



**Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**

2020, 4(1):48-58.

DOI: [10.29226/TR1001.2020.179](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.179).

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



## KAVRAMSAL MAKALE

### **Gastrodiplomasi ve Küreyerelleşme Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme**

Arş. Gör. Gizem Sultan SARIKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e  
posta: [gssarikaya@ogu.edu.tr](mailto:gssarikaya@ogu.edu.tr)

ORCID: [orcid.org/0000-0003-4725-7981](https://orcid.org/0000-0003-4725-7981)

#### **Öz**

Gıdalar ülkelerin kültürlerini, ulusal mutfaklarını, yiyeceklerini tanıtmak, yabancı turistleri çekmek ve aynı zamanda siyasi ilişkiler kurmak için kullanılmakla birlikte, soğuk savaş döneminin ardından yumuşak güç unsuru olarak da değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın amacı, kültürel diplomasi içinde yumuşak güç olarak ele alınan gastrodiplomasi kavramının küreyerelleşme fenomeni içerisinde değerlendirilmesidir. Türk Patent Enstitüsü'nün (2019) bilgileri doğrultusunda Ezogelin Çorbası, Osmanlı Şerbeti ve Türk Lokumu geleneksel ürün adı olarak nitelendirilirken, çorbalardan yörelere özgü peynirlere, etli ve sebze yemeklere kadar farklı yelpazelerde ürün çeşitliliği bulunmaktadır ve bu durum etkisini coğrafi işaretlerde göstermektedir. Bu ürünlerin yumuşak güç olarak nitelendirilen gastrodiplomasi kullanılması ülke tanıtımının yanında yerel yiyeceklerin küreselleşme karşısında yok olmasını da sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastrodiplomasi, Küreyerelleşme, Mutfak

**Kültürü Gönderme Tarihi:** 04.01.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 28.01.2020

---

**Önerilen Atıf:** Sarıkaya, S, G. (2020). Gastrodiplomasi ve Küreyerelleşme Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(1):48-58.

© 2020 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

---



**Journal of Management, Economic and Marketing  
Research**

2020, 4(1):48-58.

DOI: [10.29226/TR1001.2020.179](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.179).

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



## CONCEPTUAL PAPER

### **A Conceptual Evaluation on Gastrodiplomacy and Glocalization**

Research Assit. Gizem Sultan SARIKAYA, Eskişehir Osmangazi University, Tourism Faculty, e-mail: [gssarikaya@ogu.edu.tr](mailto:gssarikaya@ogu.edu.tr)

ORCID: [orcid.org/0000-0003-4725-7981](https://orcid.org/0000-0003-4725-7981)

#### **Abstract**

Foods are used to advertising countries' cultures, national cuisines, food, attract foreign tourists and also establish political relations. However, foods are also considered as a soft power factor after the cold war period. The aim of study is to evaluate the concept of gastrodiplomacy, which is considered as a soft power within cultural diplomacy, in the globalization phenomenon. In accordance with the information of the Turkish Patent Institute (2019), Ezogelin Soup, Ottoman Sherbet and Turkish Delight are described as traditional products, while there is a wide variety of products ranging from soups to local cheeses with meat and vegetables. The use of these products in gastrodiplomacy, which is described as soft power besides the promotion, the country will ensure that local foods do not disappear in the face of globalization.

**Keywords:** Gastrodiplomacy, Glocalization, Cuisine

**Culture Received:** 04.01.2020

**Accepted:** 28.01.2020

---

**Suggested Citation:** Sarıkaya, S, G. (2020). A Conceptual Evaluation on Gastrodiplomacy and Glocalization, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 4(1):48-58.

© 2020 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

---