onun benzersiz tadından gelir. Sumak meyvesinin içerdiği doğal asitler ve aromatik bileşenler, ortaya çıkan ekşi akıtına hem ferahlatıcı bir meyvemsi ekşilik hem de hafif tenenli bir lezzet profili kazandırır (Akay vd., 2023). Bu lezzet, ne limon ne de sirke ile tam olarak karşılaştırılabilir; sumak ekşisi kendine has bir tat sunar (Ademoğlu, 2025). Anadolu'nun birçok yerinde yemeklere ekşilik vermek için limon veya nar ekşisi kullanılsa da Kahramanmaraş'ta "ekşili" denince akla ilk gelen hep sumak olmuştur. Nitekim yörede "sumak ekşisi olmadan yapılmayan yemekler" listesi bir hayli kabarıktır.

Yörede gerçekleştirilen bir çalışma, sumak ekşisinin yerel halkın zihninde hangi yemeklerle özdeşleştiğini ortaya koymuştur. Başta Maraş kelle paça çorbası olmak üzere (Gül vd., 2024), yaprak sarma ve lahana sarma gibi dolma çeşitleri, kaşık salatası gibi yöresel salatalar, ekşili aya sulusu denilen özel bir çorba, çeşitli ekşili köfteler, kısır gibi bulgur salataları, ekşili turşular, etli kabak ve bamya gibi tencere yemekleri, piyaz ve soğan salatası gibi yan lezzetler, köfteli aş gibi geleneksel yemekler sumak ekşisinin akla getirdiği başlıca tatlar olarak sıralanmıştır.

Gerçekten de sumak ekşisi, yörede yemeklere sadece ekşi tat vermekle kalmaz, aynı zamanda yemeğe kattığı renk ve koku ile de bir imza işlevi görür. Örneğin Maraş mutfağının özgün tatlarından ekşili çorba veya ekşili köfte gibi yemekler, adlarını dahi bu ekşi sostan alırlar; bu yemekleri sumak ekşisi olmadan hazırlamak yöre insanına göre düşünülemez bir eksikliktir.

Sumak ekşisinin değerini artıran bir diğer boyut, sağlık ve fonksiyonel özellikleridir. Sumak ekşisinin mideyi rahatlattığı, iştah açtığı ve özellikle yağlı yemeklerin sindirimini kolaylaştırdığı ifade edilmektedir (Sakhr & El Khatib, 2020). Modern araştırmalar da sumak meyvesinin antioksidan ve antimikrobiyal bileşenlerce zengin olduğunu ortaya koymuştur (Kosar vd., 2007; Nalbantbaşı & Gölcü, 2009). Sumak ekşisinin gıdalarda bozulmaya yol açan patojen mikroorganizmalara karşı etkili olduğu ve bu sayede yemeğin tazeliğini korumaya yardımcı olduğu (Üstüner, 2022) belirtilmektedir.

Pandemi döneminde ise bağışıklığı güçlendirmek amacıyla sumak ekşisinden hazırlanan çayın günde iki bardak tüketilmesinin önerildiği bile olmuştur. Nitekim Kahramanmaraş'ta pek çok evde sumak ekşisi yalnızca yemeklere değil, aynı zamanda sıcak suya karıştırılarak çay niyetine de tüketilmektedir. Tüm bu sağlık atıfları, sumak ekşisini yalnızca bir lezzet unsuru olmaktan çıkarıp fonksiyonel bir gıda olarak da değerlendirmemize olanak tanımaktadır.

Kültürel açıdan bakıldığında, sumak ekşisi üretimi etrafında şekillenen pratikler ve ritüeller de önemlidir. Hasat zamanında sumak meyvelerinin dağlardan toplanması, aile üyelerinin bir araya gelerek sumakları ayıklaması, kazanlarda veya büyük leğenlerde suyla özütlendikten sonra sıvının geniş tepsilere güneşte yoğunlaştırılması gibi süreçler, toplumsal bellekte yer etmiş geleneklerdir. Bu süreç genellikle sonbahar aylarında gerçekleşir ve kimi köylerde küçük çaplı bir imce etkinliği şeklinde olur. Elde edilen sumak ekşisi akıtı, cam şişelerde veya küplerde saklanır ve yıl boyu tüketilir. Eskiden buzdolaplarının yaygın olmadığı dönemlerde sumak ekşisinin aynı zamanda bir koruyucu olarak kullanıldığı, yemeklerin bozulmasını geciktirdiği de halk arasında dile getirilir. Bütün bu bilgiler ışığında, sumak ekşisi akıtının Kahramanmaraş için bir gıda ürününden daha fazlası olduğu; kentin gastronomik kimliğinin, aile

geleneklerinin ve yöresel ekonomisinin bir parçası haline geldiğı anlaşılmaktadır. Coğrafi işaret tescili alması da bu önemi perçinlemiş, Maraş sumak ekşisi ulusal ve uluslararası platformda tanınır bir ürün haline gelmiştir. Özetle, sumak ekşisinin gastronomik ve kültürel değeri üç temel boyutta öne çıkmaktadır:

Lezzet boyutu: Kendine has ekşi tadı ve aromasıyla yöresel mutfakta eşsiz bir yere sahip olması.

Kültürel miras boyutu: Üretim bilgi ve becerisinin kuşaktan kuşağı aktarılan bir gelenek ve ustalık işi olması.

Fonksiyonel boyut: Sağlık açısından faydalar sunması ve gıdaları muhafaza edici etkileriyle fonksiyonel bir gıda olarak görölmesi.

Bu çok yönlü değeri, sumak ekşisini gastronomi turizmi bağlamında da son derece ilgi çekici bir ürün haline getirmektedir. Bir sonraki bölümde, bu yerel ürünün füzyon mutfak uygulamalarındaki potansiyelini ve Kahramanmaraş mutfağını küresel düzeyde tanıtacak yenilikçi yaklaşımlardaki rolü incelenecektir.

3. KAHRAMANMARAŞ MUTFAĞINDA SUMAK EKŞİSİ VE BÖLGESEL FÜZYON POTANSİYELİ

Kahramanmaraş mutfağı, Akdeniz ve Güneydoğı Anadolu mutfak kültürlerinin kavşak noktasında yer alan, tarihsel etkileşimlerle zenginleşmiş bir mutfaktır. Yöre mutfağı bir yandan Orta Doğı'nun ekşili, baharatlı tatlarını barındırırken, diğeri yandan Akdeniz'in taze ve aromatik unsurlarını içerir (Ademoğılu, 2025; Polat, 2020). Bu sentezin en belirgin temsilcilerinden biri de sumak ekşisidir. Sumak ekşisi, Maraş mutfağında geleneksel olarak pek çok yemekte kullanılarak onlara özgün bir kimlik kazandırmıştır (Çelik & Özkaya, 2022). Örneğın, Türkiye'nin farklı illerinde de yapılan kelle paça çorbası, Kahramanmaraş'ta Maraş Kelle Paçası adıyla coğrafi işaretli bir ürüne dönüşmüştür (Türkpatent, 2021). Paçanın en önemli ayırt edici özelliğı ise sumak ekşisi akıtıyla birlikte servis edilmesidir (Göl vd., 2024).

Maraş Kelle Paçası, sunum esnasında yanında Maraş sumak ekşi akıtı ve dövölmüş sarımsak karışımı ile tüketilir; bu sayede benzerleri arasında lezzet ve kimlik açısından farklılaşarak gastronomi turistlerinin ilgisini çeken bir yerel ürün haline gelmiştir (Göl vd., 2024). Görölldüğü üzere, sumak ekşisi halihazırda yöresel yemeklerin benzersizleştirilmesinde ve pazarlanmasında etkin bir rol oynamaktadır.

Füzyon mutfak bağlamında bakıldığında, sumak ekşisinin sağladığı yoğun ekşi ve aromatik profil, farklı mutfaklarla birleşerek yeni lezzetler yaratmak için oldukça uygundur. Sumak, aslında dünya mutfaklarında da yavaş yavaş tanınan ve takdir edilen bir baharattır(Batiha vd., 2022).

Özellikle Akdeniz ve Orta Doğu restoranlarının Batı ülkelerinde yaygınlaşmasıyla, sumak baharatı pek çok şefin yaratıcı reçetelerinde yer bulmaya başlamıştır. Örneğin, Amerika ve Avrupa’da bazı modern füzyon mutfak şefleri sumak tozunu kızartılmış yiyecekleri çeşnilendirmede veya salata soslarında limon yerine kullanmakta, böylece tanıdık tariflere beklenmedik bir lezzet derinliği katmaktadır (Khoshkharam vd., 2022). Sumak ekşisi akıttı ise toz baharata göre daha konsantre ve keskin bir tat sunduğundan, füzyon denemelerinde belki de daha dikkat çekici bir bileşen olabilir.

Kahramanmaraş yöresinde sumak ekşisinin füzyon mutfak potansiyeli birkaç düzeyde ele alınabilir: yerel füzyon, bölgesel füzyon ve uluslararası füzyon. Yerel füzyon kapsamında, Maraş’ın diğer coğrafi işaretli ürünleriyle sumak ekşisini birleştiren özgün reçeteler geliştirilebilir. Örneğin Maraş’ın ünlü kırmızı biberi (Maraş pul biber) ile sumak ekşisini bir sos bünyesinde bir araya getirerek et yemekleri için yeni bir “Maraş sosu” yaratma fikri düşünülebilir. Bu sos, hem ekşi hem acı tatları birleştirerek bölgenin lezzet karakterini tek bir üründe temsil edebilir. Bölgesel füzyon bağlamında, Akdeniz mutfağının zeytinyağı ve sebze ağırlıklı yemeklerine sumak ekşisi dokunuşu katılabilir. Örneğin, Hatay mutfağında yaygın olan zahter salatasına veya zeytinyağılı patlıcan gibi Akdeniz yemeklerine nar ekşisi yerine sumak ekşisi ekleyerek farklı bir varyasyon elde edilebilir. Bu tür bölgesel sentezler, Türkiye içindeki gastronomi turistleri için tanıdık yemeklere yenilikçi bir yorum sunacak, aynı zamanda sumak ekşisinin kullanım alanını genişletecektir.

Uluslararası füzyon açısından ise, sumak ekşisi dünya mutfaklarından bazılarıyla sıra dışı birliktelikler oluşturabilir. Örneğin, Asya mutfaklarında yaygın olan tatlı-ekşi sos konseptine alternatif olarak sumak ekşisi bazlı bir sos geliştirilebilir; bu sos Uzak Doğu’nun kızartılmış tavuk veya deniz ürünleri yemeklerine uygulanarak Asya-Akdeniz füzyonu sağlanabilir. Benzer şekilde, Avrupa mutfağının krema bazlı soslarında veya marinelerinde limon yerine sumak ekşisi kullanımı, bilinen tatlara Orta Doğulu bir dokunuş katacaktır. Hatta klasik bir İtalyan yemeği olan risottonun pişirme esnasında sumak ekşisiyle asitlendirildiği bir reçete, İtalyan-Türk füzyonuna örnek teşkil edebilir.

Elbette, füzyon mutfak uygulamalarında başarı için dikkat edilmesi gereken temel husus, yukarıda da belirtildiği gibi dengenin sağlanmasıdır (Alison vd., 2004). Sumak ekşisinin baskın bir tat profili olması, kullanıldığı yemekte diğer bileşenlerle uyum içinde olmasını gerektirir. Şeflerin bu ürünü dozajında ve yemeğin genel yapısını tamamlayacak şekilde kullanması önemlidir. Örneğin, narin aromalı bir deniz mahsulü yemeğinde sumak ekşisi çok baskın kaçabilirken, yoğun baharatlı bir et yahnisinde harika bir denge unsuru oluşturabilir. Füzyon tarifler geliştirilirken, sumak ekşisinin asitlik derecesi ve aroma yoğunluğu

göz önüne alınarak malzeme eşleştirmeleri yapılmalıdır. Yaratıcı mutfak laboratuvarlarında bu tür denemeler, belki de Maraş'taki gastronomi bölümleri veya aşçılık okullarının Ar-Ge mutfaklarında yapılabilir. Akademi-sektör iş birliği ile Maraş sumak ekşisini merkeze alan yenilikçi menüler tasarlanarak, şehrin gastronomi turizmi potansiyeli artırılabilir.

Sumak ekşisinin füzyon mutfaklardaki çekiciliğini artıran bir diğer yön, global ölçekte yükselen sağlıklı ve bitkisel bazlı lezzet arayışıdır. Günümüz gastronomi trendlerinde vegan ve vejetaryen mutfakların yaygınlaşmasıyla, et veya süt ürünlerinden gelen lezzet unsurlarına alternatif bitkisel tatlar revaçtadır (Kivela & Crotts, 2006). Sumak ekşisi tamamen bitkisel bir ürün olup, yoğun lezzetiyle et veya süt ürünü içermeyen yemeklere derinlik katabilir. Örneğin, vegan bir salata sosunda sirke yerine sumak ekşisi kullanmak, hem kalori açısından daha hafif hem de antioksidan açısından daha zengin bir seçenek sunar. Bu da sumak ekşisinin modern sağlıklı füzyon mutfak akımlarında da yer bulabileceğini gösterir.

Bölgesel füzyon potansiyeli aynı zamanda gastronomi turizmi etkinlikleriyle de desteklenebilir. Kahramanmaraş'ta düzenlenecek bir "Sumak Ekşisi Gastronomi Festivali" veya "Ekşili Lezzetler Şenliği" gibi etkinliklerde, yerel şefler ve davetli yabancı şefler bir araya gelerek sumak ekşisi temalı yaratıcı yemekler sunabilirler. Böylece Maraş mutfağının bu özgün lezzeti ulusal ve uluslararası platformda tanıtılmış olur. Bu tür etkinlikler gastro-turistlerin dikkatini çekebilecek, destinasyona yönelik merak uyandıracak önemli adımlardır. Zira gastronomi turistleri, sadece yemek yemekle kalmayıp, Richards'ın (2012) da belirttiği gibi, yiyeceğin hikayesini, üretim şeklini ve kültürel arka planını deneyimlemeyi severler. Sumak ekşisinin yapım gösterilerinin, tadım etkinliklerinin düzenlenmesi ve hatta turistlerin bu süreçte katılabileceği workshopların organize edilmesi, deneyimi zenginleştirecektir.

Sonuç olarak, Kahramanmaraş sumak ekşisi akıtının füzyon mutfak uygulamalarındaki potansiyeli oldukça geniştir. Bu potansiyel, doğru stratejilerle değerlendirildiğinde kente gastronomi turizmi alanında katma değer sağlayabilir. Yöresel mutfak ile küresel trendlerin buluşması niteliğindeki füzyon yaklaşımı, sumak ekşisinin yenilikçi biçimlerde kullanılmasıyla hem Maraş mutfağının özgünlüğünü koruyacak hem de dışarıdan gelen ziyaretçilere unutulmaz tat deneyimleri sunacaktır. Ancak bu noktada hangi adımların nasıl atılması gerektiğini daha sistematik olarak ele almak üzere, literatürdeki tartışmalar ve bir SWOT analizi yapmak faydalı olacaktır.

4. LİTERATÜRE DAYALI TARTIŞMA VE SWOT ANALİZİ

Yukarıda ele alınan kavramsal çerçeve ve Kahramanmaraş sumak ekşisi örneği, literatürdeki çeşitli çalışmalarla örtüşen temalar içermektedir. Gastronomi turizmi, yerel ürünlerin destinasyon markalaşmasındaki rolü ve füzyon mutfak eğilimleri konusunda yapılan araştırmalar, sumak ekşisi gibi ürünlerin doğru stratejilerle değerlendirildiğinde önemli fırsatlar barındırdığını göstermektedir. Bu bölümde, literatür bulguları ışığında sumak ekşisinin gastronomi turizmi kapsamındaki kullanımına dair tartışmalar özetlenecek ve SWOT (GZFT) analiziyle durum değerlendirmesi yapılacaktır.

Öncelikle, literatürde gastronomik deneyimde otantikliğin kritik önemi defalarca vurgulanmıştır. Yöresel bir ürünün turizm deneyimine dahil edilmesi, ziyaretçide o bölgenin gerçek kültürüne dokunduğu hissiyatını uyandırır (Hjalager & Richards, 2002; Kivela & Crotts, 2006; Everett & Slocum, 2012). Sumak ekşisi, bir coğrafi işaretli ürün olarak otantik kimliği tescillenmiş bir lezzettir. Dolayısıyla gastronomi turistlerine sunulduğunda “gerçek Maraş tadı” olarak algılanacaktır. Bu, turist memnuniyeti ve deneyim kalitesi açısından güçlü bir avantajdır. Nitekim Li & Qiu (2024) gibi araştırmacılar, otantik yerel mutfağın turist memnuniyetini ve destinasyona bağlılığı artırdığını bulmuşlardır. Sumak ekşisinin gastronomi turizminde kullanımı, destinasyon imajına da olumlu yansıyacaktır; zira özgün bir ürün çevresinde kurgulanan deneyimler, destinasyonun akılda kalıcılığını ve farklılığını pekiştirir.

Diğer yandan, literatürde füzyon mutfak ve sürdürülebilirlik arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Füzyon mutfak akımı, bir yandan küreselleşmenin getirdiği çeşitliliği yansıtırken diğer yandan yerel mutfakların devamlılığına da hizmet edebilir. Turan vd. (2020) ve Şirin & Gençer (2024) gibi araştırmacılar, füzyon mutfağın geleneksel lezzetlerin yeniden tanıtılması ve yaşatılmasında etkili olabileceğini vurgulamaktadır.

Bu perspektiften bakıldığında, sumak ekşisinin yeni nesil reçetelere dahil edilmesi, genç kuşak şeflerin ve tüketicilerin bu ürünü tanımasını sağlayarak, geleneğin sürdürülmesine katkıda bulunabilir. Özellikle küresel medya ve dijital platformlar sayesinde, özgün bir füzyon yemek uluslararası düzeyde ilgi gördüğünde, o yemeğin içerdiği yerel ürünlere talep artabilmektedir (Sarioğlu & Sezen, 2017). Bu hem ekonomik sürdürülebilirlik sağlar (üreticiler için yeni pazarlar oluşur) hem de kültürel sürdürülebilirliğe katkı yapar (yöresel ürün ve tarifler unutulmaz, aksine yayılır). Sumak ekşisi özelinde, yapılacak yenilikçi bir yemek (örneğin sumak ekşili bir gurme sokak lezzeti veya fine-dining tabağı) sosyal medyada popüler olursa, Maraş mutfağına ve sumak ekşisine yönelik küresel bir merak doğabilir.

Öte yandan literatür, yerel lezzetlerin ticarileşmesi sürecinde bazı risklere de dikkat çekmektedir. Bunlardan biri, otantiklik paradoksu olarak adlandırılabilir bir durumdur: Turistik tüketime sunulan yerel ürün veya yemekler, geniş kitlelere hitap etmek uğruna orijinal özelliklerinden taviz verebilir (Kaya vd., 2024). Örneğin, turistlerin damak tadına uydurmak amacıyla tariflerin basitleştirilmesi, baharat oranlarının azaltılması veya sunumun geleneksellikten uzaklaştırılması gibi değişimler yaşanabilir. Bu da uzun vadede ürünün özgün kimliğine zarar verebilir. Füzyon mutfaklarda orijinal malzemelerin yerine kolay bulunur alternatiflerin kullanılması yemeğin gerçek otantik tadını tam yansıtmayabilir (Hall & Mitchell, 2004).

Sumak ekşisi için de benzer bir tehlike, örneğin yeterli sumak ekşisi bulunamadığında yerine hazır sirke veya limon suyu karıştırılması gibi yaklaşımlarla ortaya çıkabilir. Böyle bir durumda, hem gastronomi turistleri bekledikleri o özgün tadı alamaz, hem de ürünün itibarı zedelenir. Bu nedenle literatürde vurgulandığı üzere, kalite kontrolü ve eğitim önem kazanmaktadır. Yöredeki şeflerin, restoran işletmecilerinin ve tur rehberlerinin sumak ekşisinin doğru kullanımı ve hikayesi konusunda eğitilmesi gerekir ki, turistlere sahici bir deneyim sunulabilsin.

Literatüre dayalı bu tartışmalar ışığında, Maraş sumak ekşisinin gastronomi turizmi ve füzyon mutfak bağlamındaki durumunu bir SWOT analiziyle özetlemek yararlı olacaktır. SWOT analizi (GZFT: Güçlü-Zayıf yönler, Fırsatlar-Tehditler), mevcut durumu ve geleceğe dönük stratejileri belirlemek için etkili bir araçtır. Aşağıda, sumak ekşisinin füzyon mutfak uygulamalarında gastronomi turizmiyle ilişkilendirilmesine dair SWOT unsurları sıralanmıştır.

4.1. Güçlü Yönler (Strengths)

Otantik ve Coğrafi İşaretli Olması: Maraş sumak ekşisi, resmi olarak tescillenmiş bir yöresel üründür, bu da onun menşei ve kalitesine dair güven oluşturur. Otantikliği, gastronomi turistleri için cezbedicidir çünkü yöresel bir tat sunar.

Kültürel Miras ve Hikâye Değeri: Ürünün üretimi geleneksel bilgi gerektirir; arkasında ilgi çekici bir kültürel hikâye vardır (dağlardan sumak toplama, imece usulü kaynatma-güneşte yoğunlaştırma süreçleri vb.) Turistler bu tür otantik hikâyelere ve deneyimlere değer verir.

Eşsiz Lezzet Profili: Sumak ekşisi, başka hiçbir baharat veya sosla birebir aynı olmayan özgün bir ekşilik ve aroma sunar. Bu, füzyon mutfak için benzersiz bir malzeme demektir. Yemeklere imza niteliğinde bir tat katabilir.

Çok Yönlü Kullanım: Hem baharat hem sos olarak kullanılabilmesi, soğuk-sıcak çeşitli yemeklere eklenebilmesi sumak ekşisinin mutfaktaki esnekliğini gösterir. Dolma, çorba, salata, et yemeği, hatta içecek (çay) gibi farklı kategorilerde rol alabilmektedir.

Sağlık Faydaları: Antioksidan ve antimikrobiyal özellikleri ile bilinmesi, doğal ve katkısız bir ürün olması, sağlıklı beslenme trendlerine uygundur. Bu, ürünü sağlık bilinci yüksek turistler nezdinde çekici kılar.

4.2. Zayıf Yönler (Weaknesses)

Sınırlı Üretim Kapasitesi: Sumak ekşisi üretimi zahmetli ve mevsimlidir. Büyük ölçekte endüstriyel üretimi yaygın değildir. Talep artışına hemen cevap verememe riski vardır. Bu da tutarlı tedarik sağlamayı zorlaştırabilir.

Tanınırlık ve Farkındalık Eksikliği: Maraş dondurması kadar uluslararası bilinirliği yoktur. Yurt dışından gelen turistlerin çoğu sumak ekşisini duymamış olabilir. Bir ürünü turist deneyimine sokmak için önce tanıtım ve eğitim gerekir, aksi takdirde turistler neyi tadacaklarını bilemeyebilirler.

Tadı Herkese Hitap Etmeyebilir: Ekşi tat, her damak zevkine uygun olmayabilir. Bazı turistler çok ekşi veya keskin tatları sevmeyebilir. Bu durum, yanlış kullanımda olumsuz deneyime dönüşebilir. Füzyon yemeklerde dengesiz kullanılırsa yemeğin genel kabulünü riske atabilir.

Depolama ve Ulaşım Zorlukları: Sumak ekşisi yoğun bir ekstrakt olduğu için uzun süre saklanabilse de, doğru koşullar (güneş görmemesi, serin ortam) gerektirir. Ayrıca sıvı formda oluşu, uzak mesafelere taşımada dökülme, akma riskini getirir. Turistlerin satın alıp yanlarında götürmesi pratik olmayabilir, bu da ticari yayılımını kısıtlar.

Yerel İşgücü ve Nesilsel Süreklilik: Sumak ekşisi üretimi ustalık gerektirdiğinden genç nesillerin bu işe ilgi göstermemesi durumunda üretim geleneği zayıflayabilir. Eğer yörede bu zanaati devam ettirecek usta kalmazsa, ürünün kalitesi ve sürekliliği tehlikeye girer.

4.3. Fırsatlar (Opportunities)

Gastronomi Turizminin Yükselişi: Genel olarak gastronomi turizmine artan bir ilgi bulunmaktadır. İnsanlar seyahatlerinde yeni ve özgün tatlar keşfetmek istemektedir. Maraş, sumak ekşisi gibi eşsiz bir ürünle bu trendden faydalanılabilir.

Füzyon ve Yeni Lezzet Arayışları: Modern mutfak akımları arasında füzyon ve deneysel mutfak önemli bir yer tutmaktadır. Şefler dünya çapında yeni

malzemeler aramaktadırlar. Sumak ekşisi, uluslararası şeflerin mutfağına girebilir. Böylece Maraş'ın ismi dünya gastronomi çevrelerinde duyulabilir.

Yöresel Markalaşma ve Ürün Çeşitlendirme: Sumak ekşisi etrafında yeni ürünler geliştirilebilir (örneğin sumak ekşili soslar, marineler, salata sosları şişelenip satılabilir). Coğrafi işaretli bir ürün olarak gastronomi turizmi rotalarına (örneğin Gastronomi Şehirleri turlarına) Maraş'ın dahil edilmesini sağlayabilir.

Sürdürülebilir ve Doğal Ürün Talebi: Küresel gıda trendlerinde doğal, organik ve yerel ürünlere talep artmaktadır. Sumak ekşisi herhangi bir katkı içermeyen, doğal yöntemle üretilen bir ürün olduğundan bu talebe cevap vermektedir. Farm-to-table (çiftlikten sofraya) konseptinde, Maraş'ta sumak hasadı deneyimi ve yöresel sofrası şeklinde tur paketleri oluşturmak mümkündür.

Akademik ve Ar-Ge Desteği: Üniversitelerin gastronomi bölümleri, şefler ve araştırmacılar sumak ekşisi konusunda projeler yapabilir, yeni reçeteler ve koruma teknikleri geliştirebilir. Bu da ürünün inovasyonla desteklenmesini sağlar.

4.4. Tehditler (Threats)

Ticarileşme ile Kalite Erozyonu: Eğer sumak ekşisine talep birden artar ve ticari kazanç uğruna kalitesiz, katkılı veya geleneksel yöntem dışı üretimler piyasaya girerse, ürünün itibarı zedelenir. Bu, turist güvenini sarsarak uzun vadede talebi düşürebilir.

Taklit ve Coğrafi İşaret İhlali: Popülerleşmesi durumunda başka bölgeler veya ülkeler sumak ekşisi benzeri ürünler üretilip “Maraş sumak ekşisi” adıyla satmaya kalkabilir. Coğrafi işaretin uluslararası alanda korunması zor olabilir. Taklit ürünler otantiklik imajını bozabilir.

İklim Değişikliği ve Hammadde Riski: Sumak bitkisi doğada yetişen bir bitkidir. İklim değişikliğine bağlı ekstrem hava koşulları, kuraklık veya bölgedeki çevresel tahribat sumağın rekoltesini düşürebilir. Hammadde temini sektöre uğrarsa üretim sürdürülemez.

Turist Tercihlerinin Değişmesi: Gastronomi turizminde de trendler hızlı değişebilir. Bugün ekşi tatlar moda olabilir ancak yarın farklı bir akım öne çıkabilir. Yani sumak ekşisine olan ilgi süreklilik göstermeyebilir. Bu nedenle ürün tek başına kurtarıcı olarak görülmeyip sürekli yenilik ve tanıtımla desteklenmelidir.

Bölgesel Olumsuzluklar: Kahramanmaraş gibi destinasyonlar, altyapı, ulaşım veya beklenmedik olaylar (doğal afetler, salgınlar) nedeniyle turist çekmede

zorluk yaşayabilir. Örneğin 2023 depremleri bölgenin turizmde geçici de olsa olumsuz etki yaratmıştır. Bu tür durumlar, ne kadar değerli olursa olsun yöresel gastronomik girişimlerin önünü kesebilir.

Yukarıdaki SWOT analizi, sumak ekşisinin gastronomi turizmi ve füzyon mutfak bağlamındaki girişimlerinde geniş bir perspektif sunmaktadır. Güçlü yönler ve fırsatlar, doğru bir stratejiyle Kahramanmaraş'ın bu eşsiz ürününün hak ettiği değeri bulabileceğini gösterirken; zayıf yönler ve tehditler ise dikkatli planlama ve yönetim ihtiyacını ortaya koymaktadır. Stratejik açıdan, güçlü yönlerin fırsatlarla eşleştirilerek avantaj yaratılması (örneğin coğrafi işaretli otantik kimliğin yükselen gastronomi turizmi trendiyle buluşturulması) ve zayıf yönlerle tehditlerin minimize edilmesi (örneğin üretim kapasitesini artırmak için kooperatifleşme, kalite standartlarını korumak için denetim mekanizmaları kurma) önem taşımaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, Kahramanmaraş yöresine özgü sumak ekşisi ürününün füzyon mutfak uygulamaları aracılığıyla gastronomi turizmiyle ilişkilendirilme potansiyeli detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Literatür taraması ve kuramsal çerçeve doğrultusunda görülmüştür ki gastronomi turizmi, günümüz ziyaretçilerinin otantik ve yenilikçi lezzet deneyimleri arayışına cevap veren, destinasyonlar için önemli fırsatlar barındıran bir alandır. Füzyon mutfak yaklaşımı ise yerel tatların küresel sahneye taşınmasında bir köprü işlevi görmektedir. Kahramanmaraş'ın kadim lezzeti sumak ekşisi, tam da bu kesişim noktasında, yani otantikliğin yenilikle buluştuğu alanda, değerini gösterme şansına sahiptir.

Bu çalışma, sumak ekşisinin gastronomik ve kültürel değerini vurgularken, bu değerın gastronomi turizmi kapsamında nasıl katma değere dönüştürülebileceğine dair önemli tespitler yapmıştır. Sumak ekşisi, bir yandan yöresel mutfağın taşıyıcısı ve temsilcisi olup yerel halkın kültürel kimliğinin bir parçasıdır, diğer yandan doğru stratejilerle uygulandığında gastronomi turistleri için eşsiz bir deneyim ögesi olabilecektir. Özellikle Kahramanmaraş mutfağında sumak ekşisinin yaygın kullanımının gösterdiği üzere, bu ürün bölgenin yemek kültüründe bir nevi “imza malzeme” konumundadır. Bu imzanın, füzyon mutfak sayesinde yeni tabaklarda kullanılması hem yerel mutfağın canlılığını koruyacak hem de Kahramanmaraş'ı ziyaretçi gözünde unutulmaz kılacaktır. Bu sonuçlar ışığında bazı somut öneriler aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

Yerel Gastronomi Stratejileri ve Eğitim: Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren restoranlar, oteller ve yerel aşçılar için sumak ekşisinin doğru kullanımı ve

yaratıcı uygulanması üzerine eğitim programları düzenlenmelidir. Yerel yönetimler ve turizm otoriteleri, gastronomi dernekleriyle iş birliği yaparak “Maraş Mutfağında Yenilikçi Sumak Ekşisi Tarifleri” gibi atölyeler organize edebilir. Bu sayede sektörde ürünün kullanım pratiği yaygınlaşacak ve standartlar korunacaktır.

Ürün Geliştirme ve Markalaşma: Sumak ekşisini tek başına bir sos olarak şişeleyip satışa sunmanın ötesinde, ondan türetilmiş ürünler geliştirilmelidir. Örneğin, sumak ekşili narenciye sosu, sumak ekşili acı sos veya sumaklı marinasyon terbiye karışımları gibi gurme ürünler piyasaya sürülebilir. Bu ürünler, hem ziyaretçilerin evine götürebileceği hatıralık lezzetler olur hem de Maraş’ın gastronomik markalaşmasına katkı sağlar.

Gastronomi Turizm Rotaları: Kahramanmaraş, sahip olduğu sumak ekşisi ve diğer yöresel lezzetlerle, ulusal ve uluslararası gastronomi rotalarına entegre edilebilir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’nda Gastronomi dalında bulunan şehirlerden Gaziantep’e yakınlığı da göz önünde bulundurularak, “Maraş-Antep-Hatay Gastronomi Turizm Koridoru” gibi entegre destinasyon projeleri geliştirilebilir. Bu güzergahta Kahramanmaraş’ın özgün katkısı sumak ekşisi ve ekşili yemekler olacaktır.

Etkinlikler ve Festivaller: Sumak ekşisi temalı yıllık bir festival, yarışma veya şenlik düzenlenmesi önerilir. “Uluslararası Maraş Ekşi Festivali” adıyla düzenlenebilecek bu etkinlikte, farklı ülkelerden şefler sumak ekşisi kullanarak özgün yemekler hazırlar ve sunar. Ayrıca sumak ekşisi yapım atölyeleri, tadım stantları kurulur. Böyle bir etkinlik hem medya ilgisini çekerek tanıtım sağlar hem de halkın ve turistlerin katılımıyla ekonomik canlılık yaratır.

Sürdürülebilirlik ve Üretici Desteği: Sumak bitkisi tedariki ve sumak ekşisi üretimi yapan yerel üreticiler için kooperatifleşme ve sertifikasyon programları başlatılmalıdır. Coğrafi işaretin etkin uygulanabilmesi için, ürünün belirli standartlarda üretilip paketlenmesini sağlayan kontroller yapılmalıdır. Ayrıca sumak bitkisinin sürdürülebilir hasadı için yörede tarımsal projeler (fidan dikimi, sumak ormanları oluşturma) hayata geçirilebilir. Bu, hammaddenin sürdürülebilirliğini güvence altına alacaktır.

Akademik Araştırmalar: Yöresel ürünler ve gastronomi turizmi konusunda akademik çalışmalar teşvik edilmelidir. Üniversiteler, Maraş sumak ekşisinin tarihini, sosyokültürel önemini, kimyasal özelliklerini ve gastronomik uygulamalarını ele alan disiplinlerarası araştırmalar yapabilir. Özellikle gastronomi ve turizm öğrencileri, bitirme tezi veya proje olarak sumak ekşisi odaklı konular seçmeye teşvik edilmelidir. Böylece literatüre daha fazla veri ve

vaka analizi kazandırılacak, ileride politikalar oluşturulurken bilimsel bulgulara dayanmak mümkün olacaktır.

Sonuç olarak, sumak ekşisi örneği üzerinden görülmüştür ki, bir yöresel ürünün füzyon mutfak aracılığıyla gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi, dikkatli planlandığı takdirde çok yönlü faydalar sağlayabilir. Kahramanmaraş, zengin mutfak kültürünün parçası olan sumak ekşisini yenilikçi yorumlarla dünyaya tanıtarak, bir gastronomi destinasyonu olarak öne çıkma potansiyeline sahiptir. Bunu yaparken, otantikliğin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması temel prensipler olmalıdır. Elde edilen bulgular, “yerelin küreselle buluşması” olarak tanımlanabilecek bu süreçte dengeyi korumanın önemini vurgulamıştır. Yani, yerel tatlar küresel arenaya sunulurken özünden koparılmamalı, küresel eğilimlere uyum sağlanırken de yerelin ruhu yaşatılmalıdır. Bu dengenin başarılı örnekleri, gastronomi turizminde uzun soluklu başarının anahtarı olacaktır.

Bu bölümde ortaya konan kuramsal değerlendirmeler ve öneriler, uygulayıcılar için bir yol haritası niteliğinde olup, gelecekte yapılacak saha araştırmaları ile desteklenebilir. Özellikle turistlerin sumak ekşisi ile hazırlanmış füzyon yemeklerine tepkileri, deneyim memnuniyetleri gibi konular, ampirik çalışmalarla incelenerek bu alandaki bilgi birikimi derinleştirilebilir. Kahramanmaraş’ın ekşi mucizesi sumak, doğru stratejilerle dünya mutfaklarında hak ettiği yeri alabilecek ve yöre halkına ekonomik ve kültürel getiriler sağlayabilecek bir cevherdir.

Kaynakça

- Ademoğlu, A. (2025). Geleneksel Kahramanmaraş Mutfağı Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(2), 1461–1479. <https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1617>
- Akay, E., Yılmaz, İ. ve Eyioglu, U. (2023). Sumak (*Rhus coriaria* L.) Bitkisinin Fitoterapide Kullanımı ve Gastronomik Değeri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(1), 56-65. <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.69344>
- Aldioğlu, A. (2022). Sumak ekşi akıtı ve Kahramanmaraş mutfağında kullanımı. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 39-49.
- Alison, M. R., Poulson, R., Otto, W. R., Vig, P., Brittan, M., Direkze, N. C., ... & Wright, N. A. (2004). Recipes for adult stem cell plasticity: fusion cuisine or readymade? *Journal of clinical pathology*, 57(2), 113-120. <https://jcp.bmj.com/content/57/2/113.short>
- Baran, Z., & Karaca, Ş. (2021). Coğrafi işaretin sürdürülebilir gastronomi turizminde önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 253-263. <https://dergipark.org.tr/en/pub/dusbed/issue/67413/1028066>
- Batiha, G. E. S., Ogunyemi, O. M., Shaheen, H. M., Kutu, F. R., Olaiya, C. O., Sabatier, J. M., & De Waard, M. (2022). *Rhus coriaria* L. (Sumac), a versatile and resourceful food spice with cornucopia of polyphenols. *Molecules*, 27(16), 5179. <https://doi.org/10.3390/molecules27165179>
- Belletti, G., & Marescotti, A. (2011). Origin products, geographical indications and rural development. <https://doi.org/10.1079/9781845933524.0075>
- Cardoso, V. A. (2022). The benefits and barriers of geographical indications to producers: A review. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37(6), 707–719. <https://doi.org/10.1017/S174217052200031X>
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism research*, 5(2), 215-237. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90221-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90221-9)
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>
- Çelik, M. & Özkaya, F. (2022). Sumak Ekşisi Akıtı ve Kahramanmaraş Mutfağında Kullanımı. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(3), 987-995. <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.180>
- Denk, E. (2024). Challenges and opportunities in geographical indication registered gastronomic products: Erzurum Rosette. *Front. Sustain. Food Syst.* 8:1460663. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1460663>
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2022). The role of geographical indication in sustainable gastronomy tourism mobility. *Journal of Tourism*

- & Gastronomy Studies, 1(1), 13–20. <https://jotags.net/index.php/jotags/article/view/48>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2012). Food and tourism: an effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789–809. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.741601>
- FAO. (2021). Strengthening sustainable food systems through geographical indication. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/afc44660-75ac-43b4-918e-cf4915c0ff52/content>
- Gül, M., Kızıldemir, Ö., Egeli, S. (2024). Gastronomi Turizmi Perspektifinden Coğrafi İşaretili Ürünlerin Değerlendirilmesi: Maraş Kelle Paçası. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 1771-1789. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1461>
- Hall, M., & Mitchell, R. (2003). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: from fusion cuisine to food networks. In *Tourism and gastronomy* (pp. 200-220). Routledge.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317–326. <https://doi.org/10.1108/00070700910951470>
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge. <https://www.routledge.com/Tourism-and-Gastronomy/Hjalager-Richards/p/book/9780415510998>
- Işık, N., Sürme, M., Tiken, M., Sevim, K. N. (2023). Moleküler Gastronomi ve Füzyon Mutfak Ürünleri Tüketimi ile Yenilikçilik Davranışı Eğilimlerinin Analizi: Gastronomi Bölümü Öğrencileri Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(1), 124-140. <https://doi.org/10.32958/gastoria.1191398>
- Karaman, R., & Bozok, D. (2019). Geçmişten günümüze gastronomi trendleri: potansiyel yerli turistlerin yenilebilir böcekler akımına yönelik algılarının ölçülmesi. *Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi*, 3(2), 123-154. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/biibfed/issue/81734/1399478>
- Kaya, S., Ercan, M. O., & Erdoğan, T. (2024). Füzyon mutfak üzerine yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), 540-560. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.1491893>
- Khoshkharam, M., Shahrajabian, M. H., Singh, R. B., Sun, W., Magadlela, A., Khatibi, M., & Cheng, Q. (2022). Sumac: A functional food and herbal remedy in traditional herbal medicine in the Asia. In *Functional foods and nutraceuticals in metabolic and non-communicable diseases* (pp. 261-266). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819815-5.00018-5>

- Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kosar, M., Bozan, B., Temelli, F., & Baser, K. H. C. (2007). Antioxidant activity and phenolic composition of sumac (*Rhus coriaria* L.) extracts. *Food chemistry*, 103(3), 952-959. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2006.09.049>
- Li, X. & Qiu, L. (2024). Local food consumption: The trio of motivation, satisfaction, and loyalty. *Journal of China Tourism Research*, 20(1), 48-69. <https://doi.org/10.1080/19388160.2023.2176960>
- MacCannell, D. (2001). Tourist agency. *Tourist Studies*, 1(1), 23-37. <https://doi.org/10.1177/146879760100100102>
- Nalbantbaşı, Z., & Gölcü, A. (2009). Kahramanmaraş Yöresine Ait Sıfırlı Bitkilerin Antimikrobiyal Aktiviteleri. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 12(2), 1-8.
- Nirosha, R., & Mansingh, J. P. (2025). Mapping the sustainability of geographical indication products: A systematic review. *Discover Sustainability*, 6, 549. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01332-4>
- Paksoy, M. (2022). Kahramanmaraş ilinin coğrafi işaret potansiyelinin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 12(2), 55-61. <https://www.ijses.org/index.php/ijses/article/view/332>
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 6692. <https://doi.org/10.3390/su13126692>
- Paunić, M., Kalenjuk Pivarski, B., Tešanović, D., Novaković, D., Šmugović, S., Šarenac, N., Ivanović, V., Mlinarević, P., & Marjanović, J. (2024). Gastronomic Identity Factors in the Function of Sustainable Gastronomy: A Case Study of Tourist Destinations in the Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Sustainability*, 16(19), 8493. <https://doi.org/10.3390/su16198493>
- Polat, M. (2020). "Yöresel Yemek İmajının Destinasyon Tercihine Etkisi: Kahramanmaraş Örneği". *Eastern Geographical Review*, 25(43), 183-194. <https://doi.org/10.17295/ataunidcd.712430>
- Richards, G. (2012). An overview of food and tourism trends and policies. *OECD Food and Tourism Report*. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264171923-en>
- Sakhr, K., & El Khatib, S. (2020). Physiochemical properties and medicinal, nutritional and industrial applications of Lebanese Sumac (*Syrian Sumac-Rhus coriaria*): A review. *Heliyon*, 6(1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03207>

- Sarioglan, M. (2014). Fusion Cuisine Education and Its Relation with Molecular Gastronomy Education, *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 5(3), 64-70. <https://eric.ed.gov/?id=ED565855>
- Sarioglan, M., & Sezen, T. S. (2017). Project based learning approach in fusion cuisine education: A modal proposal. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 4(1), 574-578.
- Şirin, E., & Gençer, K. (2024). Reflections of fusion on the kitchen and food and beverage sector. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.32958/gastoria.1300059>
- Turan, H., Başaran, G., Ayduğ, İ., Bayesen, D., & Sünnetçioğlu, S. (2020). Mutfak şeflerinin füzyon mutfağa yönelik görüşleri ve çanakale iline ait yöresel gıdalar ile füzyon mutfak önerileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 332-358.
- Türkpatent (2018). Maraş Sumak Ekşisi Akıtı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38219>
- Türkpatent (2021). Maraş Kelle Paçası. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/1824>
- UN. (2025). 18 Haziran Sürdürülebilir Gastronomi Günü. <https://www.un.org/en/observances/sustainable-gastronomy-day>
- Üstüner, T. (2022). Kahramanmaraş ilinde gıda olarak tüketilen bitki türlerinin ve kullanım amaçlarının belirlenmesi. *Turkish Journal of Weed Science*, 25(1), 54-68.
- WFTO. (2025). What is food tourism? <https://www.worldfoodtravel.org/food-tourism>
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 861-871. <https://doi.org/10.32958/gastoria.571657>

