

Lezzetin Lakabı: Gaziantep’te Gastronomik Değerlerin Kültürel Kimlik Üzerinden Okunması¹

Elif Demir²

Kübra Pektaş³

Ali Şen⁴

Özet

Gaziantep deyince akla ilk gelen unsurlardan biri gastronomidir. Bu çalışmada, toplumsal hafızanın bir parçası olan Gaziantep ilinde kullanılan gastronomik lakapların kültürel mirasın aktarımındaki rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma amacını karşılamaya yönelik ilk olarak ikincil verilerden yararlanılmış ve konuyla alakalı her türlü belge ve sosyal medya platformlarında (Facebook, X, Instagram, Ekşi Sözlük) ve web sitelerinde yer alan gastronomik lakaplar 01-30.04.2025 tarihleri arasında “Gaziantep”, “Lakap”, “Antep Lakapları”, “Gaziantep Lakapları” anahtar kelimeleri irdelenmiştir. Elde edilen verilere frekansa bağlı olarak kelime bulutu analizi yapılmıştır. Daha sonra da uzun yıllardır Gaziantep’te yaşayan bireylerle 10.02.2026 - 01.04.2026 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere çalışma amacına uygunluğu göz önünde bulundurularak içerik analizi uygulanmıştır. Analizler neticesinde Gaziantep’te kullanılan lakaplar arasında gastronomiyle ilişkili olanların da önemli olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen verilere göre Gaziantep’te sosyal yaşantı içerisinde yerel kültüre dair öğelerin yoğun şekilde kullanıldığı, gastronomik lakapların kültürel bir değer olduğu ve gastronomiyi sadece mutfak özelinde değil, halk dili ile de yaşatabildikleri ve gastronomik lakapların kent kültürünü öne çıkarmada önemli olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İlgili tespitlerden hareketle gastronomik lakapların kültürel bir değer olarak sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için çeşitli öneriler sunulmuştur.

1 Bu çalışma, 25. Ulusal Turizm Kongresi’nde sunulan “Lezzetin Lakabı: Gaziantep’te Gastronomik Değerlerin Kültürel Kimlik Üzerinden Okunması” adlı bildirinin, oturum sırasında alınan geri bildirimler doğrultusunda temel bulguları üzerinden kapsamının genişletilerek geliştirilmiş halidir.

2 Dr. Öğr. Üyesi ,Mardin Artuklu Üniversitesi, elifdemir@artuklu.edu.tr, 0000-0003-2314-1300

3 Doktorant Mersin Üniversitesi, pektaskubra7@gmail.com, 0000-0002-9862-3200

4 Dr. Öğr. Üyesi Konya Selçuk Üniversitesi, ali.sen@selcuk.edu.tr, 0000-0002-4310-362X

1.Giriş

Tarihsel akış dâhilinde toplumların sosyal olarak bütünlük içerisinde bir arada yaşadıkları ve birbirlerini tanımak için belli bir semboller kullandıkları bilinmektedir. Toplumlar söz konusu sembollerini gelecek kuşaklara aktarırken, adeta kelimeleri işleyerek anlatıma ayrı bir üslup katar ve miras unsuru haline getirerek gelenekselleştirir ve kaybolmalarına engel olurlar (Kültür Portalı, 2020). Bu miras unsurlarından biri de lakap takma geleneğidir. Kültürel yozlaşmanın çok hissedildiği bu dönemlerde dahi lakaplar, hâlâ Türk toplumunda kullanılmaktadır (Cebeci, 2022: 128). Lakaplar dil ve kültür açısından isimlerle aynı özelliklere sahip olsa da lakabı isimden ayıran en önemli özellik, beklentilerin yerine kişinin özelliklerini yansıtmasıdır. Yani lakaplar; toplumun yaşam düzeni, düşünce tarzı, kalıp yargıları, insanlar arası ve toplumsal ilişkiler hakkında ipucu veren unsurlardır (Çalışkan, 2022: 112). Dolayısıyla Türk kültüründe bir gelenek olan lakapların; kültürün korunması ve aktarımı için önemli olduğu söylenebilir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017; Cebeci, 2022).

Kültürel mirasın bir unsuru (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017) olduğu belirtilen lakapların literatürde yiyecek, yemek, yemek unsuru ve meslek sebebiyle gastronomik değerleri de yansıtabildiği ya da bireye bir yiyecek ve/veya yemeğe benzetildiği, bir yiyecek/yemeğe düşkün olduğu için gastronomik değerler içeren lakaplar verilebildiği bilinmektedir (Coşar, 1999; Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Baş ve Güllüdağ, 2019; Cebeci, 2022). Buradan hareketle gastronomik lakapların da kültürel mirasın aktarımında önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Literatür irdelendiğinde (Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Cebeci, 2022; Çalışkan, 2022) yiyecek-içecek ile ilgili lakapların Türk geleneğinde sıklıkla kullanıldığı hatta yiyecek-içecek ile ilgili mesleklerin lakap vermede ilk sırada yer aldığı (Baş ve Güllüdağ, 2019: 100) ifade edilmiştir. Ancak gastronomik lakaplarla ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olup; toplumsal hafızanın bir ögesi olan gastronomik lakapların bireyleri betimlemesi, kültürel mirasla ilişkisinin irdelenmesinin gerekliliği araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda da gerek UNESCO yaratıcılar şehri kapsamında gastronomi kenti olan gerekse öne çıkan özelliği lakapçılık (Kültür Portalı, 2013) olan Gaziantep'in gastronomik lakaplarının, kültürel mirasın aktarımında rolünün irdelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep'te kullanılan gastronomik lakaplar, çeşitli sosyal medya mecraları ve web siteleri aracılığıyla irdelenecektir.

Lakapların çeşitli sosyal medya mecraları ve web siteleri aracılığıyla irdelenmesinin temel sebebi, kültürel aktarım ve kimlik inşasında sosyal

medyanın yeriyile ilgilidir. Çünkü sosyal medya kimlik inşa sürecinde önemli bir yer tutmaktadır (Sarıbek, 2017: 239; Kaya, 2021: 1404). En iyilerin paylaşıldığı, kusursuz bir imaj, zenginlik ve gösterişin ortaya koyulduğu sosyal medya platformları; bir sosyal kimlik inşa ve platform alanına dönüşmüş ve oraya yüklenen her bir gönderi (fotoğraf, yazı, video vs.) “kimlik inşasını ve idealleştirilmiş görüntüyü” temsil etmektedir (Bakıroğlu, 2013: 1049-1051; Sütüoğlu, 2015: 127; Demirel ve Karanfiloğlu, 2020: 238). Bu doğrultuda kimlik inşasında önemli olan sosyal medya ve web siteleri aracılığıyla Gaziantep ilinde erişilen gastronomik lakaplar sınıflandırılmak üzere içerik analizine tabi tutulmuştur.

2.Lakaplar

İsim verme veya ad takma/adlandırma ihtiyacının, aitlik ifade etme ve bilinmeyi tanımlama göstergesi olarak ilkel insanlardan bu yana süregeldiği antropologlarca ortaya konmuştur. Başka bir ifade ile varoluştan bu yana insanoğlu, gözünün gördüğü, elinin işaret ettiği her canlıyı ve nesneyi, adlandırma yoluna gitmiştir (Işıkhan, 2008: 7; Hasbay, 2019: 35). Türk kültüründe de Orta Asya’dan bu yana süregelen bir folklor olayı olarak ad verme, ad koyma, ad takma ve lakap takmadan bahsedilmektedir. Türklerde lakap geleneği çok eski dönemlerden beri kullanılagelen bir gelenektir. Kaşgarlı Mahmut, bunun için “lakap takmak” terimini kullanır (Hasbay, 2019: 28-34). Arapça kökenli bir kelime olan lakap (Yiğit ve Dinç, 2023: 837) Türk Dil Kurumu (2025) tarafından *“bir kimseye, bir aileye kendi adından ayrı olarak sonradan takılan, o kimsenin veya o ailenin bir özelliğinden kaynaklanan ad”* olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle lakap asıl ada sonradan eklenen ve kişinin herhangi bir özelliğinden dolayı ona verilen isimdir (Kabak, 2014: 4). Bu doğrultuda lakaplar, kişinin daha rahat tanıtılması veya hatırlanabilmesi için adından önce getirilen “tanıtıcı bir ön ad” olarak ifade edilebilir. Lakap geleneğini milletlerin çoğunluğu kullanmaktadır. Çünkü sosyal bir grubun üyesi olmak, bağlanacağı gruba aidiyetlik gerektirdiğinden, her millet kendinde olanı adlandırarak tanıma, seçme ve sınıflandırma eylemini de beraberinde getirir. Türk toplumunda da lakapların yaygın bir kullanımı olup (Işıkhan, 2008: 7; Çalışkan, 2016: 104); Hamdi Arık *“Bizim insanımız birisine yakışan lakabı ‘şak’ diye koyuverir”* demiştir (Özdemir ve Erdem, 2016: 248). Dolayısıyla lakapların Türk toplumu için önemli olduğu söylenebilir. Öyle ki Eski Türklerde ad verme gibi lakap takmanın da çok önemli olduğu ve adeta ad takma ile lakap takmanın birbirini karşılayan iç içe geçmiş iki terim olduğu bilinmektedir. Eski Türkler, belli bir yaşa gelip bir hüner göstermediği sürece ona bir isim vermez, bir kahramanlık yapması ile hünerine binaen verilen lakabı aynı zamanda ismi olarak kullanılarak tanınmasını sağlardı (Hasbay, 2019: 34).

Eski Türklerde olduğu kadar İslamiyet’te de lakap takmanın yaygın olduğu ifade edilebilir. Her ne kadar İslamiyet’te lakap takmanın hoş karşılanmayan bir eylem olduğu ifade edilse de (Altıntaş, 2022: 72), Kur’an-ı Kerim’de bizzat Allah’ın lakap taktığı belirtilmektedir. Kur’an-ı Kerim için Allah “ümmü’l-kitab” (kitapların anası) lakabını kullanmaktadır. Mekke şehri Kur’an da “ümmü’l-kurâ” (beldelerin annesi) olarak geçerken, Hz. Muhammed’in eşleri için de Kur’an, “ümmü’l-mü‘min’in” (mü’minlerin annesi) lakabını kullanmaktadır (Aksu, 2001). Peygamberlere de Kur’an’da geçen âyetlerden ve taşıdıkları vasıflardan hareketle çeşitli lakaplar verilmiştir. Hz. İsa’ya “Mesîh”, “Rûhu’llâh” ve “Kelîmetu’llâh”, Hz. Yûnus’a “Zünnûn”, Hz. Ya’kûb’a “İsrâîl”, Hz. İbrâhim’e “Halîlu’llâh” ve Hz. Mûsâ’ya “Kelîmu’llâh” lakapları takılmıştır. Ayrıca Hz. Muhammed’e dürüstlüğünden ve güvenilirliğinden dolayı “el-Emîn” lakabı verilmiştir (Menekşe, 2019: 321). Hatta lakap verme geleneği o kadar geniş bir alana yayılmıştır ki insan dışında canlı cansız varlıklara da lakap verildiği; Hz. Peygamberin devesine Kasva, miraca yükseldiği bineğine Burak; Hz. Ali’nin atına düldül, kılıcına ise Zülfikar adlarının verildiği bilinmektedir (Kalkan, 2020: 200). Bu kadar kadim bir gelenek olan lakap takmanın bugün bahsinin azalması, köyden kente göçle birlikte aynı kültürün paydaşı olan insanlar arasında sosyal ve kültürel paylaşımın zamanla yok olması ve bu iletişim kopukluğundan lakapların da nasiplenmiş olduğu ile açıklanmaktadır (Altıntaş, 2022: 35). Eskiden beri süregelen bu yozlaşmalara ek olarak günümüzde de Türkiye’de kişi adbilim alanında soyadı, mahlas, kod adı, lakap gibi türlerin çoğu kez dikkate alınmadığı; Antroponimin bu türleri derlemesi, kökenlerinin, anlamlarının ve bu türlerin oluşumundaki geleneklerin ortaya konması noktasında henüz yapacak çok iş olduğu ifade edilmektedir (Hasbay, 2019: 27).

2.1. Gastronomik Lakaplar

Lakaplar, olumlu ve olumsuz lakaplar olarak; kişilere işi ve uğraşı, kişinin belirgin özellikleri, tavır / davranışları, giyim-kuşam ve konuşma tarzı, fizikî özrü, eksikliği, hastalığı, sahip olduğu yetenekleri, soyu-etnik kökeni ve soyadı, bir olaya bağlı olarak ortaya çıkan, geldikleri yer adından hareketle, hayvanlara benzetme yoluyla, askerlik görevi ile ilgili olarak ve düşkün olduğu yiyecek ve içecekler göre verilen lakaplar olarak literatürde (Çalışkan, 2016: 106-122; Emet, 2020; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120; Altıntaş, 2022) kategorize edilmiştir. Dolayısıyla kişinin işi ve uğraşı, belirgin özellikleri veya düşkün olduğu yiyecek ve içecekler göre kategorilendirilen lakaplar arasında bir yiyecek ve/veya içeceğe vurgu yapılıyorsa, kişinin işi veya uğraşı bir yiyecek-içecek veya yemekle ya da malzemesiyle ilgiliyse veya kişi bir yiyecek-içecek unsuruna benzetiliyorsa gastronomik lakaplardan söz edilebilir.

Gastronomi tarihsel gelişme sürecinden başlayarak yiyecek-içeceklerin özelliklerinin ayrıntılı olarak anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan ve aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlara katkı sağlayan bir bilim dalıdır (Sormaz ve ark., 2018: 41). Bu doğrultuda gastronomik lakaplar ise “kişileri bir yiyeceğe, yemeğe benzetme, gastronomik unsurlar ile bütünleştirme veya mesleğinden (aşçı, şef, usta vs.) dolayı kişilere takılan lakaplar” olarak ifade edilebilir. Bireyin fiziki özelliği, karakteri, davranış şekli ya da mesleği bir yiyeceğe, yemeğe benzetilebilir. Bununla birlikte kişinin mesleği, bir yemek, yiyecek gibi gastronomik unsurlarla ilgili olabilir ya da gastronomiyi yansıtabilir. Bunun da gastronomik lakapların ortaya çıkmasına sebep olduğu söylenebilir. Literatürde bu açıklamayı destekler nitelikte kişiye lakap verilirken o kişinin çeşitli özellikleri içerisinde yemek alışkanlıklarının da önemli rol oynadığına vurgu yapılmıştır (Emet, 2020: 438). Yine literatürde (Atlı, 2017) gastronomiden hareketle alınan lakapların birinde, kişinin kelle yemeğini çok sevdiği ve çok yediği için “Kelleci Memed” lakabı aldığı ifade edilmektedir. Aynı çalışmada “Deli Hasan” lakaplı kişinin aldığı lakabın hikâyesi şöyle anlatılmaktadır: *“Hasan, arkadaşlarıyla birlikte ava gider. Avda oturup yemek yerler. Yemekte sadece kuru ekmeğe vardır. Sadece kuru ekmeğe karınlarını doyurmak istemezler. O esnada yakınlarından eşekle helvacı geçiyormuş. Hasan, helvacıdan helva almak için bir oyun oynar. Çıvıçvıplak soyunduktan sonra “Otuz dokuzdum bugün kırkuma girdim.” diyerek helvacının yanına gitmiş. Sürekli zıplayarak bu sözü tekrar eder. Hasan’ı bu hâlde gören helvacı, “Bu adam delirmiş, kafayı yemiş.” diyerek eşeği bırakıp köye kaçmış. Hasan da eşekten kafası kadar büyüklükte helva alıp arkadaşlarının yanına gitmiş. Arkadaşlarına helvayı nasıl aldığını anlatmış. Helvacı da köyde başına gelenleri anlatmış. Karşıma bir deli çıktı, sonra böyle böyle oldu demiş. Bu olaydan sonra Hasan’a “Deli Hasan” lakabı verilmiş.”* Başka bir çalışmada, kafası çalışmadığından ve yemek kepçesine benzerliğinden dolayı kişiye “Sare kondez” (Zazacada sare, kafa; kondez ise yemek kepçesi demektir) ve vakitli vakitsiz her ortamda yemek yediği için kişiye “çillek” (Zazacada açgözlü) lakabı verildiği ifade edilmektedir (Bulukgiray, 2021). Anadolu’nun birçok yerinde bu tarz gastronomik lakap hikâyelerinin yer aldığı gerçeğinden hareketle gerek doğrudan gerek dolaylı yoldan birçok lakabın gastronomiyle ilişkisi olduğu, başka bir ifade ile “gastronomik lakap” olduğu ifade edilebilir.

2.2. Gastronomik Lakapların Kültürel Miras ile İlişkilendirilmesi

Lakaplar, kişiye herhangi bir özelliği sebebiyle kendi grup kültürü bağlamında sonradan verilen isimdir. Dolayısıyla lakaplara çağrışım kapsülleri denilebilir (Kabak, 2014: 11). Fiziki bir özellik, karakter yapısı, davranış şekli veya kişinin başından geçen bir olay, mesleği lakabın çevreye uygun mesajı iletecek şekilde

genellikle tek kelimeyle ifade edilmektedir (Kabak, 2014: 11; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120). Lakaplar genellikle toplum hafızasında saklanan ve nesilden nesile aktarılmak amacıyla gelenekselleşen bir unsurdur (Özdemir ve Erdem, 2016: 257; Baş ve Güllüdağ, 2019: 89). Lakaplar kültürel ve sosyal kimliklerin inşasını, toplum içindeki etkileşimleri, toplum hafızasında yer alan sosyal bağları güçlendiren ve kültürel kimlikleri pekiştiren unsurlardır (Musluk, 2024: 235). Lakaplar, somut olmayan kültürel miras öğeleridir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017: 66). Lakaplar gibi gastronomik unsurların da kültürel miras ögesi olduğu dikkate alındığında; pişirilen yemeklerin malzemeleri, pişirme yöntemleri, sunumu, tarihsel gelişimi, yemeklerin üretimi, tüketim şekli, saklama teknikleri gastronomik unsurları oluşturur ve dolayısıyla kültürel mirasında kapsamına girmektedir. Hatta literatürde bu mutfak kültürleri *gastronomik miras* olarak ifade edilmektedir (Eren, 2023: 152). Bu gastronomik unsurlar, UNESCO’ya dâhil edilerek yalnızca geçmişin bir yansıması değil, aynı zamanda geleceğin de bir anahtarı olarak da karşımıza çıkmaktadır (Çalışkan, 2025: 936). Bu doğrultuda gerek lakapların gerekse gastronomik ürünlerin kültürel miras unsuru olduğu söylenebilir (Tekeli, Yıldırım ve Çatak, 2024: 46). Dolayısıyla gastronomik lakapların da kültürel mirasla ilişkili olduğu söylenebilir.

Literatürde lakaplar genellikle bir gelenek (Coşar, 1999; Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Özdemir ve Erdem, 2016; Cebeci, 2022; Çalışkan, 2022) olarak irdelenmiş olup; bazı çalışmalarda lakapların kültürel mirasın (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017) bir ögesi ya da kültürel aktarıma katkısı (Menekşe, 2019) olduğundan bahsedilmiştir. Aynı şekilde gastronomik ve kültürel mirasın irdelendiği çalışmalar literatürde (Ağcakaya ve Can, 2019; Özkan, 2020; Cihangir, Akmeşe ve Akmeşe, 2023; Eren, 2023; Deniz, 2024; Çalışkan, 2025) yer almakta ve gastronomi unsurlarının kültürel mirasın ögesi olduğu çalışmalarda (Can ve Ağcakaya ve Can, 2019: 793; Boyraz ve Sandıkçı, 2023: 173) ifade edilmektedir. Ancak literatürde gastronomik lakaplar ve gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisiyle ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum, lakapların halk bilimi alanında kendine daha az yer bulmuş olduğu ile açıklanabilir (Altıntaş, 2022: 33).

2.3. Gastronomik Lakapların Şehri Gaziantep

Gaziantep’te lakap kültürü, bireylerin fiziksel özellikleri, davranışları ve sosyal çevreleriyle doğrudan bağlantılıdır (Kültür Portalı, 2020). Öte yandan Gaziantep’in gastronomideki yerinin belirgin ve önemli olduğu aşikârdır. Öyle ki Gaziantep halkının bölge adlandırması yaparken dahi tabiatın bitki örtüsünü göz önünde bulundurduğu ve dut, zeytin, pancar, bostan gibi meyve, sebze adlarını bölgeye verecek kadar gastronomik unsurların belirgin bir yapı

taşıdığı ifade edilmektedir. Hatta Gaziantep'in kendi lakabı bile gastronomiyle ilişkilidir. Örneğin Gaziantep “Baklava Şehri” ya da “Kebab Şehri” olarak tanındığı ifade edilmektedir (Gaziantep Ekspres, 2025). Bununla birlikte Kavaklık Sementi'nin, adını Kavaklık mesire yerinden aldığı göz önünde bulundurulduğunda (Işıksan, 2008: 53), dolaylı yoldan dahi kentin birçok adlandırmasının gastronomik unsurlar taşıdığı görülmektedir. Özdal (2018) tarafından Gaziantep'te esnafın lakaplarını ele alındığı çalışmada “Şireci Memik”, “Un Hayri”, “Kebabçı Ökkeş”, “Fırıncı Kerim”, “Kasap Mehmet”, “Dürümcü Memo”, “Kelle Mamed”, “Tometos Ahmet”, “Şişko Hasan”, Tosun Mamed”, “Bey Cuma (Soğan ve sarımsak yemediği için)”, “Tut Delisi” gibi lakaplara yer vererek Gaziantep'te gastronomik lakapların varlığını gözler önüne sermiştir. Bu doğrultuda bu çalışmanın ana tezi, toplumsal hafızanın bir ögesi olan lakapların, Gaziantep ilinde gastronomik unsurlarla daha da pekiştiği ve yoğun kullanıldığı yönündedir. Toplumun devamlılığı ve toplumsal kültürün oluşmasında önemli bir unsuru olan kültürel mirasın (Çalışkan, 2025: 936) ögesi olduğu düşünülen gastronomik lakapların, UNESCO yaratıcı gastronomi şehri olan ve en belirgin yöresel özelliklerinden biri Lakapçılık olan (Kültür Portalı, 2020) Gaziantep özelinde irdelenmesi bu araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu gereklilikten hareketle gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisi, kültürün geleceğe aktarımındaki rolünün irdelenmesi de araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

- 1) Gastronomik lakapların kültürel mirası aktarmadaki rolü nedir?
- 2) Gastronomik değerlerin bireylerin betimlenmesindeki rolü nedir?

3.Yöntem

Çalışma toplumsal hafızanın bir ögesi olan Gaziantep ilinde kullanılan gastronomik lakapların tespiti ve kültürel mirasın aktarımında rolünün irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışma nitel araştırma deseninde tasarlanmış olup; öncelikle konuyla alakalı her türlü belge ve sosyal medya platformlarında (Facebook, X, Instagram, Ekşi Sözlük) ve web sitelerinde yer alan gastronomik lakaplar 01-30.04.2025 tarihleri arasında “Gaziantep”, “Lakap”, “Antep Lakapları”, “Gaziantep Lakapları” anahtar kelimeleri irdelenmiştir. Elde edilen gastronomik lakaplar kelime bulutu analizine tabi tutulmuş ve Gaziantep ilinde gastronomik lakapların yeri tespit edilmeye çalışılmıştır. Ardından konunun derinlemesine anlaşılması için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma evrenini uzun yıllardır Gaziantep'te yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın geçerliliği, nitel araştırmalarda yaygın olarak benimsenen uzman görüşü ve veri üçlemesi

(triangulation) yöntemleri ile desteklenmiştir. Bu doğrultuda kuramsal veriler, yazarların tecrübeleri, katılımcı ifadeleri, literatür ve uzman görüşü ölçütlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca araştırma süreci açık ve detaylı olarak ifade edilmiştir. Araştırmada görüşme soruları literatürden hareketle (Çalışkan, 2016: 106-122; Sormaz ve ark., 2018; Emet, 2020; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120; Altıntaş, 2022) geliştirilmiş olup bir görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu, uzman görüşüne (3) başvurularak geliştirilmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda, görüşme formunda yer alan açık uçlu sorular aşağıda belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların yaşı, cinsiyet, eğitim düzeyi meslek, Gaziantep'te yaşama süresi ve gastronomik lakabını öğrenmeye yönelik sorular da formda yer almıştır.

1. Sahip olduğunuz gastronomik lakap nasıl ve ne zaman ortaya çıktı?
2. Bu lakabın; bir yiyecek, yemek, meslek ya da Gaziantep mutfak kültürüyle ilişkisini açıklar mısınız?
3. Bu lakapla anılmanın sizde uyandırdığı hisler nelerdir? Zaman içinde bu hislerinizde bir değişiklik oldu mu?
4. Çevrenizdekiler lakabınızı genellikle hangi amaçla kullanıyor (şaka, sevgi, saygı, alay vb.) ve bu, size bakışlarını veya yaklaşımlarını etkiliyor mu?
5. Gaziantepli olmayan biri size bu lakapla seslendiğinde neler hissedersiniz?
6. Kendi lakabınızı başka birinin de kullandığını duyduğunuzda neler hissedersiniz?
7. Kendi lakabınız üzerinden bir değerlendirme yaptığınızda sizce gastronomik lakaplar, Gaziantep'e özgü kültürel kimliği ve mutfak mirasını ne derece yansıtmaktadır?
8. Gaziantep'teki gastronomik lakapların genç kuşaklara aktarılması için neler yapılabilir?
9. Sizin gastronomik lakap hikâyenize benzeyen unutamadığınız başka bir lakap hikâyesi varsa paylaşır mısınız?

Görüşme soruları belirlendikten sonra Mardin Artuklu Üniversitesi 06.02.2026 tarihli toplantısında 240134160 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırmada kasti örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada veriler 10.02.2026 - 01.04.2026 tarihleri arasında Gaziantep'te yaşayan bireylerden toplanmış olup; elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır.

Bayrama Hazırlanıyor”, *“Bıçak Ustalarının Umudu Gelecek Bayrama Kaldı*”, *“Kurbanın Kabul Olması Onların Ustalığına Bağlı*”, *“Bıçak Bileme Ustaları Bayrama Hazırlanıyor*” haberlerine çok sık rastlanmakta ve bıçakçıların kentteki önemi yerel kanallar ile de vurgulanmaktadır (GRT, 2025). “Ekmekçi” lakabı değerlendirildiğinde, Gaziantep’te fırın kültürünün önemli bir yere sahip olduğu (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2025) hatta meslek odalarının verilerine göre kentte yaklaşık 1600 pide fırını ve 115 francala ekmek fırını bulunduğu bilinmektedir. Antep tırnaklı pidesinin coğrafi işaret tescilli bir ürün olduğu da göz önünde bulundurulduğunda (Türkiye Kültür Portalı, 2025), “ekmekçi” lakabının şehir içinde yaygın kullanıma sahip olduğu ve bu oranın çalışma bulgularına yansımış olduğu ifade edilebilir. Öyle ki Gaziantep’te esnaflar arasında malın kalitesi gibi yapılan işin de kaliteli olması gerektiğini anlatan *“Ekmeği ekmeğe ye, bir ekmek de üste ver”* (Özdal, 2023: 281) şeklinde atasözü bulunmaktadır.

Et denilince akla ilk gelen illerden biri olan ve gastronomi turizmi ile tanınan Gaziantep’te balık ve tavuktan ziyade kırmızı et tüketim tercihinin yüksek olduğu ifade edilmektedir (Yılmaz Tilki ve Keskin, 2024). Buradan hareketle “kasap” lakabına sıklıkla rastlanması aşikârdır. Nitekim Gaziantep’liler genellikle evlerinde hazırladıkları iç malzemeleri mahalle kasabına gönderir. Kasap ise malzemeleri et ve baharatlarla çeker ve Antep lahmacunu karışımını hazırlar. Daha sonra karışım mahalle fırınına gitmek üzere yola çıkar (Kılınç Şahin ve Baysal, 2022: 429). Sadece ev halkı da değil, Gaziantep’li esnaflar da öğle yemeklerinde ellerindeki küçük esnaf tepsileri ile önce kasabın, sonra da fırının yolunu tutmaktadırlar. Hatta Gaziantep’te kasaplık öyle önemlidir ki esnaflar arasında meslek folkloru bağlamında kullanılan *“Bakmakla olsa, it kasaplığı öğrenir”* şeklinde atasözü de mevcuttur (Özdal, 2023: 280). “Altın kasap” lakabı da “kasap” kategorisinde değerlendirildiğinde, kentte kasaplığın ve kasap lakabının önemi, gün yüzüne çıkmaktadır.

Görselde arka planda yer alan gastronomik lakapların da kent kültürünü öne çıkarmada önemli olabileceği düşünülmektedir. Nitekim “paklavanın şiresi”, Gaziantep deyince ilk akla gelen öğelerden olan ve ünüyle nam salan “baklava”nın birçok Gaziantep manisinde (Fidan 2018: 289) ve yöresel kent hikâyelerinde (Özdal, 2018: 171) yer aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra salatasıyla, cacığıyla ve mahreç işaretli pırpırım aşısıyla “pırpırım”ın de öneminin büyük olduğu ve halk arasında benzetme ve lakaplarda yoğun kullanıldığı düşünülmektedir. Ayrıca “gavurmacı”, “havlacı”, “fıstıkçı”, “kellecı” lakaplarının kentte kullanımının daha yaygın olduğu düşünülmektedir. Örneğin coğrafi işaretli bir ürün olan “Antep Fıstığı” satıcılarının geneline “fıstıkçı” diye hitap edilmesinden ve bu profille öne çıkmalarından doğal bir şey olamayacağı ifade

edilebilir. Söz konusu lakapların düşük frekans sıklığına sahip olması, sosyal medyaya veya web sitelerine yansımamış olması ile ilişkilendirilebilir.

Araştırmanın saha kısmında Gaziantep’te yaşayan bireylere erişilerek veriler derlenmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde çoğunluğun (%81,8) erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir. Yaş dağılımı bakımından ağırlıklı olarak 46 yaş ve üzeri bireylerden oluşan katılımcıların, önemli bir kısmının (%72,7) ilköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların çoğunluğunun 20 yıldan uzun süredir Gaziantep’te ikamet ettiği ve meslek grupları bakımından ağırlıklı olarak çiftçilik ve esnaflık faaliyetlerinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
Kadın	2	18,1	İlköğretim	8	72,7
Erkek	9	81,8	Lisansüstü	2	18,8
Meslek/Uğraş			Lise	1	9,09
Çiftçi	5	45,4	Gaziantep’te yaşama süresi		
Esnaf	3	27,2	60 yıl ve üstü	4	36,6
Öğrenci	1	9,09	21 -40 yıl	3	27,7
Akademisyen	1	9,09	41-60 yıl	3	27,7
Ev hanımı	1	9,09	20 yıl ve altı	1	9,09
Yaş					
46-60	4	36,3	Toplam	11	100
31-45	3	27,7			
61 yaş ve üstü	3	27,7			
18-30	1	9,09			

Çalışmanın bu kısmında içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular açıklanacaktır. Bu süreçte ilk olarak katılımcı formları numaralandırılmıştır. Sonra katılımcıların cevaplarından hareketle katılımcı formundaki her soru için ayrı olarak sıklık seviyesine göre ortak bütünlük oluşturan ifadeler kodlanmıştır. Ortak bütünlük oluşturulan ifadeler belirlendikten sonra ortak ifadeler taşıyan kodlar alt kategoriler şeklinde belirtilmiştir. Son olarak alt kategoriler anlamlı bir şekilde kategorileştirilmiştir. Kategoriler “*Gastronomik Lakap Hissiyatı*”, “*Lakaplar, Köken ve Amacı*”, “*Gastronomi Mirası*” ve “*Gastronomik Lakapların Aktarımı için Öneriler*” şeklinde ifade edilmiştir. Kategorileştirilen bu ifadeler, tablolar halinde düzenlenmiş ve veriler yorumlanmıştır. Tablo 2, 3, 4 ve 5’te ilgili analizlere yönelik bulgular sunulmaktadır.

Tablo 2; Lakaplar, Kökeni ve Amacı kategorisinden oluşmaktadır. Toplam 49 kodun ortaya çıktığı Tablo 2’nin; % 53’ü gastronomik lakaplar, % 24,4’ü kullanım amacı ve %22,4’ü ise kökeni alt kategorisini oluşturmuştur.

Tablo 2. Lakaplar, Kökeni ve Amacı Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{49}	%	% (100)
(1) Gastronomik Lakaplar	Hallik	2	26	7,69	53,06
	Keçi	2		7,69	
	Küllü üzüm	2		7,69	
	Tomatos	2		7,69	
	Fıstık	2		7,69	
	Acir	2		7,69	
	Nohud	1		3,84	
	Gerrick incir	1		3,84	
	Pekmez	1		3,84	
	Kırma	1		3,84	
	Kömbeci	1		3,84	
	Fırıncı	1		3,84	
	İç de kalk	1		3,84	
	Balcan	1		3,84	
	Culluk	1		3,84	
	Gongalak	1		3,84	
	Kabak çekirdeği	1		3,84	
	Pirpirim	1		3,84	
	Baklava içi	1		3,84	
	Dıbık üzüm	1		3,84	
(2) Kökeni	Benzetme	5	11	45,4	22,44
	Yoksulluk	4		36,3	
	Çok tüketme	4		36,3	
	İnatçılık	2		18,1	
	Kısa boy	1		9,09	
	Balık etlilik	1		9,09	
	Lezzet	1		9,09	
	Aroma	1		9,09	
	Şirinlik	1		9,09	
	Mayhoş	1		9,09	
	Meslek	1		9,09	
	Yürüyüş şekli	1		9,09	
	Küçük kafa	1		9,09	
	Beyaz ten	1		9,09	
	Marul	1		9,09	
	Yaşanan olay	1		9,09	
	Kırmızı surat	1		9,09	

(3) Kullanım Amacı	Ayırt edicilik	4	12	33,3	24,48
	Samimiyet	2		16,6	
	Şaka	2		16,6	
	Enerji katma	1		8,33	
	Sevgi	1		8,33	
	Kızdırma	1		8,33	
	Alay etme	1		8,33	

Tablo 2’de yer alan gastronomik lakaplar alt kategorisinde hallik, keçi, küllü üzüm, tomatos, fıstık, acir ifadeleri öne çıkmıştır. Katılımcılar Gaziantep’te kullanılan lakapların çoğunluğunun bir şekilde yemek, mutfaktaki yiyecek gibi unsurlarla ilişki olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K5: “...Yemeyi, yedirmeyi seven bir memlekette başka bir lakap verilmesi beklenemezdi. Benim balcan (Patlıcan), keçi, çekirdek lakaplı arkadaşlarımda var yiyen yediren memlekette başka lakap çıkmaz...”

K8: “...bizim buralarda lakabı olsun olmasın zaten herkesin mutfakla, yemekle veyahut yedirmekle ilgili bir anısı muhakkak vardır. Örneğin bir Kayserili meclisinde nasıl ki muhabbet çoğu zaman ticarettir paradır, Antep’te de mutfaktır. E bu mutfaktan doğan muhabbetler, hikâyeler bizim adlarımızın önüne geçecek kadar önemli bir yere sahip...”

Kökeni alt kategorisinde benzetme, yoksulluk, çok tüketme, inatçılık ifadeleri öne çıkmıştır. Katılımcıların çoğunluğu lakaplarının ortaya çıkmasının bir hikâyesi olduğunu ve bunun benzetme, yoksulluk veya çok tüketmekle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K6: “...Bir gün yine inciri fazla kaçırdım olmamışlarımı bile yedim. Eve gidince annem ağızının kenarlarına ne oldu oğlum dedi...”

K3: “Bu lakabı alışım biraz acıklı bir hikâyeye dayanıyor. Çocukken fakir bir ailem vardı. O dönemde köylüler imece usulü davar nöbetine giderlerdi.”

Kullanım amacı alt kategorisi ayırt edicilik, samimiyet, şaka, enerji katma, sevgi, kızdırma ve alay etme ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakabının ortaya çıktıktan sonra ayırt edici olduğu için kullanıldığını vurgulamışlardır.

K1: “Onlar ortama enerji ve şaka katmak için kullanıyorlar. Benim de lakabımı duyunca enerjimin artışı hakikaten ortamı keyiflendiriyor...”

K2: "...Gadaların başa gele, pekmez mi göynün istedi" diye sarılıp öpünce gören konu komşu da nenemin beni sevişine güldü. Köy abhalisinde de böylelikle adım Pekmez Hüseyin diye kaldı."

K8: "...Biz kızarana hemen şuna bak tometosa dönmüş deriz. Nanelere pırpırım olmuş deriz. Yeni gelin-damatlara baklava içi deriz..."

K9: "Tamamen beni tanıtmak için kullanıyorlar başka bir amaçları yok..."

K11: "Tamamen beni tanımlamak için kullanıyorlar ama çok özgün bir lakabım var. Duyan niye aldığımı öğrenmek istiyor. E ızah edince de haliyle ben bir kötü oluyorum o günlere gidiyorum bir buruluyorum."

Gastronomik Lakap Hissiyatı kategorisinden oluşan Tablo 3; 'Kişisel Lakap Hissiyatı', 'Çevresel Lakap Hissiyatı' ve 'Lakaba İlişkin Duygusal Dönüşüm' olmak üzere 3 alt kategoriye sahiptir. Bu kategoride katılımcıların cevaplarından hareketle 49 kod elde edilmiştir. Gastronomik lakap hissiyatı kategorisinin % 44,8'ini çevresel lakap hissiyatı, % 30,6'sını kişisel lakap hissiyatı ve % 24,4'ünü lakaba ilişkin duygusal dönüşüm alt kategorileri oluşturmaktadır.

Tablo 3. Gastronomik Lakap Hissiyatı Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{49}	%	% (100)
(1) Kişisel Lakap Hissiyatı	Mutluluk	4	15	26,6	30,6
	Alınma	4		26,6	
	Üzgün	4		26,6	
	Keyif	2		13,3	
	Aidiyet	1		6,66	
(2) Çevresel Lakap Hissiyatı	Sebebini Merak etme	5	22	22,7	44,8
	Kızgınlık	4		18,1	
	Garipsememe	4		18,1	
	Şaşkınlık	4		18,1	
	İyi hissetme	3		13,6	
	Mutluluk	2		9,09	
(3) Lakaba İlişkin Duygusal Dönüşüm	Burukluk	3	12	25	24,4
	Samimiyet	3		25	
	Hoşnutluk	2		16,6	
	Mutluluk	2		16,6	
	Gurur	2		16,6	

Kişisel lakap hissiyatı kategorisinde mutluluk, alınma, üzgün, keyif ve aidiyet kodları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğunluğu lakabı ilk ortaya çıktığı dönemde üzüldüklerini ve alındıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K3: *“Bende buruk bir his bıraktı hep bu lakap...”*

K3: *“Başlarda çok üzülüyordum ama zamanla alıştım. Çünkü Antep’te herkesin bi lakabı vardır ve bir sürü Mamed (Mehmet) var, bu lakap benim ayırt edici özelliğim gibi bir şey oldu...”*

K6: *“...Bende tabi bazen gerrik miyim, olmamış, olgunlaşmamış biri miyim diye alınganlık ederdim. Ham adam mıyım diye düşünürdüm lakabı nasıl aldığımı hatırlamama rağmen. Ama alıştım tabi şimdi bir sıkıntı yok...”*

K11: *“Başta bir buruk hissettim. Önemsenmediğimi düşündüm. İç de kalk deyince niye öyle dediğini de anlamadım oradakiler anladı. Cahil gibi hissettim, orada öyle bir tepki alacağımı ölçemedim”*

Çevresel hissiyat alt kategorisi kızgınlık, garipsememe, şaşkınlık, iyi hissetme, mutluluk ve sebebini merak etme kodlarından oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, kendi lakaplarını başka bireylerden duyduklarında, söz konusu lakabın ortaya çıkış nedenini merak ettiklerini ifade etmişlerdir.

K3: *“... Acaba çok mu seviyordu küllü üzümü de bu lakabı aldı yoksa benim gibi yokluktan doğma bir hikâyesi mi var diye merak ederdim...”*

K6: *“Büyük bir merak hissederim. Bana olgunlaşmamış incirden takıldı, onunki hangi meyveden takıldı? Bunu merak ederdim...”*

Lakaba ilişkin duygusal dönüşüm alt kategorisi ise burukluk, samimiyet, hoşnutluk, mutluluk ve gurur kodlarından oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakapları ilk ortaya çıktığı dönemde üzülseler de sonradan lakaplarından hoşnut olduklarını ve gurur duyduklarını belirtmişlerdir.

K2: *“...Nenemin elleriyle yaptığı pekmezle çağırıldığım için de hayatım boyunca gurur duydum, mutlu oldum.”*

K4: *“Bence kızarım burada da mı bu isimle çağırıyorunuz derim. Her ne kadar benimsemiş olsam da kötü bir anıyla başladı çünkü. Fakirliğimi ve eksikliğimi yüzüme vuran bir olaydı...”*

K10: *“Köylülerime ve köylü gençlere örnek oldum ve bu lakapla anılmaktan gurur duydum.”*

Tablo 4, Mutfak kültürüyle ilişkisi ve kimliği (%40) ile mutfak mirası (%40) alt kategorilerinden oluşmuştur. Bu iki alt kategoride toplam 50 kod

yer almaktadır. Katılımcıların çoğunluğu Gaziantep'te verilen lakapların mutfak kültürüyle ilişkili olduğunu vurgulamışlardır.

Tablo 4. Gastronomi Mirası Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{50}	%	% (100)
(1) Mutfak Kültürüyle İlişkisi ve Kimliği	Anteplilerin mutfakta kullanması	7	30	23,3	60
	Mutfak kültürü temsiliyet	7		23,3	
	Yöresel bir ürün	6		20	
	Lezzetli bir yemek aracı	5		16,6	
	Kültürel kimlik	5		16,6	
(2) Mutfak Mirası	Mutfak kültürünü yansıtırma	7	20	35	40
	Toplumsal hafıza	7		35	
	Mutfak mirası	6		30	

Mutfak kültürüyle ilişkisi ve kimliği kategorisinde Anteplilerin mutfakta kullanması, mutfak kültürünü temsiliyet, yöresel bir ürün, lezzetli bir yemek aracı ve kültürel kimlik ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakaplarının mutfakta kullanılması ve mutfak kültürünü temsil etmesiyle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

K6: *“İncir Gaziantep mutfağında önde gelen meyvelerdendir. Şehrin bazı bölgelerinin geçim kaynağıdır. İncir Gaziantep mutfağında çok önemli bir yere sahip olduğu gibi ticari konumu da çok yüksektir...”*

K7: *“...O zamanlar çok bir ilişkisi olduğunu düşünmüyordum ama günümüzde yemek kültürünün gelişmiş olduğunu düşününce ilgisi olabilir...”*

K7: *“Bence gastronomik kimliğini tam da bu gibi özelliklerinden alıyor Gaziantep. Gastronomik kimlik sadece insanların yedikleri içtikleri veya ürettikleri yiyecek içeceklerle sınırlı değildir. Halk bunu günlük hayatına ne kadar almış o da önemli...”*

K9: *“...mutfağın olmazsa olmazlarından. Akşam yemeklerinde çayla yenir içine evde ne kaldıysa katık edersin falan. O yüzden bizim kültürün içindedir...”*

K11: *“Kısacası her mutfakta, her misafire sunulan, Gaziantep'in kültürel içeceklerinden bir tanesidir. Benim lakabım da bu kültürü olduğunca net yansıtmaktadır. Bir de şu var her yörede kişinin bir özelliği bir lakapla tanımlanabilir ama Antep'te genellikle yemekle özdeşleşir. Mesela İstanbul'da Mehmet adlı birine kıvrırcık saçından dolayı kıvrırcık Mehmet diye lakap takarlar ama Antep'te Marul*

Mehmet derler neden? Çünkü Antepli yemeyi sever. Hemen aklına mutfaktan bir şey gelir, onunla lakap takverir. Kız çok güzelse fıstık gibi derler mesela.”

Mutfak mirası alt kategorisi; mutfak kültürünü yansıtmaya, toplumsal hafıza, mutfak kültürü ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcılar lakapların mutfak kültürünü yansıttığı ve toplumsal hafızaya katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir.

K1: “...Kültürel kimlik de bir bakıma budur bence. Gastronomik lakabımla bu kültür beni, ben onlara anlatmasam da tanıyabilir. Mutfağımızın çeşitliliğiyle dönüştüğüm hali, yine bir mutfak unsuruyla (hallik) temsil ettiğimi anlayabilir. Bu da toplumsal hafızaya katkıdır...”

K10: “Bu da mutfak mirasını yansıtan bir unsurdur. Çarşı ekmeği misafire verilen kıymetin göstergesidir. Kalvaltıya gelen misafire küncülüğü yaptırılır. Antep mutfağının bize bıraktığı önemli bir mirastır, bir misafirperverliktir...”

K8: “Benim lakabımdan gördüğümüz işte geçmişten bugüne gelen bir yemek yapma ve yeme aşkı, yoklukla harmanlanan bir mutfak hikâyesi... Alın size mutfak mirasının ta kendisi...”

Çalışmada gastronomik lakapların aktarımı için öneriler kategorisi son kategoridir. Bu kategoride 11 ifade yer almaktadır. Katılımcılar lakapların hikâyeler, maniler, türkülerle aktarılması, sosyal medyada görünür kılma, lakapları ve hikâyelerini kayıt altına alma gibi önerilerde bulunmuştur. Bununla birlikte katılımcılardan bazıları lakap vermenin kişiyi kötü etkilediğini belirtip aktarılmaması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Gastronomik Lakapların Aktarımı için Öneriler Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{11}	%	% (100)
Lakapların Gelecek Nesillere Aktarımı için Öneriler	Genç kuşaklara hikâyelerle anlatılmalı	2	11	18,1	100
	Gençlere aktarılmamalı	2		18,1	
	Gastrofestlerde gastronomik lakaplı kişilere konuşma fırsatı verilmeli	1		9,09	
	Lakabı olan kişilerin hikâyelerinin kayıt altına alınması	1		9,09	
	Sosyal medyada görünür kılınması	1		9,09	
	Lakapların kültürel yönünün aktarılması	1		9,09	
	Belediye'nin kültürel çalışmalar yapması	1		9,09	
	Maniler, türküler vs. aktarma	1		9,09	
	Gençlerin mutfak deneyimine teşviki	1		9,09	

K2: “...Bir gencin lakaba sıcak bakması için bizim gibilerin eski kültürü onlara anlatması ve bu hikâyeleri gençlere öğretmesi gerek. Lakap takmanın sadece alay amaçlı değil sevgi amaçlı da takılabileceğini, bizim özümüzden, mutfağımızdan çıkan ürünleri sevgiyle taşıdığımızın aktarılması gerek...”

K5: “Lakap genç kuşaklara aktarılmasının çünkü üzücü bir durum, ben başlarda çok üzüldüm. Gençler lakap takmadan isimleri ile hitap etsinler.”

6.Sonuç

Bir destinasyonun gastronomisi, o destinasyona katkılar sağlayabilecek bir araç olarak değerlendirilebilmesi açısından önemli bir potansiyeldir. Bir cazibe unsuru olarak da öne çıkarılabilecek gastronomi, turizm pazarlamasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Birçok destinasyon, şehrin turizm gelirlerinde artış sağlamak için, oluşumunda herhangi bir kaynak gerektirmeyen gastronomiyi etkin bir şekilde kullanmayı amaç edinmişlerdir (Taşkın ve Doğdubay, 2023: 279). Söz konusu etkin kullanımın yöreye özgü yemekler, üretim ve pişirme teknikleri, yemek sunumu, yemek için kullanılan araç-gereçler, mutfak kültürünün gerektirdiği ihtiyaçları karşılayan mekânlar, işletmeler (Şahin vd., 2018; Taşkın ve Doğdubay, 2023) gibi somut göstergelerin yanı sıra toplumsal hafızada yer edinerek nesilden nesile süregelen maniler, lakaplar gibi kültürel aktarım unsurları ile de gerçekleştirilebileceği ifade edilebilir.

Gaziantep, mutfak kültürü bakımından Türkiye’yi temsil yeteneğine sahip ender kentlerden biridir. Gaziantep mutfak kültürünün diğer mutfaklar karşısındaki en büyük üstünlüğü, coğrafi konumundan ve zengin tarihinden kaynaklanmaktadır. Gaziantep mutfağı, yüzyıllar boyu topraklarında hüküm süren medeniyetlerin izlerini günümüze taşıyan yemeklerinin çeşitliliği ile özgün bir yapıdadır (Şahin vd., 2018: 58). Gaziantep, zengin mutfak kültürünün halk diline yansması bakımından gastronomik lakapların belirgin şekilde gözlendiği kadim bir kenttir. Kentin lakap takmadaki yaratıcılığı, tarihsel süreç içerisinde ortak bir terminoloji ile nesilden nesile aktarılan kültürel birikim neticesinde meydana gelmiştir. Kültürün en önemli göstergelerinden olan lakapların gastronomik boyutta fazlaca şekillenmesi ise kente özgüdür.

Gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisinin incelenmesi ve kültürün geleceğe aktarımındaki rolünün irdelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada öncelikle kelime bulutu analizi yapılmış, akabinde saha araştırması yapılarak araştırma derinleştirilmiş ve elde edilen verilerle desteklenmiştir. Kelime bulutu analizi neticesinde elde edilen lakaplar incelendiğinde Gaziantep’lilerin en çok: “kelle”, “bahdeniz” ve “çökelek” gibi lakapları öncelikle tespit edilmiştir. Bu sonucun ilgi çekici yanı ise Gaziantep’lilerin et ve et ürünlerini (kelle), tarımsal ürünleri (bahdeniz) ve süt ve süt ürünlerini (çökelek) bütüncül

şekilde hayatın olağan akışına entegre ettikleridir. Bu sonucun da kentin gastronomik zenginliğini bir kez daha gözler önüne serdiği ifade edilebilir. Bunun yanı sıra en çok kullanılan lakaplar arasında “bıçakçı”, “ekmekçi” “kasap” lakaplarına yer verildiği görülmektedir. Burada dikkate değer nokta, Gaziantep’lilerin fırın ve kasap kültürünü hâlâ yaşattığı ve kişileri meslekleri ile özdeşleştirdiği yönündedir. Ayrıca “horoz/horuz” (%30,7), “ördek”, “inek” ve “tavuk (tavuk)” lakaplarına rastlanılmasında, kent halkının hayvancılıkta iç içe geçmiş yaşam tarzından ve mizahi anlatımla sosyal bir kimlik oluşturma hareketinden meydana gelmiş olabileceği ile ilişkilendirilebilir. Son olarak “çatal” lakabının Gaziantep’lilerin mutfakla olan yakın ilişkisinden ve yemek yeme alışkanlıklarından meydana gelmiş olabileceği; “şişko” lakabının ise, kent halkının beslenme alışkanlıklarıyla bağlantılı olarak veya yemek kültürünün zenginliği neticesinde ortaya çıkmış olabileceği düşünülmektedir.

Kelime bulutu analizi kapsamında öne çıkan lakaplar sosyoloji, halk bilimi ve gastronomi ekseninde ele alındığında, Gaziantep’lilerin birbirleri ile samimi bir üslupla etkileşime geçtiği, sosyal yaşantıları içerisinde yerel kültüre dair öğeleri yoğun kullandıkları ve gastronomiyi sadece mutfak özelinde değil, halk dili ile de yaşatabildikleri ifade edilebilir.

Yapılan içerik analizi, ilgi çekici sonuçlara kapı aralamıştır. Öncelikle demografik özelliklerin tespit edildiği araştırma bulgularında, akademisyenden çiftçiye, öğrenciden 61 yaş ve üstüne kadar çeşitli katılımcıların çalışmaya katkı sunduğu görülmektedir. Bu durumun da Gaziantep’te gastronomik lakapların her yaşta her meslekten çeşit çeşit bireye yakıştırıldığının göstergesidir. Dolayısıyla kentte gastronomik lakap takmanın, Gaziantep mutfak kültürü temsilinin önemli bir göstergesi olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların, soru formundan hareketle yanıtladıkları cevaplar; gerek lakapları alışı amaçları gerek onlarda oluşturduğu hisler gerekse gastronomi mirası ve gelecek kuşaklara aktarım gibi farklı konu başlıklarını içermektedir. Söz konusu konu başlıkları içerik analizinin doğasına uygun olarak kategoriler, alt kategoriler ve kodlar olarak tablolştırılmıştır.

Lakapların kökeni ve amacı kategorisinde 49 kod ortaya çıkmıştır. Bu kodlardan % 53’ü gastronomik lakaplar, % 24,4’ü kullanım amacı ve %22,4’ü ise kökeni alt kategorisini oluşturmuştur. Gastronomik lakaplar kategorisinde her biri birbirinden farklı hikâyelere sahip olan birbirinden kıymetli lakaplara rastlanılmıştır. Kıymetlidir, çünkü Gaziantep mutfağının özünden gelen ve neredeyse her biri bir hikâyeye sahip olan gastronomik unsurlar yer almaktadır. Örneğin yüksek frekansa sahip lakaplardan olan “Hallik (7,69)” Gaziantep’te yağlı, kuyruklu ve kokusuz etiyle bilinen yerel bir koyun ırkıdır. Hallik lakabının kişiye neden verildiğini de ancak bir Gaziantep’linin anlayabileceği ve dolayısıyla

bu lakabın kent kültürüne özgü bir gastronomik unsur olduğu ifade edilebilir. Yine “Küllü Üzüm (7,69)”, “Tometos (7,69)”, “Fıstık (7,69)” ve “Acir (7,69)” Gaziantep mutfağında öne çıkan ve Gaziantep'ilerin sıklıkla kullandıkları gastronomik unsurlar olup, lakap kültürüne yansımıştır. Gaziantep'te mutfağa ilişkin öğelerin bir hikâyesi olduğu gibi, hikâyelerin de mutfakla ilişkilendirildiği çalışma bulgularına yansımıştır. Nitekim Lakapların kökeni kategorisine bakıldığında, bir yoksulluk ya da bir inat hikâyesinden bile mutfağa ilişkin bir çağrışım geliştirilerek adeta günlük hayat, mutfakla entegre bir yapıya bürünmüştür. Kullanım amacı kategorisinde de benzer şekilde, Gaziantep'iler gerek bir samimiyet göstergesi olarak gerekse şaka, enerji, sevgi, kızdırma gibi günlük eylemlerde mutfak unsurlarından yararlanarak lakaplar takmış ve kullanmışlardır.

Gastronomik lakap hissiyatı kategorisi, katılımcıların gastronomik lakaplarının onlarda uyandırdığı hisler, lakapları ile anılmanın onlarda bıraktığı hisler ve başkalarında kendi lakaplarını duyunca yaşadıkları hislerden hareketle oluşturulmuştur. 49 koddan oluşan 3 alt kategoride katılımcıların genelinin lakaplarından mutlu oldukları (%26,6), zaman zaman alınganlık ve üzüntü duydukları (%26,6) araştırma bulgularına yansımıştır. Öte yandan kendi lakaplarını başka bireylerden duyduklarında, söz konusu lakabın ortaya çıkış nedenini merak ettikleri (%22,7) öne çıkarken; ilgili lakabı aldıkları ilk zamanlarda katılımcıların burukluk (%25) hissettiği ancak zamanla lakaplarını benimseyerek hoşnutluk (%16,6) duydukları sonucuna ulaşılmıştır.

Gastronomi mirası kategorisinde katılımcıların lakaplarının mutfak kültürüyle ilişkisi ve mutfak mirası olarak değerlendirilme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Toplam 50 kod elde edilen kategoride katılımcılar, lakaplarının Antepli olarak mutfaklarına özgü unsurları içerdiğini ve gündelik hayatta kullanılan bu ürünlerin mutfak kültürünün birer simgesi olduğunu (%23,3) ifade etmişlerdir. Lakaplarının Antep mutfak kültürünün bir temsiliyeti olduğunu ifade eden katılımcılar (%23,3), ürün yöreselliğine vurgu yaparak (%20), ilgili lakabın mutfak kültürünü yansıttığını (%35) belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, katılımcıların gastronomik lakaplarını mutfak mirası olarak görmesi de (%30) öne çıkan diğer sonuçlardır. Bu sonuçların, Gaziantep'te gastronomik lakaplara büyük ölçüde önem verildiğinin ve mutfak kültürünün bir getirisi olarak “gastronomik lakap” kavramının kentte önemli bir yere sahip olduğunun bir göstergesi olduğu ifade edilebilir.

Gastronomik lakapların aktarımı için öneriler kategorisi, katılımcıların gastronomik lakaplarının yaşatılması için ortaya attıkları fikirlerden derlenerek hazırlanmıştır. 11 ifadeden oluşan kategoride katılımcılar kendi lakaplarının bir hikâyeye sahip olduğunu ve dolayısıyla hikâyelerin yaşatılarak genç nesillere

aktarılması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu noktada, literatürde sıklıkla ifade edilen, Maurice Halbwachs'ın kolektif bellek teorisinin araştırma bulgularıyla örtüştüğü ifade edilebilir. Bireysel hafızanın sosyal bağlamlarla şekillendiğini ve bireylerin anılarını toplumsal aidiyetleriyle bütünleştirdiğini ifade eden teoride (Avşar, 2025: 435) sosyal çerçevenin getirdiği toplumsal hafıza ile toplumsal bir bellek yaratıldığı vurgulanır (Üçer, 2024: 277). Bu çalışmada da katılımcıların ifadeleri doğrultusunda kuşaklar arası bellek paylaşımının önemi ortaya çıkmış; başka bir ifade ile literatür, gastronomik lakaplar ekseninde desteklenmiştir.

Kültürel değerlerin özünü koruyabilmek, küresel dünyadaki farklı yaşantıların sürdürülebilmesi ve turistik çekiciliği artırmak açısından oldukça önemlidir (Pelit ve Türkoğlu, 2019: 113). Bu açıdan değerlendirildiğinde yerel yöneticilerin kültürel değerleri incelemeleri, kentlerin kendi kültürel belleğini yaşatmasının sağlanması ve kentin çocuklarının, gençlerinin bu bellekle ve kent imgeleriyle tanıştırılması çerçevesinde dikkate alınması gereken bir unsurdur. Söz konusu yaşamın gerçekleşebilmesi için de belediyelerin, millî kültürel değerlerin yaşatılması için gerekli çalışmaları yapması ve somutlaştırılarak sürekliliğinin tesis edilmesi gerekmektedir (Çelepi, 2016: 33). Buradan hareketle gastronomi alanında dünyaca ünlü bir kent olan UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehri Gaziantep'e özgü gastronomik lakapların, Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali'nde çeşitli tanıtım afişleri ile tanıtılması, gastronomik lakap hikâyelerinin festival katılımcılarına anlatılarak kültürel etkileşimin artırılması gerektiği ifade edilebilir.

Kaynakça

- Aksu, A. (2001). Asr-ı Saadet ve Emeviler Döneminde Lakap Takma ve Halifelerin Lakaplar. Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 5(2), 229-248.
- Altıntaş, R. (2022). Çankırı ve Çevresi Aile ve Kişi Lakapları Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Atlı, S. (2017). Manisa'nın Demirci İlçesindeki Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 41(1), 101-137.
- Avşar, G. (2025). Kuşaklararası Belleğin Anlatıya Yansıması: Annie Ernaux'un Bir Kadın Romanında Bellek ve Kimlik. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 17(32), 434-452.
- Bakıroğlu, C. T. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. Akademik Bilişim - - XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 13, 2014.
- Baş, H. ve Güllüdağ, N. (2019). 1452 Numaralı İzmit Şer'iyeye Sicilinde Yer Alan Unvan ve Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. Anasay, (7), 73-104.
- Boyraz, H. D., & Sandıkçı, M. (2023). Coğrafi işaretli ürünlerin somut olmayan kültürel miras Türk mutfak kültürü unsurlarıyla karşılaştırılması: UNESCO gastronomi şehri Afyonkarahisar ili örneği. Tourism and Recreation, 5(2), 172-185.
- Bulukgiray, İ. (2021). Bingöl Zaza Köylerinden Emtağ'da Kullanılan Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. Bingöl Araştırmaları Dergisi, 7(2), 61-95. <https://doi.org/10.53440/bad.905359>
- Can, İ. İ., & Ağcakaya, H. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3(4), 788-804.
- Cebeci, K. (2022). Kastamonu Yöresinde Lâkap Verme Geleneği Üzerine Bir İnceleme. Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi E-Dergisi, 9(1), 120-130.
- Coşar, A. M. (1999). Trabzon'da kullanılan lakaplar üzerine bir derleme/değerlendirme. Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten, 47(1999), 26-40.
- Çalışkan, S. (2025). Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde Yer Alan Gastronomik Unsurların Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Açısından Değerlendirilmesi (Gastronomic Elements on the Intangible Cultural Heritage List in Terms of Sustainable Development Goals). Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 13(1), 935-956.
- Çalışkan, Ş. S. E. (2016). Türk folklorunda lâkap verme geleneği: Bartın örneği. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(03), 103-126.

- Çalışkan, Ş. S. E. (2022). Zonguldak Ereğli bölgesinde lakap verme geleneği, Палимпсест, Меѓународно списание за лингвистички, книжевни и културолошки истражувања, 7(14), 111-123.
- Çelepi, M. S. (2016). Somut olmayan kültürel miras ve üniversite gençliği, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(3), 15-35.
- Demirel, G., & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal medyada yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamında tüketimi: Instagram örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (34), 236-259.
- Emet, E. (2020). Uygur Türklerinde Lakap Verme Geleneği. Journal of Modern Turkish Studies, 17(3), 427.
- Eren, F. Y. (2023). Gastronomi, kültürel miras ve turizm entegrasyonu: Kapadokya Bölgesi üzerine bir inceleme. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 13(İhtisaslaşma), 151-166.
- Fidan, S. (2018). Kına Geleneği Bağlamında Oluşan Sözlü Şiir Ürünlerinin İşlevleri: Gaziantep Örneği. Asia Minor Studies, (SPECIAL), 275-293.
- Gaziantep Ekspres <https://www.gazeteekspres.com/gaziantep-lakabi-nedir> Erişim Tarihi [02.05.2025]
- Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2025). Kültür / Gastronomi. Erişim Adresi: <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-149194/gastronomi.html> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- GRT TV (2025) Gaziantep Radyo Televizyon. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/@GRTTVGAZ%C4%B0ANTEPRADYOTELEV%C4%B0ZYON> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Hasbay, S. (2019) Kars'ta Kullanılan Lakaplar Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Işıkhan, T. (2008) Gaziantep Yer Adlarının Halkbilimi Bakımından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kabak, T. (2014). Lakaplar ve Uzuncaburç kasabasında lakap verme geleneği. Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi. Kültürümüzde İsim Özel Sayısı, 6, 1-1.
- Kalkan, G. P. (2020). Dil bilimsel açıdan lakaplar: Kilis yöresi örneği. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö8), 199-223. <https://doi.org/10.29000/rumelide.824546>
- Karataş, M., Aksu, F. B., & Deniz, G. (2023). Unesco yaratıcı şehri Gaziantep'in gastronomi turizmi cazibe unsurları. Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, 3(1), 105-125.
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kültürel Faaliyet Ve Sanat İle İlgili Paylaşımalarının Rolü. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 11(4), 1403-1419.

- Korkulutaş, R. (2019). Ustalarının ismini markalarında yaşatıyorlar, Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/ustalarinin-ismini-markalarinda-yasatiyorlar/1545770> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Kültür Portalı, (2020) Gaziantep Lakap Takma Geleneği – Gaziantep. Erişim Adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/kulturatlası/gaziantep-lakapcilik-geleneği> Erişim Tarihi: 27.04.2025.
- Lezzet Safari (2021). ÜÇ NESİLDİR BIÇAK YAPIYOR (Bıçakçı Kasım). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=fj4w8a-hepc> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Menekşe, M. (2019). Türk Kültüründe Kişi Adları ve Lakaplar: XIX. Yüzyıl Ortalarında Seyitgazi Kasabasında Kullanılan Kişi Adları ve Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, (65), 303-331.
- Musluk, B. D. (2024). Gönül Dağı Dizisinde Halk Kültürü Unsurları. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 7(2), 230-249.
- Özdal, A. (2018). Günümüz Gaziantep esnafının meslek folkloru, Doktora Tezi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Özdal, A. (2023). Gaziantep Esnaf Kültüründe Atasözleri. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (37), 274-284. DOI: 10.29000/rumeli-de.1405718. <https://doi.org/10.37908/mkutbd.1507134>
- Özdemir, S. ve Erdem, R. (2016). Akademik örgütlerde idarî personel arasında kullanılan lakaplar üzerine bir çalışma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (25), 247-261.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H., & Birsen, Ö. (2017). Sakin şehirlerde toplumsal katılım: somut olmayan kültürel mirasın korunmasında kadınların rolü. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 7(2), 59-71.
- Pelit, E., & Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları ebru sanatı üzerine bir inceleme. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 101-118.
- Sarıbek, M. Z. (2017). Sosyal Medyada Kimlik İnşası Bağlamında Düşman İmgesi. II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M., & Akdağ, G. (2018). Konya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin perspektifinden gastronomi ve gastronomi turizmi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 40-45.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 125-147.
- Şahin, S. K. ve Baysal, K. (2022). Gastronomi Şehri Gaziantep'in Sokak Lezzetlerinden Örnekler. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 6(24), 422-431.

- Şahin, S. K., İşlek, E., & Bingöl, Z. (2018). Gaziantep mutfak kültüründe yer alan klasik lezzetlerden örnekler. *Türkbilim*, 8, 53-59.
- Taşkın, E. ve Doğdubay, M. (2023). Yöresel Gıda Satan İşletmelerin Destinasyonun Yemek Kimliğine Etkisi: Gaziantep'te Bir İnceleme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 278-288.
- Tekeli, M., Yıldırım, İ., & Çatak, B. (2024). Kültürel miras unsuru olarak ulusal mutfağın sürdürülebilirliği: Gastronomiyetçilik çerçevesinde nitel bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 45-65.
- Türkiye Kültür Portalı (2025). Geleneksel Mutfak / Antep Tırnaklı Pidesi – Gaziantep. Erişim Adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/neyenir/antep-tirnakli-pidesi>- Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Üçer, A. (2024). Maurice Halbwachs'a Göre Kolektif Hafıza. 4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, Issue/Sayı 25, DOI: 10.26650/4boyut.2024.1541723
- Yalınız, F. A. (2019). Gaziantep Mutfağında Antep Peynirinin Kullanım Alanları, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)* 6(6), 655-666.
- Yılmaz Tilki, H., & Keskin, M. (2024). Gaziantep ili ölçeğinde kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 29 (3), 873-884.
- Yiğit, H. ve Dinç, H. (2023). Adbilim Açısından Osmaniye Hasanbeyli İlçesinde Kullanılan Lakaplar. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 10, 835-854.

