



Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması (Use of Local Food as a Source of Intangible Cultural Heritage in Tourism Industry)

*Gizem ÇAPAR^a, Uysal YENİPİNAR^a

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Çiftlikköy Campus, Mersin/ Turkey

Anahtar Kelimeler

Kültürel miras
Turizm
Yöresel yiyecek

Öz

Yöresel yiyeceklerin turizmde kullanılmasının bir sonucu olarak ülkelerin sahip olduğu yerel kültür mirasları korunup evrensel bir boyut kazanmakta, böylece anılan destinasyon turistlerin seyahat planlarına dahil edilmeye başlamaktadır. Ayrıca yöresel yiyecekler, destinasyonun kültürel anlamda tanıtımını yaptığı gibi bölge ekonomisine de önemli ölçüde katkı sunmaktadır. Araştırmanın amacı somut olmayan kültürel mirasın kaynağı olan yöresel yiyeceklerin bölge kültürünün tanıtımında taşıdığı önemi ve turizm amaçlı kullanılmasıyla bölgeye sunduğu katkıyı ortaya koymaktır. Bu amaçla, konuyla ilgili ulusal ve uluslararası alan yazın taraması yapılmıştır. Araştırma sonucunda turistlerin destinasyon tercihlerinde kültürel kimliğin ifadesi olan yöresel yiyeceklerin önemli bir etken olduğu ve turizm amaçlı kullanılmasıyla aslında bir çekicilik unsuru olarak bölgeye çok farklı olumlu katkılar sunduğu, ancak ticari kaygılarla taklit ve aslına uygun olmayan uygulamaların, kültürel yozlaşmaya neden olduğu görülmüştür.

Keywords

Cultural heritage
Tourism
Local food
Adana

Abstract

An environment where the cultural heritage is destroyed endangers the tourism, which especially depends on local and cultural factors. As one of the local and cultural factors on which tourism depends, local food is one of the most important intangible cultural attractions of a country. For this reason, as a result of the usage of local food in tourism, the heritage of countries will be preserved and reach to a universal extent. In this way the destination starts to be included in the travel plans of people. In addition, local food not only introduces the destination culturally but also contributes significantly to the economy of the region. With this point of view, in the research as a part of intangible cultural heritage, it is aimed to reveal the importance of the local food of a destination on introduction the culture of the region and the contribution when it is used as an attraction factor for touristic purposes.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: gizemcapar9@gmail.com (G. Çapar)

GİRİŞ

Yiyecek ve içecekler tüm canlılar için yaşamsal bir zorunluluk olmasının yanında sadece biyolojik bir eylem değil, aynı zamanda yiyeceklerin üretimi, taşınması, depolanması ve tüketimi aşamasında farklı toplumsal birlikteliklerin oluşmasını sağlayarak sosyal, kültürel, psikolojik olarak da insanların yaşamında büyük öneme sahiptir. İnsanların yeme içme gereksinimleri sonucunda turizm sektöründe yer edinen yemek kültürü kavramı ile beraber, dünyada yiyecek içecek aktivitelerine verilen önem de artmış ve yiyecek içecek turizmin ilgi odağı haline gelmiştir (Dilsiz, 2010, s.1). Turizm sektörünün ayrılmaz bir parçası olan yeme-içme, turistlerin en temel ihtiyaçlarından biridir (Guan & Jones, 2014, s.2). Bunun yanında yiyecek içecekler bir millete ait kültürün vazgeçilmez parçalarından birisidir. Ulusların beslenme şekilleri onların medeniyet düzeylerini yansıtan bir unsur olmakla birlikte beslenme şekillerinin değişmesi kültürü de etkilemektedir (Doğdubay, 2011, s.434).

Doğal ve kültürel çekicilikler turizmin temelini oluşturmakla beraber, kültürel çekicilikler tarih, el sanatları veya yiyecek-içecek gibi birçok alanda ortaya çıkmaktadır. (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012, s.231). Heldke (2001) ve Pratt (2007)' e göre yiyecek-içecek, kültür ve kimlik ile yakından ilişkilidir ve yöresel yemekler bir bölgenin sahip olduğu kimliğin bir ifadesi olarak görülmektedir. Bu yüzden yöresel yemeklerin tüketilmesi bir anlamda yerel kültürü tanıma ve deneyimleme anlamına gelmektedir (Lee, 2014, s.20). Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşam tarzını ifade şeklidir. Kültür, yöresel yemekleri tatmak amacıyla yapılan seyahatlerin göz ardı edilemez önemli bir parçasını oluşturur. Yemek turizmi ev sahibi bölgenin yemek sayesinde kültürel özelliklerinin de öğrenilmesi anlamına gelmektedir, bu sayede yemek, turisti aynı zamanda kültür turisti haline getirmektedir (Yüncü, 2010, s.29). Öyle ki yemek kültürü, şuan belki de hayatta olmayan insanların yaşamış olduğu topraklardaki kaynaklar, etnisite, inançlar ve bilgiler, teknoloji ve sağlık koşulları gibi birçok faktör tarafından şekillenmektedir (Wahlqvist ve Lee, 2007, s.2). Bunun yanında bir toplumun sahip olduğu kültür; sanat, dil, edebiyat, müzik, yemek ve dinsel ritüeller gibi çok farklı şekillerde de açığa çıkmaktadır. Yemek yalnızca insanları bir yere ve kültürleri bir toprak parçasına bağlamaz aynı zamanda bize kim olduğumuz ve nereye ait olduğumuz hakkında da bilgi verir (Delind, 2006, s.136). Bir bakıma yemek, yenilen şeyin sahip olduğu özelliği de benimsemek ve onunla bütünleşmektir. Başka bir deyişle yemeği yiyen kişi, onun ait olduğu kültürün de bir parçası olur. Kültürün ürünü olan yemek, o yemeği yiyen kişiyi kültürel düzenin ve toplumsal evrenin bir parçası yapar. Yeme alışkanlıkları ortak kimliğin dayanağı ve dolayısıyla başkalık kazanmanın dayanağı olarak görülmektedir (Bessiere, 1998, s.24).

Yemek sadece besini oluşturan kimyasal maddeler ve organizmanın yaşamını sürdürmesi için taşıdığı önem baz alınarak değerlendirilecek bir durum değildir. Elde edilışinden tüketimine kadar yemekle ilgili oluşumlar insanların özgün toplumsal yapısını dolayısıyla da kültürü önemli bir konu haline getirmektedir (Beşirli, 2010, s.168). Bu açıdan bakıldığında insanların turistik destinasyon

seçiminde, gidilen ülkenin yemek kültürü çok önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Seyahat edilen yerin sahip olduğu özgün tatlar, turistlerin ilgisini en çok çeken konular arasında yer almaktadır. Çünkü turist, gittiği yerde yaşayan insanların yeme-içme zevkini tanımak ve tatili boyunca onlardan biriymiş gibi rahat hissetmek istemektedir. Bu amaçla seyahat edilen yerin yemek kültürü, turistin farklı kültürleri tanınmasına da olanak sağlayarak tatil zevkini arttırmada kuşkusuz etkili olacaktır (Dilsiz, 2010, s. 67). Alan yazın çalışmalarında değinildiği gibi, yemek, turistlerin güzel bir tatil deneyimi edinmelerinde çok önemli bir role sahiptir (Guan & Jones, 2014,s.2) ve turizm ile yeme-içme arasında güçlü bir bağ vardır (Kivela & Crofts, 2005, s.39). Buradan hareketle çalışma, turistlerin destinasyon seçiminde en büyük faktörlerden biri olan kültürel miras değerlerinden yöresel yemeklerin önemine dikkat çekmek ve turizm amaçlı kullanılmasıyla destinasyonlara sağlayacağı katkıyı ortaya koymayı amaçlamaktadır.

ALAN YAZIN TARAMASI

Önceki Çalışmalar

Alan yazın incelendiğinde yöresel mutfak ve gastronomi ile ilgili yapılmış çok çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte yöresel yiyecekler ve gastronominin kültürel miras ile ilişkisini ele alan çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı anlaşılmıştır. Yapılan çalışmalarda, destinasyonun sahip olduğu yemek kültürünün turistlerin o destinasyona olan ilgilerinin artmasında ve destinasyonu tercih etmelerinde etkili olduğu görülmektedir (Bessiere, 1998; Cohen ve Avieli, 2004; Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004). Karim ve Chi (2010), çalışmalarında destinasyonun sahip olduğu yemek kültürü ile turistlerin o destinasyonu ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulgulamıştır. Long (2004), bir yörenin kültürünü ve kimliğini diğerlerinden ayıran önemli sistemlerden birinin yörenin mutfağı olduğunu ifade etmiştir. Chen (2013), yemeğin destinasyon tercihinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymuştur. Bessiere (1998) ve Cusack (2000) ise, yiyecek ve içeceklerin hazırlanış biçimleri ve içeriklerinin kültürel kimliğin önemli bir parçası olduğunu vurgulamıştır.

Westering (1999) çalışmasında gastronomi ve miras arasındaki ilişkinin aslında seyahat için bir motivasyon aracı olduğunu ele almıştır. Aynı şekilde (Maka, Lumbersa, Evesave Chang, 2012; Kim, Eves ve Scarles, 2009), da yöresel yiyecek ve içeceklerin turistlerin destinasyon seçiminde bir çekicilik unsuru ve motivasyon aracı olduğunu belirtmiştir. Quan & Wang (2004), ise yiyeceklerin bir destinasyonun kültürü ve kimliğinin bir parçası olduğunu, bu yiyeceklerin tüketiminin ise o destinasyonun imajını etkilediğini belirtmiştir. Guan ve Jones (2014), yöresel mutfak çekiciliğinin turistlerin destinasyon çekiciliğine yönelik algılarını önemli derecede etkilediğini ortaya çıkarmışlardır. Richards (2014), turizmin gelişmesinde gastronominin rolünü incelemiş ve gastronominin yalnızca somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olmadığını aynı zamanda turizm için en önde gelen çekicilikler arasında da yer almaya başladığını vurgulamıştır. Bununla birlikte

gastronomi ve turizm ilişkisi ile ilgili diğer çalışmalarda ise genellikle, destinasyon ve yöresel mutfak ilişkisi ele alınmıştır (Hjalager ve Carigliano, 2000; Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007; Çevik ve Saçılık, 2011; Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2011; Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013). Ayrıca Beşirli (2010), yemeğin toplumsal bir simge olması üzerinde durmuş ve toplumsal statü ve güç ilişkilerinde yemeğin önemi vurgulamıştır. Çağlı (2010) ise, bölgelerin soyut yerel kültür varlıkları, doğru politikalar ve stratejileriyle turizm amaçlı kullanılmasıyla, az gelişmiş bölgelerin kalkınması için umutverici bir araç olduklarını belirtmiştir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kültürel Miras

Kültür; süreçler (insanların düşünceleri ve yaşama biçimleri) ve bu süreçler sonunda oluşan ürünleri (binalar, el sanatları, sanat ve gelenekler) kapsamaktadır (Aliağaoğlu, 2004, s.51). Hazar'a göre (2010, s. 20) kültür bir toplumun bireyleri tarafından yaratılan değerlerin, gelenek ve göreneklerin, yaşantı ve düşünce sisteminin, sanatsal varlıklarının tümüdür.

Kültürel miras ise en basit haliyle, "bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şey" anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2014). Bir diğer tanım ile miras, bir nesilden diğerine bırakılan, önceki nesil için değerli, doğal veya kültürel değerlerden oluşmaktadır. Miras adı verilen değer, anıt, müze, saray, milli park, jeolojik yapılar, yemekler ya da gelenek gibi çok değişik formlarda karşımıza çıkmaktadır (Kozak, 2014, s.31). Kültürel miras; "geçmişten miras alınan ve farklı nedenlerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak var olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eserler ile bir topluma ait değerler bütünü olarak" tanımlanabilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009, s.3).

Yöresel Yiyecekler ve Kültürel Miras Etkileşimi

İnsanların yaşayış biçimini, geleneklerini, göreneklerini içermesinden dolayı insanlık tarihi kadar eski olan kültürel mirası, somut ve somut olmayan kültürel miras olarak iki grupta incelemek mümkündür (Saruhan, 2012, s.26). Somut olmayan kültürel miras değerlerini, geçmişten miras kalan gelenekler, müzik, dans, dil, din, mutfak kültürü ve yemek pişirme tarzları ve festivaller oluştururken; anıtlar, tarihi binalar, çiftlikler, yemekler, müzik aletleri, evler, müzeler, kültürel dokuya sahip eşyalar, el sanatları ürünleri ve arkeolojik kalıntılar da somut kültürel mirası oluşturmaktadır. Somut ve somut olmayan tüm bu değerler kültür ve miras turizminin çekicilikleri olarak kabul edilmektedir (Okuyucu, 2011, s. 37). Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO)'ne göre somut olmayan kültürel miras; "toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının birparçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar anlamına gelir". Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak,

sürekli biçimde yeniden yaratılır. Bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur (UNESCO, 2003). Tüm bu kültürel değerlerin bir parçası olarak yemek ise bir kültürün maddi ögesidir (Tezcan, 2000,s.15). O halde UNESCO'nun tanımlamasında kuşaktan kuşağa atararak toplulukların etkileşmesiyle yeniden yaratılan ve yeni bir kimlik kazanan yemek pişirme tarzları, saklama koşulları, geleneksel üretim ve tüketim şekilleri somut olmayan kültürel miras kapsamına girerken, bu soyut kültürü yansıtan yiyecek ve içeceklerin kendisini somut kültürel miras olarak değerlendirmek mümkündür. Tezcan'a göre (2000,s.15) yemek her kültürde görülen temel bir besindir. Bir ülkenin sahip olduğu kültürel miras, soyut ve somut tüm değerleri ile birlikte ulusal miras olarak önceki nesillerden devralınır. Bir kültürün geleneksel üretim metotları, yaşam tarzı, gelenekleri veya ibadet biçimleri gibi soyut veya mimari, arkeolojik alanlar, el sanatları, giysiler ve yemekler gibi somut değerler, o kültürün yaratıcıları hakkında bilgi verir. Bu değerlerin tümü bir bütün olarak, ait olduğu toplumun geçmiş ve şu an yaşayan nesillerinin özelliklerini anlatır (Bahçe, 2009, s.3).

Yöresel yiyecek ve içecekler Nummedal ve Hall'a göre (2006), yalnızca bir bölgede üretilen yiyecek ve içecekler olarak değil, aynı zamanda malzemelerinden bir kısmının veya tümünün farklı bölgelerden tedarik edilmesine rağmen yöreye özgü bir üretim sürecinden geçmiş ve yöresel bir kimliğe sahip olması gereken yiyecek içecekler olarak tanımlanmaktadır (Kim, Eves ve Scarles 2009, s.424). Kültürel ve toplumsal ortamların da insanların yemek yeme alışkanlıklarıyla doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir. Yiyeceklerin üretimi, tüketimi, hazırlanması tamamen kültürün öğeleri olan gelenekler, İnançlar, tabular ve din ile ilişkilidir (Tezcan, 2000,s.1, Sökmen, 2012, s.2).Bu açıdan bakılacak olursa, yöresel yiyeceklerin tamamen somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde her yöre kendine özgü bir yemek kültürü ve damak tadına sahiptir. Bu yemek kültürünün oluşmasında ve yerleşmesinde geçim kaynaklarının, iklim şartlarının, çevre koşullarının etkisi olduğu gibi, yöre insanının yaşam şekilleri, kültürel kimlikleri ve inançları gibi somut olmayan kültürel değerlerin büyük önemini olduğunu söylemek mümkündür (Çakır, Sezer ve Küçükaltan 2014, s.49). Öyle ki çoğu zaman bir kültürün sahip olduğu en hoş özellik bir başka kültür için kötü bir şey ifade edebilir (Anderson, 2005, s.113). Kısacası bir toplumun sahip olduğu kültürel değerler, onun yaşam biçimi üzerinde etkili olduğu gibi aynı zamanda yeme-içme alışkanlığı üzerinde de etkilidir. Bu sebeple farklı toplumlarda farklı yeme- içme alışkanlıkları, yemek çeşitleri, farklı lezzetler ve farklı yemek pişirme ve saklama yöntemlerini görmek mümkündür (Albayrak, 2013, s.5052). Bu açıdan bakılacak olursa bir bölgenin yemekleri başka bir kültürün içine girebilmek ve onu tanımak için en önemli araçlardan birisidir (Yüncü, 2010, s. 28). Göker'e göre (2011) ilk çağlardan itibaren var olan tüm uygarlıklar, bu uygarlıkları oluşturan topluluklar ve halklar, yaşadıkları toprak ve iklim koşullarına göre yemekler geliştirmişlerdir. Daha sonra olan göçler, savaşlar ve ticaret yollarının açılması ile de bu çeşitli kültürler birbirinden etkilenmiş ve mutfak kültürünü oluşturmuştur (Göker,

2011, s.33). O halde yemek türleri ile medeniyetler arasında güçlü bir bağlantı olduğunu söyleyebiliriz.

Yemek yapımında kullanılan araç gereçlerin niteliği, türü, sayısı, pişirilen ürünün kendisi, pişirilme şekli, doğadan olduğu gibi elde edilip yenip yenmediği gibi unsurlar o ülkenin uygarlık düzeyi ve yaşam zevki hakkında ipuçları verir. Kısacası yemek birçok kültürel özelliği bünyesinde barındırır ve daha önceki her uygarlığın bugünkü yemek yeme alışkanlıklarına etkisi olduğu söylenebilir (Tezcan, 2000, s.14). Yüncü'ye göre (2010, s.27) yemek, bir kültürün en önemli unsurlarından birisidir. Bir bölgeye özgü olan yemekler, o bölge için fark yaratmada bir araçtır. Günümüzde ise insanlar artık sadece açlık duygusunu gidermek için değil, aynı zamanda farklı deneyimleri yaşamak amacıyla evlerinden dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedir. Bu nedenle yemek yeme sadece fizyolojik bir ihtiyaç değil daha çok sosyal bir ihtiyaç halini almıştır. Yöresel mutfak kültürü, sosyo-kültürel açıdan, hem o ulusun ve kültürün özgün bir yönünü oluşturmada, hem de ulusları birbirine kaynaştırarak kültürel etkileşimler yaratmaktadır.

Farklı kültürleri anlamada yiyeceklerin ipuçları sunduğu söylenebilir. Bunların dışında toplumlarda yiyecekler statü simgesi, ziyafetler ve festivallerde eğlence aracı, törenlerde ikram edilenler ve hediyeler olarak pek çok farklı amaçlarla sunulmaktadır (Tezcan, 2000, s.19). Her ülkede var olan yer altı ve yer üstündeki kültür varlıkları o ülkenin kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır, bu sebeple kültürle ilgili koruma politikaları her ülke için büyük önem arz etmektedir. Kültür varlıklarının geçmişte bir anda oluşmadığı, zaman içinde yaşama ve gelişme sürecinde oluştuğu ve günümüze bir birikim halinde geldiği söylenebilir. Bu süreç bugün de hala devam etmektedir (Gürpınar, 2000, s.187). Bu nedenle geçmişten günümüze taşınan ve kimliğin birer parçaları olarak kültürel değerlerin önemi bugün daha da fazla anlaşılmaktadır. Bu bilinçle var olan bu değerlerin korunması gerekliliği ortaya çıkmakta ve çeşitli olanaklarla somut bir şekilde kullanılarak devamlılıkları sağlanmaktadır. Soyut kültürel mirasın somut bir yansıması olan yiyecek ve içecekler de farklı şekillerde kullanılarak bu durumdan nasibini almıştır (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can 2013, s.1). Somut olmayan kültürel miras kaynaklarından biri olan yöresel yemeklerin turizm sektöründe var edilmesiyle devamlılıkları sağlanmakta ve kültürün bir yansıması sayıldığından bir anlamda kültürlerin de devamlılığı sağlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında turizm alanında kültürel değerleri korumak ve onların sürdürülebilirliğini sağlamak için bir araç olarak düşünülebilir. Nitekim turizmin de devamlılığını sağlayabilmesi için bu kültürel değerlere bağımlı olduğu bir gerçektir. Bu sebeple Gürpınar' a göre, (2000, s.185) insanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar binlerce yıllık uygarlık tarihi içinde insanın doğa ile birlikte veya doğrudan yaratmış olduğu ve bugün “kültürel ve doğal miras” olarak adlandırdığımız değerlerin devamlılığının sağlanması, çağımız insanlığının üzerinde durması gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Akpınar, 2007, s.82).

Kültürel ve doğal mirası korumak amaçlı Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) çeşitli faaliyetlerde bulunmuştur. Bu amaçla ülkeleri bir çatı altında toplayan Birleşmiş Milletler (BM) ve 195 üye devlet ile bir alt kuruluşu olan Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ülkelerin sahip oldukları doğal ve kültürel değerlerin korunması, tanıtılması konusunda çeşitli adımlar atmışlardır. Atılan adımlardan biri Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından 2003 yılında atılmış ve “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”nin kabul edilmesi ile gerçekleşmiştir. Türkiye de bu sözleşmeye 2006 yılında imza atarak somut olmayan kültürel mirasın korunmasına ve yaşatılmasına yönelik çalışmalara etkin katkısını sunmaya başlamıştır. Anılan sözleşme ile aynı zamanda tüm kültürel miras değerlerinin eşit derecede ve aynı oranda değerli görülmesi sağlanmıştır. Diğer yandan, sözleşmede kültürel miras ve değerlerin sadece buldukları ülkelerin değil tüm insanlığın ortak ürünleri olduğu fikri benimsenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013: 8). Bu bağlamda Türkiye'nin, insanlığın somut olmayan kültürel miras listesinde yöresel yiyecekleri temsil eden 3 adet değeri yer almaktadır. Bunlar; “Geleneksel Tören Keşkeği”, 2012 yılında "Mesir Macunu Festivali" ve son olarak 2013 yılında listeye giren "Türk Kahvesi ve Geleneği" ürünleridir. Kültürel mirasın koruma altına alınarak, bu değerlerin tanınırlığının artması sağlanmakta ve sürdürülebilirliğine katkı sunulmaktadır. Destinasyonların kültür ve turizm alanındaki itibarları listedeki varlıklarının sayısı ile paralellik göstermektedir. Ülkeler ve bölgeler somut olmayan miras değerleri ile bu listeye girebilmek için çaba harcamakta ve bunu turizmden elde edilen geliri artırmakla eş değer görmektedirler.

Yöresel Yiyeceklerin Turizmdeki Yeri ve Önemi

Dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri sayılan turizm, doğal ve kültürel kaynaklara bağımlıdır. Bu sebeple bu kaynakların zarar gördüğü bir ortamda turizmden söz edilmesi güçtür (Demir ve Çevirgen, 2006, s.99). Özellikle bu açıdan bakıldığında ülkelerin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel mirası, turizm için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Söz konusu olan bu kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılması için, özellikle kültürel çevrenin korunması, geliştirilmesi ve kültürel çevre içinde yer alan değerlerin turizm amaçlı kullanımlarının sağlanması doğrultusunda, kültürel değerlere gerekli önemin verilmesi, üzerinde durulması gereken konulardan biri haline almaktadır (Uygur ve Baykan, 2007, s.46). Kültürü oluşturan elemanlar dikkate alındığında, kültürel elemanların başında, birinci olarak personelin şahsında temsil edilen ve gelenekleri yansıtan konukseverlik ve birtakım geleneksel değerler gelirken ikinci olarak otel mutfağında denenebilecek yiyecekler gelmektedir (Gülcan, 2010, s.106).

Yiyecek ve içeceklerin üretimi, taşınması, saklanması ve tüketimi sürecinde oluşan farklı toplumsal ritüeller bir kültürün beslenme konusunda önemini ortaya çıkarmakla birlikte, bu yemek kültürü ve kimlik ilişkisi toplumdan topluma farklılık göstermektedir (Çalışkan, 2013, s.41). İnsanları turizm faaliyetine yönelten en önemli güdünün de bu farklı kültürleri tanıma ve bu deneyimi yaşama

isteğinden ileri geldiğini söylemek mümkündür (Kozak, 2014, s.60). Yöresel yemeklerin, kültürel mirasın bir parçası olarak turizm amaçlı kullanılması, farklı ülkeleri ve kültürleri birbirine yakınlaştırmaktadır. Kültürler arasında var olan bu farklılık ve zenginlik, günümüz turist profilinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

Günümüz turisti, gittiği bölge kültürüyle bütünleşmeyi seven, kültürün tüm öğelerini görmek isteyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle ülkeler turizm pazarındaki bu değişime uyum sağlayabilmek için yerel ve kültürel değerleri ön plana çıkartıp, diğer bölgelerden farklılaşma çabası içerisine girmektedir (Yüncü, 2010, s.28). Bu farklılaşma çabasında olan tüm ülkeler kültürel değerlerinden biri olan yöresel yemeklerini de bir turistik çekicilik olarak kullanmaktadır. Özellikle küreselleşme ile beraber her destinasyonun gün geçtikçe birbirine daha çok benzemeye başladığı dünyada turistler de, kendilerinden farklı kültürleri ve günlük yaşam şekillerini deneyimlemek istemektedir. Bu amaçla turistler artık daha çok soyut yerel kültür varlıklarını yansıtan değerlere ilgi duymaya, geçmişin yapılaşmış kültür mirası ile değil, kültürünü bugünkü yaşam deneyimlerinde taşıyan yerel halk ve yerel kültürler ile ilgilenmeye başlamışlardır. Oluşan bu talep sonucunda soyut yerel kültür varlıklarına dayalı turizm türleri bugün turizmde yükselen bir talep sergilemekte ve birçok ülke de az gelişmiş bölgelerini kalkındırmada sahip olduğu soyut yerel kültür varlıklarını turizmde kullanmaya başlamıştır (Çağlı, 2010, s.1). Bu sayede gün geçtikçe daha farklı soyut miras değerlerinin turizm amaçlı kullanılmasıyla daha fazla insan yaşayan kültürlerle tanık olmak, onları anlamak ve öğrenmek için turizm faaliyetlerine katılmaya başlamıştır. Bu sebeple destinasyonun sahip olduğu yöresel mutfak da soyut kültürel mirasın bir yansıması olarak turistlerin tatil kalitelerini artırmak için azami derecede önem taşımaktadır (UNWTO, 2012, s.6).

Genel olarak incelendiğinde, yiyecek ve içecek hayatın vazgeçilmezleri arasında olmakla birlikte günümüzde bir sosyal etkinlik olan yemek pişirme insanların seyahat nedenlerinden biri haline almaya başlamıştır. İnsanlar artık farklı tatlar tatmanın yanında bu tatları yapmayı da öğrenmek istemektedirler. Bu açıdan yiyecek ve içeceğin her yönüyle turizm etkinlikleri için çekicilik öğesi olduğu da yadsınamaz bir gerçektir (Kesici, 2012, s.35). Seyahat etmek ve yöresel ürünleri talep etmek bir bakıma, yerel kültürü paylaşmak anlamına gelmektedir. Turizm zevk ve eğlence ile eş anlamlı sayılmakla birlikte aynı zamanda kültür ve çevreyle ilgili konularda duyarlı ve bilinçli bir role sahiptir (Hjalager ve Corigliano 2000, s.282). Strugar'a göre (2014, s.18) yemekler artık yalnızca bir bölgeye kültürel kimlik kazandırma konusunda bir araç olarak görülmemekte aynı zamanda farklı kültürleri anlamada, kültürlerarasında bilgi alışverişini sağlayan bir ortam yaratmada ve kültürlerarası uyumun artmasında da önemli bir teşvik aracı olarak görülmektedir. Aynı zamanda karmaşık bir kültürel miras veya çok kültürlülük, yemeği ve yemek kültürünü de beraberinde getirmektedir. Aslında yemeğin turizm ile olan ilişkisinin temeli burada atılmaktadır, bu şekilde farklı yemekleri tatmak amacıyla insanların esas ilgisinin turizme çevrilmesine olanak sağlanır (Westering, 1999, s.80). Bu sebeple

turizmin geleceğinden bahsedebilmek için sahip olunan bu geleneksel ve özgün değerlerin korunması gerekmektedir. Turizm yerel kimliğin öne çıkarılmasını mümkün kılmakla beraber kültürel çeşitliliğin ve özgünlüğün korunması için aynı zamanda bir araçtır. Ayrıca yerel halkın kendi kültürel kaynaklarından dolayı gurur duyması, bu kaynakların geliştirilmesi ve korunmasına katkıda bulunmasını sağlar (Uslu ve Kiper, 2006, s.307).

Ülkeler kültürel değerlerini tüm toplumun değerli bir mirası olarak görmekte ve korumaya çalışmaktadır, bu şekilde toplumda sahip olunan kültürel mirasın sürekliliğini ve insan yaşamının zenginliğini anlama, geçmişle bir bağ kurma ve bugünü anlama duygusu oluşmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda kültürel mirası anlamak, bugün ve gelecek nesillerin yaşamlarına temel oluşturabilmektedir (McKercher, 2001, s.166). Bu bağlamda yöresel yiyecekler de insanların geçmiş kültürleri ile bağ kurmasını sağlayan, toplumların dünü ve bugününü anlamalarına olanak sağlayan kültürün vazgeçilmez yapı taşlarından birisidir. Bir yemek, hazırlanışından sunumuna kadar olan aşamalarda var olduğu toplumun izlerini taşır. Yemeğin içerisindeki yöresel lezzetler onun yaşadığı coğrafya hakkında bilgi verirken pişirilme tarzı, kullanılan malzemeler ve sunum şekli de o coğrafyanın kültürü hakkında bilgi verir. Kısacası yemek bir kültürün sahip olduğu kimliği yansıtır. Özellikle konaklama ile birlikte, yiyecek-içecek sektörü gün geçtikçe ülke ekonomisinde daha da önem kazanan turizm sektörünün ikinci eksenini halini almıştır (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012, s.230-233). Ayrıca turizm, yöresel yiyecekler ve yerel gıda üretimi ile de yakından ilgilidir. Molz ise, (2007, s.77) yemek ve turizm arasındaki ilişkiyi, yabancı olan yiyecekleri yemek, başka yöreler ve geleneklerle karşılaşmak gibi keşifsel bir deneyim yaşamak olarak açıklamıştır. Ona göre yemek, bir coğrafyanın seyahat edilenin simgesi ve kültürel kimliği görevini görür, böylelikle özgün kimliği farklı kültürler arasında yolculuk yaparak taşınabilir bir simge halini alır.

Yüncü' ye göre, (2010, s.30) yiyecek ve içecek sektörü ile turizm sektörü arasında iki yönlü ilişki vardır. Bunlardan biri yöresel yemeklerin bir turizm ürünü olarak kabul edilmesidir. Diğeri ise bölgeye gelen turistlerin evlerine döndüklerinde yöresel yiyeceklerin ihracatı ile ilgili girişimlerde bulunmasıdır. Böylece turistlerin gittiği ülkenin farklı yemeklerini tatması ve ülkelerine döndüklerinde sempati duyarak anlatmasıyla ülkelerin birer reklam aracı olarak da görülebilir. Çünkü bir toplumun sahip olduğu kültürel miras, kendisine onu diğer tüm toplumlardan farklı kılacak, rekabet edebilir olanak ve eşsizlik sağlar (George, 2010, s.377). Sonuç olarak insanların seyahat tercihlerine yön veren yemek kültürü, turistlerin ilgisini çekerek iç ve dış turizm talebini canlandırıp turizm gelirlerini artırarak bölgenin kalkınmasına etki eden önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015, s.9). Bu açıdan bakıldığında turistleri bir ülkeyi, bölgeyi ziyaret etmeye çeken ana faktör o yerin sahip olduğu çekicilikleridir. Bir bölgeyi diğerlerinden ayıran en önemli çekicilik unsurları olarak kültür ve tarihle ilgili değerler, sanat faaliyetleri, spor faaliyetleri, eğlence ve alışveriş olanakları ve mutfağı ön plana çıkmaktadır. Bir bölgenin sahip olduğu mutfak

mirası, turizm ürünü olarak her geçen gün daha fazla önem kazanmakta ve turizm pazarlaması açısından da kullanılmaktadır (Cömert, 2014, s.65).

Yöresel yemekler için yapılan seyahatlerin turizm trendleri içindeki önemi her geçen gün artış göstermektedir. Anılan seyahatler, etkinlik kapsamı geniş ve yüksek derecede farkındalık yaratan etkisi ile yerel halkın ve etkinliğin gerçekleştirildiği yerin kalkınmasına ve imajına önemli katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte bu seyahatler bölge ve ülkelerin tanıtımında önemli rol oynayan stratejik açıdan etkin faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Bucak ve Aracı 2013, s.203). Çünkü yemekler ait olduğu yerden alınıp başka bir kültüre dâhil edilemeyeceğinden kolaylıkla bir ülke veya bölge ile tanımlanırlar. Kültür unsuru olarak yöresel yiyecek içeceğin turizmde kullanılması, yerel gelenek görenek ve kültürün korunmasını sağlar. Aynı zamanda yerel halkın sahip olduğu kültür mirasını koruma konusunda bilinçlenmesine olanak tanır. Bununla beraber bölgeye ait kültürel değerlerin anlaşılması ve farklı kültürlerin kaynaşmasına olanak vermesi bakımından da önem taşımaktadır. Diğer yönden yiyecek içecek unsurlarının turizmde kullanılması turizmin tüm yıla yayılması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve yerel halkın ekonomik olanaklarının artmasına fırsat tanımaktadır (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012 , s.242).

Richards'a göre (2003) yöresel yiyecek ve içecekler sadece turizm destinasyonlarında tüketilmekle kalmayıp aynı zamanda hediyelik eşya olmaları bakımından da önem taşımaktadır. Turizm bölgelerinde özellikle bir yere özgü yiyecek ve içecekler; yemekle ilgili hediyelik eşya pazarının geliştirilebilmesi için dikkate değer bir potansiyel olarak görülmektedir. Ayrıca gıda ürünleri ucuz ve nispeten taşınması kolay oldukları için özellikle hediyelik eşya oldukları için önemlidirler. Yöresel gıda ürünlerinin hediyelik eşya olarak önemli olmaları; bu ürünlerin o yere özgü olması ya da o yerde meşhur olması ile yakından ilgilidir (Okuyucu 2011, s.93). Yöresel yiyecekler tek başına turizmi geliştirmede, turistleri bölgeye çekmede, sürdürülebilirlik, kalkınma ve somut olmayan kültürel mirası desteklemede bir itici güç olarak görülebilir (Westering, 1999, s.80). Kivela ve Crotts'a göre ise (2006, s.365) yemek, turistlerin seyahatlerinde önemli bir motivasyon aracıdır. Yemek, kültürün simgesi, toplumun göstergesi ve doğal çevrenin bir yansımasıdır (Lin, Pearson ve Cai 2011, s.38). Yöresel yemeklerin kültürle olan ilişkisini turizm açısından değerli kılan yönlerinden biri de bir destinasyona kazandırdığı özgün bir kimliktir (Çalışkan, 2013, s.41). Kısacası yemek ve turizm arasındaki ilişkinin önemi inkâr edilemez. Bununla birlikte birçok araştırmacı da insanların destinasyon seçiminde yerel mutfağın büyük bir öneminin olduğunu vurgulamaktadır. Turistleri bir bölgeye çekmede yaşam tarzı ve kültürün bir yansıması olduğu için yemek, kilit bir role sahiptir (Karim & Chi, 2010, s.533-534). Bunun yanında yemek tüketiminin turistlere unutulmaz deneyimler yaşatması destinasyon için küçümsenmeyecek bir çekim faktörü, bir pazarlama ve tutundurma aracı olmaktadır. Bu sebeple ülkelerin yerel yemek kültürünü koruyarak, bu kültürü yansıtacak pazarlama politikaları benimsemeleri gerekmektedir (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015, s.8).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültürel miras niteliğindeki yöresel yiyeceklerin ve turizmde kullanımının bölgelere sağladığı katkıyı ortaya çıkarmak amacıyla yapılan alan yazın incelemesi sonucunda yöresel yiyeceklerin bir yörenin sahip olduğu kültürün değerini yükselten bir öneme sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Yöresel yiyecekler bölgenin sahip olduğu kültürel değeri yükseltirken, yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin ekilip biçilmesinin devam etmesine ve yerel ekonominin de canlanıp, istihdam olanaklarının gelişmesine, katkıda bulunmaktadır. Böylece kültürel mirasın kaynaklarından biri olan yöresel yiyeceklerin korunup kullanılması ile birlikte turizmin sürdürülmesi de sağlanmış olur. Somut olmayan kültürel miras kaynaklarından yöresel yiyeceklerin turizmde kullanılması ile;

- Turizm endüstrisindeki kullanılabilirlik artar
- Ulusal ve uluslararası alanda tanınırlık artar
- Ürüne evrensel bir talep yaratılır
- Bölge tarımı ve çiftçi korunur
- Kültürel değerlerin önemi konusunda halkın bilinçlenmesine katkı sunulur
- Gençlere yeni iş olanakları yaratır
- Bölge kültürel kimlik kazanır
- Kırsal kalkınma hızlanır
- Turizmin tüm yıla yayılmasına katkı sunulur

Bunların yanında yöresel yiyecek ve içeceğin turizmde kültürel öge olarak değer kazanması, yerel halkın bilinçlenerek gelenek göreneğine sahip çıkmasına, kültürel mirasın korunup yaşatılması ve gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sunar. Yöresel yemekler, insanların destinasyon tercihinde önemli rol oynamaktadır. Turistlerin güzel bir tatil deneyimi kazanmalarına yardımcı olur ve daimi bir harcama yapmalarına olanak sağlayarak bölge ekonomisine de katkıda bulunur. Bunun yanında turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde de etkili bir faktör olarak görülebilir.

Yöresel mutfağa talebin artmasıyla beraber yerel tarımın ve hayvancılığın gelişmesine fırsat sunabilir. Tüm bunların ötesinde yöresel yiyecekler içinde oluşturdukları kültürün kimliğini yansıttığından aynı yiyeceklerin başka yerlerde tadılması mümkün olamamaktadır. Bu durum insanların destinasyona olan sadakatini de etkileyecektir. Yöresel yiyecekler, gelenek ve göreneklerin birer ürünü olarak ait oldukları destinasyonları özgün kılar ve taklit edilmeleri güç olur bu sebeple ait olduğu bölge ile anılarak bölgenin tanıtım aracı da sayılabilmektedir. Ülkeler sahip oldukları kültürel değerlerini turizmde kullanarak onların sürekliliklerinin sağlanmasında ve nesilden nesile aktarılmasında etkili olur. Destinasyonlar sahip oldukları eşsiz kültürel yiyecek ve içeceklerinin

korunup kullanımını hızlandırmak için çeşitli önlemler almaktadırlar. Bu önlemlerden bazıları; patent hakkı, tescil, coğrafi işaretleme ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün somut olmayan kültürel listesine girebilmektir. Turizmde söz sahibi olmak isteyen ülkelerin, kültürel miraslarını koruyup kullanma ve tanıtıma yönelik çabalarını yoğunlaştırdıkları görülmektedir.

Küresel moda trendler nedeniyle yeni nesillerin yöresel kültüre modası geçmiş gözüyle bakması gibi sosyolojik nedenler, iklim değişikliği, savaşlar, göçler ve terör tehditi gibi çok sayıda olumsuzluklar yöresel somut olmayan kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. Evrensel kültürün tamamlayıcısı ve ülkelerin tarihi kültürel belleği niteliğindeki kültürel varlıklar ve yöresel yiyeceklerin korunup kullanılmasına ilişkin ülkesel, bölgesel çalışmalar hızlandırılmalı ve farkındalık yaratıcı önlemler alınmalıdır. Bu amaçla yöresel yiyecek ve içeceklerin turizm destinasyonlarında tüketilmesi teşvik edilebilir. Bu amaçla çeşitli yarışmalar düzenlenebilir. Türkiye'de insanlığın somut olmayan kültürel mirası listesi'ne girebilecek çok sayıda yöresel yiyecek ve içecek keşfedilmeyi beklemektedir. Listede daha fazla yöresel yiyeceğin yer alması, bu yiyeceklerin turizmde kullanılabilirliğini artırarak kültürel mirasın ulusal boyuttan çıkıp evrensel bir nitelik kazanmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akpınar, E. (2007). Türkiye'nin Dünya Miras Listesi'ndeki Yeri ve Yeni Bir Aday Önerisi, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 81-106.
- Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yasar University* , 30(8), 5049-5063.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler. *Ankara Üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (2), 50-64.
- Anderson, E.N. (2005). *Everyone Eats*. USA: New York University.
- Bahçe, A.S. (2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 1-12.
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourists Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*.38(1), 21-34.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor* , 22(87), 159-169.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü.E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 16(30),203-216.
- Cánizares, S.M.S. ve Guzmán, T.L. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism* , 15(3), 229-245.

- Cánizares, S.M.S. ve Guzmán, T.L. (2011), Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain, *Review of Economics & Finance*, 63-72.
- Chen, Q. (2013). “An Investigation of Food Tourism in Chongqing”. *International Journal of Management Cases*.
- Cohen, E., and Avieli, N. (2004). “Food in Tourism: Attraction and Impediment”. *Annals of Tourism Research*, Volume:31, Number: 4, 755-778.
- Cusack, I. (2000).” African Cuisines: Recipes for Nation Building”. *Journal of African Cultural Studies*, Volume: 13, Number: 2, 207–225.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* , 2(1), 64-70.
- Çağlı, I. B. (2010). *Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi . İstanbul.
- Çakır, A., Sezer, B. ve Küçükaltan, D. (2014). Trakya Mutfağında Kültürel Unsurlar: Kırklareli Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 49-67.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* , 1(2), 39-51
- Çevik, S. ve Saçılık, M.Y. (2011), Destinasyon Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği, *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca, Düzce, 503-515.
- Delind, L.B. (2006). Of Bodies, Place and Culture: Re: Situating Local Food. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*.19, 121-146.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013), Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye 'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*. İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi . İstanbul.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2011). “Mutfak Turizmi”. İçinde Avcıkurt, C. ve Hacıoğlu, N. (Ed) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (433-456)*. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* , 1(1), 13-20.

- George, E.W. (2010). Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights and Tourism, *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 376-388.
- Gökdeniz, E., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). *Gastronomi Turizmi (Ayyalık'ta Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma)*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*. Balıkesir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir.
- Guan, J. ve Jones, D.L. (2014). The Contribution of Local Cuisine to Destination Attractiveness: An Analysis Involving Chinese Tourists' Heterogeneous Preferences, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi* , 2(1),99-120.
- Gürpınar, E. (2000). Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Üzerine. *I.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*23, 185-193.
- Hazar, A. (2010). *Genel Turizm*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Hjalager, A.M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food for Tourists- Determinants of an Image. *International Journal of Tourism Research* , 2, 281-293.
- Hjalager, A. M., and Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Karim, S.A. ve Chi, C.G.Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*.19, 531-555.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 14(23), 33-37.
- Kim, Y.G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building A Model Of Local Food Consumption On Trips And Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management* , 28, 423-431.
- Kivela, J. ve Crofts J.C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*.4(2/3), 39-55.
- Kivela, J. ve Crofts J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.30(3), 354-377.
- Kozak, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2009). *Kültürel Miras ve Müzecilik*. Erişim: Kasım, 11 2014. <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/1279,muserrefcanpdf.pdf?0>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2013). *Gelenekten Geleceğe: Türkiye’de Somut Olmayan Kültürel Miras*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Lee, K.H. (2014). *The Importance of Food in Vacation Decision-Making: Involvement, Lifestyles and Destination Activity Preferences of International Slow Food members*. Queensland Üniversitesi, Doktora Tezi. Avustralya.
- Lin, Y.C., Pearson, T.E. ve Cai, L.A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research* , 11, 30-48.
- Long, L. M. (2004). “Culinary Tourism”. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Maka, A.H.N., Lumbersa, M., Evesa, A. ve Chang, R.C.Y (2012). “Factors Influencing Tourist Food Consumption”, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 928– 936
- McKercher, B. (2001). A New Model To Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism, *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Molz, J.G. (2007). The Cosmopolitan Mobilities of Culinary Tourism. *Space and Culture*.10(1), 77-93.
- Okuyucu, A. (2011). *Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi . Ankara.
- Okumuş, B., Okumuş, F, ve McKercher, B. (2007). “Incorporating Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The cases of Hong Kong and Turkey”. *Tourism Management* , 28, 253-261.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305
- Richards, G. (2014). The Role of Gastronomy in Tourism Development. *Presentation to the Fourth International Congress on Noble Houses: A Heritage for the Future*, Tilburg University, The Netherlands.
- Saruhan, G. E. (2012). *Kentsel Markalaşma Sürecine Kültür Turizminin Etkisi: Antakya (Hatay) Örneği*. Atılım Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Sökmen, A. (2012). *Pişirme Yöntemleri ve Teknikleri I-II*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Strugar, T. (2014). Gastronomy As a Tool in Cultural Diplomacy and Nation Branding in Serbia. *Art of Food: Creativity, Diversity, Sustainability I READER*. (18-19).Barcelona: International Institute of Gastronomy Arts and Tourism.
- Tezcan, M. (2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (2014). Erişim: Eylül, 09 2014, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.54d8a2e3e10759.07596794 adresinden alındı.
- UNESCO, (2003). Erişim: Aralık, 11 2014, http://unesco.org.tr/dokumanlar/somut_olmayan_km/sokum_bb.pdf.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Uygur, S.M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Wahlqvist, M. ve Lee, M.S. (2007). Regional Food Culture and Development, *Asia Pac J Clin Nutr*. 16(1), 2-7.
- Westering, J. V. (1999). Heritage and Gastronomy: The Pursuits of The New Tourists. *International Journal of Heritage Studies* , 5(2), 75-81.
- World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism*.Madrid: UNWTO.
- Yüncü, H.R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. *10.Aybastı-Kabataş Kurultayı*, 11 (27-34). Ankara.