



Gastronomi/Gastronomik, Mutfak ve Yemek Turizmi: Kavramlar Arasında Bir Ayrım ve Tartışma (Gastronomy/Gastronomic, Culinary, and Food Tourism: A Conceptual Distinction and Discussion) **

* Sait DOĞAN^a, Yasin ÖZASLAN^b

^a İskenderun Technical University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Hatay/Türkiye

^b Yalova University, Yalova Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Yalova/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 25.07.2024

Kabul Tarihi: 26.11.2024

Anahtar Kelimeler

Gastronomi/Gastronomik

turizm

Yemek turizmi

Mutfak turizmi

Öz

Turizm hareketlerinin artışıyla birlikte, yemek kültürüne yönelik seyahatlerde de belirgin bir artış yaşanmıştır. Sosyal medya platformları ile dünyaca ünlü şeflerin, restoranların ve etkinliklerin yer aldığı yemek televizyonu programlarının etkisiyle yemek ve yemeğe yönelik seyahatler süreçte ana akım bir hal almıştır. Türkiye’de de özellikle 2010 yılı sonrasında, aşçılık ile gastronomi ve mutfak sanatları eğitime olan ilginin artmasıyla birlikte, bu alanda eğitim veren kurumların ve akademisyenlerin sayısında önemli bir artış gözlenmiştir. Bu durum, ilgili alandaki akademik çalışma sayısının da giderek artmasına katkı sağlamıştır. Türkiye’de TR Dizin dergi listesinde yayımlanan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun "gastronomi turizmi" (%99) başlığı altında yoğunlaştığı görülürken, uluslararası literatürde araştırmacıların çalışma başlığını "gastronomi/gastronomik turizm" (%29), "yemek turizmi" (%46) ve "mutfak turizmi" (%25) gibi farklı başlıklar ile ele aldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, yabancı literatürde kullanılan bu farklı başlıklardırmanın kullanım alanlarını inceleyerek, kavramların literatüre sağladığı katkıyı değerlendirmektir. Araştırma sonuçları, "gastronomi turizmi" teriminin genel olarak yeme-içme davranışlarıyla ilgili çalışmalarda yaygın bir kullanım alanı bulabileceğini ortaya koymakla birlikte, "mutfak turizmi" ve "yemek turizmi" tanımlarının daha net, sınırlı ve anlaşılır olduğunu göstermektedir.

Keywords

Gastronomy/Gastronomic tourism

Food tourism

Culinary tourism

Abstract

The increase in tourism activities has been accompanied by a significant rise in travels focused on culinary culture. With the influence of social media platforms and food television programs featuring world-renowned chefs, restaurants and events, food and food-related travel has become mainstream. In Turkey, especially after 2010, there has been a significant increase in the number of institutions and academics providing education in this field with the growing interest in cooking and gastronomy and culinary arts education. This situation has also contributed to an increase in the number of academic studies in the related field. While it is seen that the majority of the studies published in the TR Index journal list in Turkey are concentrated under the title of “gastronomy tourism” (99%), it has been determined that researchers in the international literature address the title of the study with different titles such as “gastronomy / gastronomic tourism” (29%), “food tourism” (46%) and “culinary tourism” (25%). In this context, the main purpose of the study is to evaluate the contribution of these concepts to the literature by examining the usage areas of these different headings used in foreign literature. The results of the research show that the term “gastronomy tourism” can be widely used in studies on eating and drinking behaviors in general, while the definitions of “culinary tourism” and “food tourism” are more clear, limited and understandable.

Makalenin Türü

Kavramsal Makale

* Sorumlu Yazar

E-posta: sait.dogan@iste.edu.tr (S. Doğan)

** Bu makale 25-27 Nisan 2024 tarihleri arasında Şırnak’da düzenlenen VIII. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi’nde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özeti kongre bildiri özet kitabında basılmış “Hangisi? Gastronomi turizmi/gastronomik turizm, mutfak turizmi, yemek turizmi mi? Kavramsal bir tartışma” başlıklı bildirinin güncellenmiş ve tamamlanmış halidir.

GİRİŞ

Gastronomi, tarih boyunca toplumların kimliklerini şekillendiren, kültürel değerleri taşıyan ve medeniyetlerin gelişiminde önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmıştır. Ancak gastronomi, yalnızca tarihsel bir olgu olmaktan öte, günümüzde turizm sektörünün dinamik bir bileşeni haline gelmiştir. İnsanların gastronomik deneyimler elde etmek için seyahat etmesi, turizmin farklı bir boyutunu oluşturmuş ve bu durum akademik alanda çeşitli kavramların tartışılmasına neden olmuştur. Literatürde, gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalarda farklı kavramların (örn.: "gastronomi turizmi," "gastronomik turizm," "yemek turizmi," "mutfak turizmi") bir arada kullanıldığı, ancak bu kavramların hangi bağlamlarda birbirlerinden ayrıldığı ya da örtüştüğüne dair net bir çerçevenin bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı, gastronomi turizmine ilişkin literatürdeki bu terminolojik çeşitliliği ele almak, farklı kavramların kullanım bağlamlarını ve anlamlarını analiz ederek bu alandaki kavramsal karışıklığa açıklık getirmektir. Günümüzde gastronomi turizmi, bir destinasyonun kültürel mirasını ve özgünlüğünü tanıtanın yanı sıra, ziyaretçilerin deneyim odaklı taleplerine cevap veren önemli bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Ancak bu alandaki, özellikle ulusal yazın incelendiğinde, "gastronomi turizmi" kavramının genellikle "yemek turizmi" ya da "mutfak turizmi" ile eş anlamlı kullanıldığı, bunun da akademik çalışmalarda metodolojik belirsizliklere yol açtığı görülmektedir.

Araştırmalarda kullanılan bu kavramların farklı anlamlar taşıyabileceği, ancak terminolojik belirsizlik nedeniyle kavramların birbiri yerine kullanılmasının, alan yazını açısından önemli bir eksiklik olduğu değerlendirilmektedir. Örneğin, "gastronomi turizmi" genellikle destinasyonun genel gastronomik özelliklerini ve kültürünü kapsayan bir çerçeve sunarken, "yemek turizmi" bireylerin belirli bir yemek ya da içeceği tatmak için yaptığı gezileri ifade etmektedir. Diğer yandan "mutfak turizmi," bir ülkenin ya da bölgenin mutfak kültürünün tarihsel ve bölgesel boyutlarına odaklanmaktadır. Ancak bu ayrımların akademik çalışmalarda net bir şekilde ortaya konulmadığı, kavramların teorik çerçevesinin eksik olduğu görülmektedir.

Bu çalışma, gastronomi ve yemek turizmine dair bu kavramsal ayrımları inceleyerek hem literatüre hem de alana katkı sunmayı hedeflemektedir. Çalışmanın kapsamı, "gastronomi turizmi," "yemek turizmi" ve "mutfak turizmi" kavramlarının literatürdeki kullanım biçimlerini irdeleyerek aralarındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymak üzerine kuruludur. Böylece hem akademisyenler hem de sektör temsilcileri için kavramsal netlik sağlanarak, bu alanın daha sistematik bir şekilde ele alınmasına zemin hazırlanacaktır.

Gastronomi Turizmi ve Araştırmaları

Gastronomi, dil ve kültürel bağlamdaki diğer unsurlardan daha güçlü bir şekilde, toplumlar arasında tarih boyunca köprü görevi üstlenmiş ve medeniyetlerin gelişiminde önemli bir gösterge olarak kabul edilmiştir. John Charles Buckmaster, Senn'e ait (1898), "Culinary Encyclopedia & Dictionary of Technical Terms" adlı eserlerinin önsözünde, "aşçılıkta kullanılan teknik terimlerin farklı dillerden türediğini ve özellikle Fransızca'nın aşçılık ve diplomasi dili haline geldiğini" belirtmiştir. Fransızca kelimelerin gastronomi bağlamında, anlam ve değer açısından benzersiz olduğunu ifade eden yazarlar, aşçılık terminolojisindeki Fransızca hâkimiyetinin geçmişte İtalyanca kelimelerle yer değiştirdiğini, ancak bu dengenin zamanla Fransızca lehine değiştiğini vurgulamışlardır. Bu durumun

en önemli nedenlerinden biri olarak Catherine de Medici'nin Fransa'ya taşıdığı gastronomik değerler gösterilmektedir (Samancı, 2015).

Gastronominin sınırları aşan etkisi, zamanla turizmin bir bileşeni haline gelmiş ve turistler için yiyecek, önemli bir çekim unsuru olarak kabul edilmiştir (Cohen & Avieli, 2004). Boyne Williams ve Hall (2002), turistlerin seyahat bütçelerinin yaklaşık %40'ını yiyeceğe ayırdığını ifade etmektedir. Durgun Kaygısız (2023: s.130) tarafından yapılan çalışmada turistlerin en çok yiyecek ve içecek kategorisinde harcama yaptıkları ifade edilmiştir. Diğer yandan Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2023 yılı raporunda da toplam harcama kalemlerinin içerisinde turistlerin en fazla harcamayı yeme ve içme için (%32) yaptıkları sonucu ortaya çıkmıştır (TÜİK, 2024). Bu bağlamda, gastronomi turizmi giderek daha fazla destinasyonun odak noktası haline gelmiştir. Yemek ve turizm arasındaki bağlantıyı ifade etmek için yıllar içerisinde farklı terimler kullanılmıştır (Sağdıç, 2022, s.7). Horng & Tsai'ye (2010, s.75) göre: "Mutfak' sadece yiyecek hazırlama ve yemek pişirme tarzlarına odaklanırken, 'gastronomi' daha genel anlamda yiyecek ve içecek tüketimi ve özellikle iyi yiyeceklerin ve zengin veya estetik açıdan üstün bir yaşam tarzının bir parçası olarak" ifade edilmiştir (Sağdıç, 2022, s.7). Uluslararası literatürde de bu turizm türüne ilişkin çalışmalarda, "gastronomi/gastronomik turizm" (gastronomy/gastronomic tourism), "yemek turizmi" (food tourism) ve "mutfak turizmi" (culinary tourism) gibi farklı kavramların kullanıldığı görülmektedir.

Yemeğe dayalı turizm, literatürde çeşitli terimlerle ifade edilmiştir: "Yemek Turizmi" (Hall Sharples, Mitchell, Macionis & Cambourne, 2003), "Mutfak Turizmi" (Wolf, 2002), "Gastronomi Turizmi" (Hjalanger & Richards, 2002) ve "Tadım Turizmi" (Boniface, 2003). Bu turizm türleri, genellikle alkollü ve alkolsüz içecekleri de içermektedir (Hall, 2003). Ancak Hall, Sharples, Cambourne ve Macionis (2000), şarap turizminin bağımsız olarak incelenmesi ve pazarlanması gerektiğini belirtmektedir (Henderson, 2009). Hall ve Sharples (2003), yemeğin, turist deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğunu ifade ederek, yemekle ilgili çalışmaların, turizm bağlamında bir araştırma alanı olarak değerlendirilmeye ancak son yıllarda başladığını vurgulamışlardır. Gastronomiye olan ilginin her geçen gün artması, Türkiye'deki üniversitelerde gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin sayısının hızla yükselmesine neden olmuştur. 2010 yılında yalnızca 5 üniversitede bulunan bu bölümler, 2015'te 28'e, 2017'de 38'e, 2018'de 43'e, 2019'da ise 63'e ulaşmıştır (Albayrak, 2022: s.2). Günümüzde, 2024 itibarıyla, Türkiye genelinde 102 üniversite gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim sunmaktadır (YÖK, 2024).

Bu çalışma, yemeğe dayalı turizm türleri bağlamında kullanılan kavramların terminolojik ve teorik bir analizini yapmayı amaçlamaktadır. Öncelikle, "gastronomi/gastronomik turizm," "yemek turizmi" ve "mutfak turizmi" kavramlarının kökeni ve anlamları ele alınarak bu kavramların kullanım yerlerinin net bir şekilde tanımlanması hedeflenmektedir. Özellikle uluslararası literatürde bu kavramlar farklı bağlamlarda ele alınırken, Türkiye'de yapılan çalışmaların genellikle "gastronomi turizmi" çerçevesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, konunun uluslararası düzeydeki çeşitli yaklaşımlarını göz ardı etmekte ve literatürde kavramsal bir eksiklik yaratmaktadır. Çalışmanın amacı, uluslararası literatürde yer alan kavramsal çerçeveyi analiz ederek, "gastronomi/gastronomik turizm," "yemek turizmi" ve "mutfak turizmi" kavramlarının birbirinin yerine kullanılabilirliğini değerlendirmek ve alandaki kavramsal belirsizlikleri gidermeye yönelik bir katkı sunmaktır. Bu bağlamda, araştırma, yemek turizmine dair farklı yaklaşımlar arasındaki teorik ve metodolojik ayrımları ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, bir olgu ya da durumun mevcut koşullar altında derinlemesine incelenmesi ve değerlendirilmesi olarak tanımlanır (Yıldırım & Şimşek, 2006). Nitel araştırma yöntemleri, genellikle belirli bir konuyu anlamak için zengin, detaylı ve esnek veri toplama tekniklerine dayanır. Çalışma kapsamında yazılı materyaller üzerinden veri toplanarak, içerik analizi yöntemi ile bu verileri analiz edilmiştir. İçerik analizi, yazılı ve sözlü içeriklerin nicel bir şekilde analiz edilmesini ve bu içeriklerin kategorilere ayrılmasını sağlayan bir yöntemdir. Bu yöntem, her bir kategorinin ne sıklıkla kullanıldığını inceleyerek, içerik üzerinde sistematik bir analiz yapılmasına olanak tanımaktadır (Simon & Burstein, 1985). Çalışmada ayrıca bibliyometrik haritalama tekniğini de kullanılarak, ilgili araştırmaların görsel olarak haritalanması sağlanmıştır (Sur ve Çakır, 2023). Bibliyometrik haritalama tekniği araştırma alanındaki önemli temaları ve ilişkileri görsel olarak sunarak, araştırmacıların konuyu daha derinlemesine anlamalarına yardımcı olmaktadır. RStudio ortamında çalışan "Biblioshiny for bibliometrix" uygulaması, bu haritalama işlemi için tercih edilmiştir. Bu yazılım, bibliometrix paketinin işlevselliğini Shiny ortamı ile birleştirerek, kullanıcıların web tabanlı bibliyometrik analizler yapmasını kolaylaştırır ve analiz sürecini daha verimli hale getirir (Massimo & Corrado, 2023).

Çalışma kapsamında, Web of Science (WoS) veri tabanında son 20 yılda (2005-2024) İngilizce olarak yayımlanan "gastronomi/gastronomik turizm," "yemek turizmi" ve "mutfak turizmi" başlıklı araştırmalar incelenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda "gıda turizmi," "tadım turizmi" ve "şarap turizmi" gibi anahtar kelimelerle tarama yapılmamış olması, çalışmanın kısıtlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Yapılan tarama sonucunda, Nisan 2024 itibarıyla söz konusu başlıklarla yayımlanmış toplam 303 akademik çalışmanın bulunduğu belirlenmiştir. Tarama sürecinde yalnızca akademik makaleler incelenmiş; kitap incelemeleri ve editoryal materyaller çalışma kapsamına dâhil edilmemiştir. Bununla birlikte, herhangi bir dergi veya indeks kapsam dışı bırakılmamış ve geniş bir kapsam benimsenmiştir. İlk aşamada, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak, incelenen çalışmaların kullandığı anahtar kelimeler üzerinden bir kavram bulutu oluşturulmuş ve araştırmaların yıllara göre niceliksel dağılımı değerlendirilmiştir. Bibliyometrik analiz ve haritalama işlemleri için RStudio platformunda çalışan "biblioshiny for bibliometrix" uygulaması kullanılmıştır. İkinci aşamada, "gastronomi/gastronomik turizm," "yemek turizmi" ve "mutfak turizmi" kavramlarına odaklanan literatür taraması yapılmış ve WoS veri tabanında en fazla atıf alan ilk beş çalışma içerik analizi yöntemiyle detaylı olarak incelenmiştir.

Bulgular

Britannica Ansiklopedisi, gastronomiyi, kaliteli yiyeceklerin seçimi, hazırlanması, servis edilmesi ve tadının çıkarılması sanatı olarak tanımlamakta; gastronominin yemek, kültür ve gelenek arasındaki ilişkiler üzerine temellendiğini vurgulamaktadır (Britannica.com, 2024a). Aynı kaynakta, "food" kavramı ise organizmaların büyüme, yaşamsal süreçlerin devamlılığı ve enerji sağlama gereksinimlerini karşılayan; esasen protein, karbonhidrat, yağ ve diğer besin maddelerinden oluşan bir madde olarak tanımlanmıştır (Britannica.com, 2024b). "Culinary" kavramı, Tureng Sözlük tarafından "aşçılık, mutfak, mutfakla ilgili" bir terim olarak tanımlanırken (Tureng.com, 2024), Cambridge Sözlük, bu kelimeyi yemek pişirme veya mutfaklarla bağlantılı bir kavram olarak açıklamaktadır (Dictionary.cambridge.org, 2024a). Oxford Sözlük, "culinary" ve "gastronomic" kelimelerinin İngilizce'de sıfat olarak kullanıldığını, "gastronomic" terimini ise "yemekle ilgili veya yemekle bağlantılı" olarak tanımlamaktadır (Oxfordlearnersdictionaries.com, 2024a, 2024b).

Web of Science (WoS) veri tabanında İngilizce olarak yayımlanmış çalışmaların incelenmesi sonucunda, sıfat olarak kullanılan “gastronomik” kelimesinin, isim hali olan “gastronomi” teriminden daha yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmüştür (53’e karşılık 35). Benzer şekilde, isim olan “kitchen” kavramı yerine sıfat olan “culinary” teriminin ilgili çalışmalarda belirgin şekilde tercih edildiği tespit edilmiştir (73’e karşılık 1). Tablo 1’de, “gastronomi,” “gastronomik,” “yemek” ve “mutfak” kavramlarının kelime anlamlarına ilişkin tanımlamalara yer verilmiştir. Genel bir değerlendirme yapıldığında, gastronomi kavramının, kaliteli yemek hazırlama ve sunma sanatını ve bilimini ifade ettiği; “yemek” kavramının, enerji sağlayan ve besleyici maddelerden oluşan bir olgu olarak tanımlandığı; “mutfak” kavramının ise yemeklerin hazırlandığı mekânları ve aşçılıkla ilgili süreçleri temsil ettiği görülmektedir.

Tablo 1. Gastronomi, Gastronomik, Yemek ve Mutfak Kavramlarının Kelime Anlamlarına İlişkin Sonuçlar

Kaynak:	Gastronomi (Gastronomy) İsim	Gastronomik (Gastronomic) Sıfat	Yemek (Food)	Mutfak (Culinary)
Dictionary.cambridge.org. (2024b).	İyi yemek hazırlamak ve yemeye ilgili, yemek sanat ve bilgisi	İyi gıdaların hazırlanması ve tüketimi (yenmesi) ile ilgili	İnsanların ve hayvanların hayatta kalmak için yediği veya bitkilerin emdiği bir şey	Yemek pişirme veya mutfaklarla bağlantılı.
Dictionary.com (2024)	İyi beslenme sanatı veya bilimi.	Yemek ve pişirme ile ilgili.	Yaşamı sürdürmek, enerji sağlamak, büyümeyi teşvik etmek vb. için yenilen, içilen veya başka bir şekilde vücuda alınan herhangi bir besleyici madde.	Yemek pişirme veya mutfakta ilgili.
Senn, C.H. (1898).	İyi yaşama sanatı. Yaşam bilimi. Çeşitli koşullar altında hangi yiyeceğin en uygun olduğunun keşfi ile yemeğin insan ve ulus üzerindeki etkisini öğretir.			Mutfakla veya yemek pişirme sanatıyla bağlantılı her şey.
		Yemek hazırlama ve servis etme sanatına gösterilen saygı, kayıtlı tarih boyunca medeniyetin bir ölçüsü olmuştur (Simon and Howe, 1978: 197). Bilim, sanat veya yemek kültürü (Özen de Haas, 2020). Kaliteli yiyecekleri seçme, hazırlama, servis etme ve tadını çıkarma sanatı, gastronomi yemek, kültür ve gelenek arasındaki ilişkiler (Nigar, 2020, s.48; Britannica.com, 2024a).	Yaşamı ve büyümeyi sürdürmek, yani enerji oluşturmak ve dokuyu yenilemek için ağız yoluyla alınan herhangi bir madde (Derek, 1996:62). Yaşamın sürdürülmesi için vücuda alınan ve vücut sağlığı için enerji sağlayan, karbonhidrat, yağ, protein ile mineral ve vitaminleri içerir (Simon and Howe, 1978: 188-189). Bir organizmanın vücudunda büyümeyi ve yaşamsal süreçleri sürdürmek ve enerji sağlamak için kullanılan, esasen protein, karbonhidrat, yağ ve diğer besin maddelerinden oluşan maddeler (Britannica.com, 2024b).	“of the kitchen” Mutfak. (Bodenham, 1993:58) ‘cooking’ Pişirme. (Derek, 1996:48). Mutfak veya aşçılıkla ilgili (Gómez de Silva, 2003:79). “Etimolojik olarak kökeninin Farsça mutbah ve Arapça matbah kelimelerine dayandığı bilinmektedir. Arapça pişirme anlamına gelen tabh kelimesinden türeyerek günümüz Türkçesi’nde mutfak olarak yer edinmektedir” (Ümit Tan, 2019). Aşçılık, mutfak, mutfakla ilgili” (Tureng.com, 2024).

Tablo 2’de, “gastronomi,” “gastronomik,” “yemek” ve “mutfak” kavramlarının köken ve anlamlarına ilişkin araştırma sonuçları sunulmaktadır. Elde edilen genel çıkarımlara göre;

Gastronomi (Gastronomy): Kaliteli yiyeceklerin seçimi, hazırlanması, sunumu, tadımı ve bu süreçlerden haz alınmasını içeren bir sanat olarak tanımlanmaktadır.

Yemek (Food): Gıda ve beslenme ile ilişkilendirilmiş olup, besin maddeleri ve organizmanın yaşamsal süreçlerini destekleyen temel bileşenleri ifade etmektedir.

Mutfak (Culinary): Yemek pişirme, aşçılık ve mutfakla ilişkili süreçleri temsil etmektedir. Bu tanımlamalar, ilgili kavramların terminolojik ve işlevsel boyutlarına açıklık getirmektedir.

Tablo 2. Gastronomi, Gastronomik, Yemek ve Mutfak Kavramlarının Köken ve Anlam Çıkarımlarına İlişkin Sonuçlar

	Gastronomi (İsim hali)	Gastronomik (Sıfat hali)	Yemek (Food)	Mutfak (Culinary)
Köken	Yunanca Gastronomia kelimesine dayanmaktadır. Gaster mide ve sindirim sistemi ile ilgili; nomos ise kural veya düzenleme anlamına gelmektedir (Özen de Haas, 2020).		"Beslemek" anlamına gelen eski bir Germen fiili olan fodjan’dan türetilmiştir (Dean, 2013). Almanca kökenli ‘föda’ (Oxfordlearnersdictionaries, 2024c)	17. yüzyılın ortaları: Latince culinarius'tan; culina ‘kitchen’ kelimesinden türemiştir (Oxfordlearnersdictionaries, 2024a). Latince Culinarius. (Gómez de Silva, 2003:79) Farsça mutbagh ve Arapça matbah. (Ümit Tan, 2019). Batı Germen kökenli eski İngiliz ‘cycene’; Hollandaca ‘keuken’ ve Almanca ‘küche’ ile ilgili, Latince coquere ‘yemek pişirmek’ anlamına gelen kelimelerden türetilmiştir (Oxfordlearnersdictionaries, 2024d).
Anahtar Kelimeler	Hazırlama, Sanat, Bilim, İyi yemek.		Gıda, Besin, Besleyici Madde.	Pişirim, Aşçılık, Mutfak, Yöresel Mutfak, Gelenek.
Genel Anlam/Çıkarım	İyi yiyecekleri seçme, hazırlama, pişirme, servis etme ve tadına varma, haz alma sanatı. Yemekle İlgili, Alakalı		Gıda, Besin Maddesi. Beslenme.	Yemek Pişirimi, Aşçılık, Mutfak.

Tablo 3'te, literatür araştırmaları sonuçlarına göre "gastronomi/gastronomik turizm" (gastronomy tourism), "yemek turizmi" (food tourism) ve "mutfak turizmi" (culinary tourism) kavramlarının tanımları sunulmuştur. Araştırmalar neticesinde elde edilen genel tanımlamalar şu şekildedir;

Yemek Turizmi (Food Tourism): Hall ve Sharples (2003, s.10), yemek turizmini belirli bir yiyecek türünü veya belirli bir bölgenin ürünlerini deneyimleme arzusuyla tanımlamaktadır. Hall ve Mitchell (2001, s.308) ise yemek turizmini, "birincil ve ikincil gıda üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve/veya özel gıda üretim bölgelerinin özelliklerini deneyimleme" olarak açıklamaktadır (Sırıklı, Sormaz ve Kara, 2022).

Mutfak Turizmi (Culinary Tourism): Mutfak turizmi, genel olarak mutfak spesyaliteleri ve geleneklerini deneyimleme arzusuyla ifade edilmektedir (Horng & Tsai, 2010). Ayrıca, mutfak turizmi, kültür ve mutfak arasındaki bağlantıyı ve ziyaretçilerin mutfak aracılığıyla diğer kültürlerle nasıl karşılaştığını incelemektedir (Smith ve Xiao, 2008).

Gastronomi Turizmi: Toklu Ölmez (2022, s.314), "gastronomi turizmi" teriminin literatürde farklı şekillerde kullanıldığını, ancak gastronomi turizmi kavramının yaygın bir şekilde tercih edildiğini belirtmiş ve gastronomi

turizmini benzersiz bir yeme ve içme deneyimi arayışı olarak tanımlamıştır. Pavlidis ve Markantonatou (2020) ise gastronomi turizmini, bir yemeğin özgünlüğünü ifade eden ve bir yer, bölge veya ülkeye özgü olan gastronomik deneyimleri kapsayan bir kavram olarak tanımlamaktadır; bu da yerel yemek ve şarapların temel temalarını içermektedir (Toklu Ölmez, 2022, s.314).

Dünya Yemek Seyahati Birliği (World Food Travel Association - WFTA), gastronomi turizmi deneyimini 12 farklı kategoriye ayırmıştır (Yaşar & Tekeler, 2023, s.819-820). Bu kategoriler şunlardır:

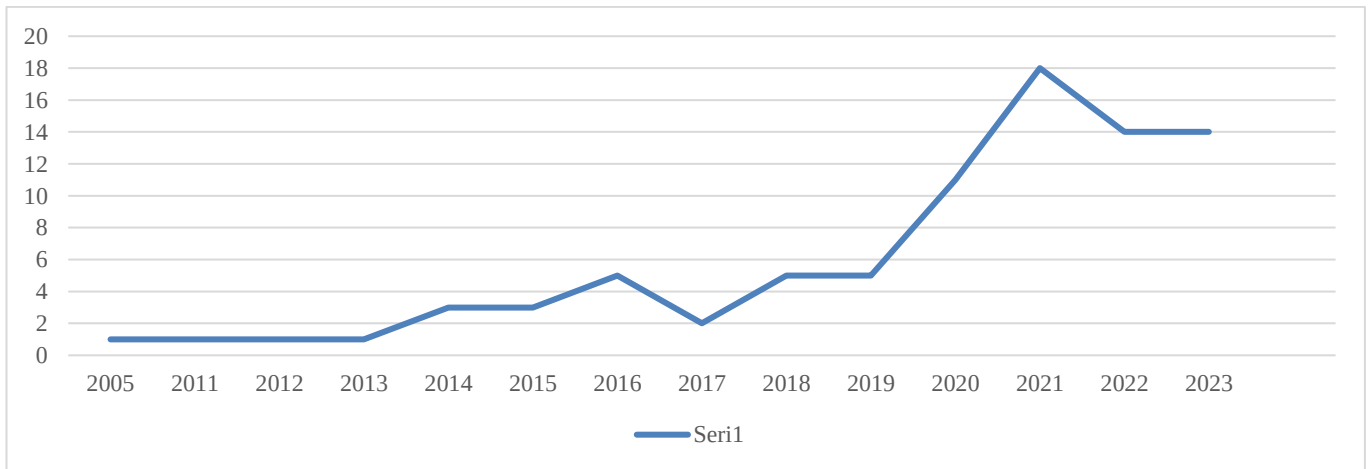
- Aşçılık okulları ve seminerleri
- Gastronomik manzaralar
- Gastronomi destinasyonları
- Gastronomi etkinlikleri
- Gastronomi araçları
- Gastronomi ile ilgili konaklamalar
- Gastronomi pazarları
- Gastronomi turları, rehberler, tur paketleri ve acenteler
- Yemek alanları
- Kulübeler, çiftlikler ve ilgili tarımsal gıda pazarları
- Gastronomi kulüpleri ve dernekleri
- Gastronomi işlem/üretim alanları.

Diğer yandan araştırmalarda çok sık kullanılmamış olsa da tadım turizmi kavramına bakıldığında; yeme-içme turizmine benzer bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir. Tadım turizmi, turistlerin bir destinasyonu, bölgenin yerel yiyecek ve içeceklerini tatmak amacıyla ziyaret ettikleri bir turizm türü olarak tanımlanabilir (Prakash & Singh, 2021). Özetle, gastronomi turizmi kavramı geniş bir kavram olarak karşımıza çıksa da ilgili literatür incelendiğinde; yemek turizmi (food tourism): Birincil ve ikincil gıda üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve belirli yerlere ziyaret (Yaşar & Tekeler, 2023: s.819), belirli bir yiyecek türünü veya belirli bir bölgenin ürünlerini deneyimlemeyi; mutfak turizmi ise: Mutfak spesiyaliteleri ile gelenek/kültürü deneyimleme arzusu kapsamında yapılan niş seyahatleri ifade etmektedir.

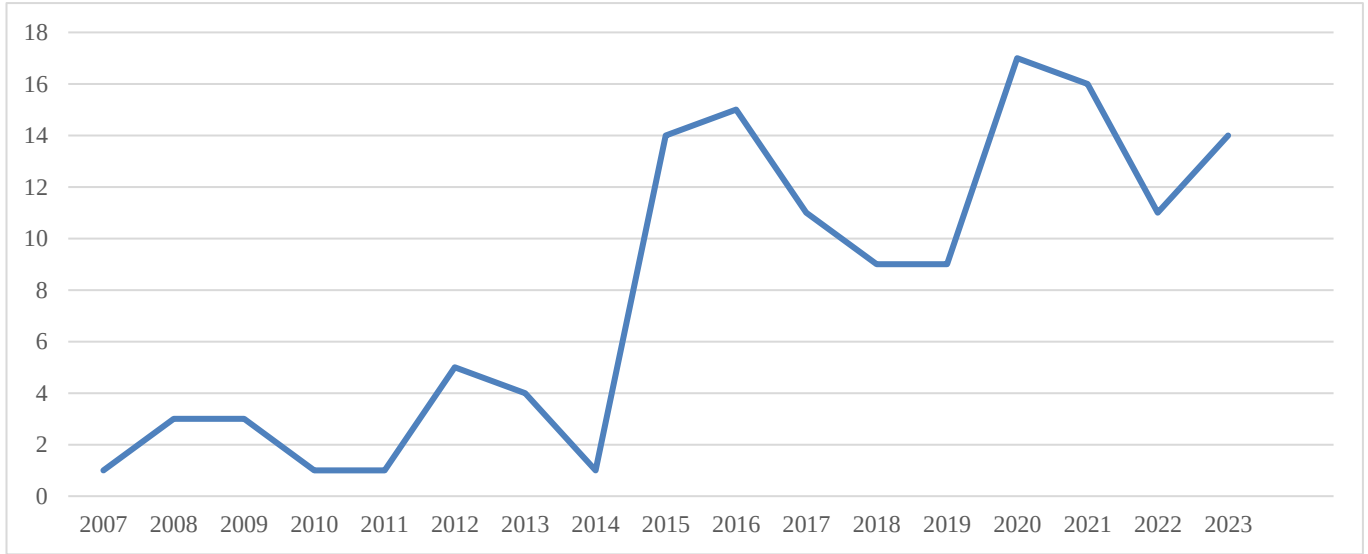
Tablo 3. “Gastronomi/Gastronomik Turizm” (Gastronomy Tourism), “Yemek Turizmi” (Food Tourism) ve “Mutfak Turizmi” (Culinary Tourism) Kavramlarının Tanımlarına İlişkin Sonuçlar

Gastronomi / Gastronomik Turizm (Gastronomy / Gastronomic Tourism)	Yemek Turizmi (Food Tourism)	Mutfak Turizmi (Culinary Tourism)
'Gastronomi turizmi' terimi ' tipik olarak benzersiz bir yeme ve içme deneyimi arayışı olarak tanımlanır. Genel olarak bir yemeğin özgünlüğünü ifade eden ve bir yer, bölge veya ülkeye özgü olan gastronomi turizmi, yerel yemek ve şarapların temel temalarını kapsamaktadır (Toklu Ölmez, 2022, s.314). Sadece yemekten ibaret olmayan gastronomi turizmi sektörü Rehberler ve restoranlar, aşçılık okulları veya seminerleri, yemek kitapları, mutfak seyahat acenteleri ve rehberleri, ilgili TV programları, dergiler ve etkinlikler, şarap imalathaneleri, üzüm bağları, bira fabrikaları, içki imalathaneleri ve tarımsal üreticiler de dahil olmak üzere her türlü mutfak deneyimini kapsar (Pavlidis ve Markantonatou, 2020'den akt: Toklu Ölmez, 2022, s. 314). Gastronomi turizmi, insanların seyahat ederken ortaya çıkan yiyecek ve yeme deneyimleriyle ilgilidir (Wang, 2015) Gastronomi turizmi sadece yeme-içmeyle ilgili değil, yemek festivallerinden çiftlik ziyaretlerine kadar birçok etkinliği de bünyesinde barındırır (Canadian Tourism Commission, 2002).	Hall ve Sharples, (2003: 10) ise yemek turizmini, birincil ve ikincil gıda üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve yemek tadımının ve/veya özel gıda üretim bölgesinin özelliklerini deneyimlemenin seyahat için temel motive edici faktör olduğu belirli yerlere ziyaret olarak tanımlar (Ateş ve Sunar, s.295).	“Mutfak turizmi” ifadesi 1998 yılında ortaya atılmış olup seyahatlerini kısmen veya büyük ölçüde farklı ve “egzotik” mutfak spesyaliteleri ve geleneklerini deneyimleme arzusu temelinde planlayan uluslararası turistleri ifade etmektedir (Horng & Tsai, 2010). Mutfak turizmi araştırma konuları bir dizi arz ve talep konusunu kapsamaktadır. Bunların en eskilerinden biri, kültür ve mutfak arasındaki bağlantı ve ziyaretçilerin mutfak aracılığıyla diğer kültürlerle nasıl karşılaştıkları üzerinedir (Smith & Xiao, 2008). Long (2004) mutfak turizmini, gıda maddelerinin tüketimini, hazırlanmasını ve sunumunu içeren ancak bunlarla sınırlı olmayan diğer insanların yemek yeme yollarını deneyimlemek ve bunlara katılmak olarak tanımlamıştır.

Şekil 1'e bakıldığında “gastronomi – gastronomik turizm” (gastronomy/gastronomic tourism) başlığı ile yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımı görülmektedir. 2024 yılının tamamlanmamış olması ve sağlıklı bir kıyaslama yapabilmek açısından şekil 1, 2 ve 3'teki dağılım grafiklerinde 2024 yılı verileri hariç tutulmuştur. Şekil 1'e bakıldığında özellikle 2018 ve sonrasında yıllık araştırma sayısının ortalama geçmiş yıllara göre 3 kat artış gösterdiği görülmektedir.

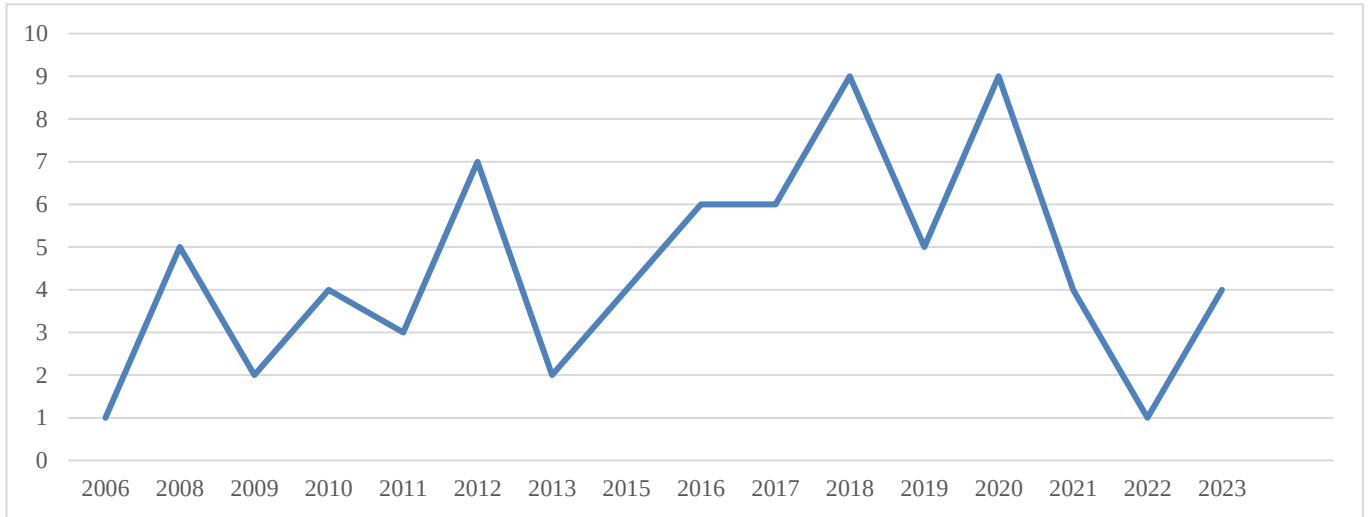
**Şekil 1.** “Gastronomi – Gastronomik Turizm” (Gastronomy/Gastronomic Tourism) Başlıklı Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı (n:84)

Şekil 2’de, “yemek turizmi” (food tourism) başlığı ile yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımı yer almaktadır. “Yemek turizmi” (food tourism) başlığı kapsamındaki yıllık araştırma sayısının 2015 ve sonrasında arttığı görülmektedir.



Şekil 2. “Yemek Turizmi” (Food Tourism) Başlıklı Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı (n:135)

Şekil 3’e bakıldığında “mutfak turizmi” (culinary tourism) başlığı ile yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımı görülmektedir. 2017 ve 2020 yılları arasında mutfak turizmi çalışma sayısının arttığı görülürken, 2021 ve 2022 yıllarında ise konuyla ilgili çalışma sayısının kısmen azaldığı görülmektedir.



Şekil 3. “Mutfak Turizmi” (Culinary Tourism) Başlıklı Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı (n:72)

Şekil 4, 5 ve 6 gastronomi – gastronomik turizm” (gastronomy/gastronomic tourism); “yemek turizmi” (food tourism) ve “mutfak turizmi” (culinary tourism) başlıklı çalışmaların kaynak yayın anahtar kelimelerini görsel olarak temsil etmektedir. Şekil 4, 5 ve 6’daki kelime bulutlarında, en sık kullanılan kelimeler daha büyük punto ile gösterilirken, daha az tekrar eden kelimeler daha küçük punto ile belirtilmektedir. Görsellerdeki kelimelerin konumlandırılması rastgele gibi görünüyorsa da konu alanına özgü olarak en sık kullanılan kelime en merkezde ve en büyük boyutta yer almaktadır (Marlina, Rusydiana, Hidayat & Firdaus, 2021). Aria ve Cuccurullo (2022)

kelimenin boyutunun küçülmesi ve merkezden uzaklaşması durumunun, ilgili kelimenin daha az kullanıldığını belirtmiştir (Özaslan & Doğan, 2023). Bu görselleştirme, gastronomi – gastronomik turizm” (gastronomy/gastronomic tourism); “yemek turizmi” (food tourism) ve “mutfak turizmi” (culinary tourism) başlıklı çalışma literatürünün öne çıkan terimlerini açıkça ortaya koymaktadır.



Şekil 4. “Gastronomi – Gastronomik Turizm” (Gastronomy/Gastronomic Tourism) Başlıklı Araştırma (Keyword Plus) +Anahtar Kelimeleri



Şekil 5. “Yemek Turizmi” (Food Tourism) Başlıklı Araştırma (Keyword Plus) +Anahtar Kelimeleri



Şekil 6. “Mutfak Turizmi” (Culinary Tourism) Başlıklı Araştırma (Keyword Plus) +Anahtar Kelimeleri

Tablo 4, 5, 6 ve 7, “gastronomi turizmi” (gastronomy tourism), “gastronomik turizm” (gastronomic tourism); “yemek turizmi” (food tourism) ve “mutfak turizmi” (culinary tourism) ile ilgili en çok atıf alan ilk 5’er çalışmaya ait “yazar bilgisi, araştırma amacı, yöntem-örneklem, araştırma sonuçları ile araştırmalarda öne çıkan kelime ve kelime grupları” na yönelik içerik analizi sonuçlarını içermektedir.

Tablo 4. Gastronomik Turizm Araştırmalarına Yönelik İçerik Analizi

No	Araştırma Künyesi	Araştırmanın Amacı	Yöntem-Örneklem	Kıta /Ülke	Araştırmanın Sonucu	Araştırmalarda Öne Çıkan/ Birlikte Kullanılan Kelimeler:
1	Björk, & Kauppinen-Räsänen, (2014).	Turistlerin mutfak-gastronomik yemek deneyimlerini etkileyen faktörleri tespit etmek.	158 turist ile yüz yüze anket uygulanmıştır.	Finlandiya	Mutfak-gastronomik deneyimlerinin orijinal ve yerel yemek kültürünü temsil eden otantik gıdaya dayandığını göstermektedir.	Gastronomi-Deneyim Gastronomi – Turist, Gastronomi-Turizm, Gastronomi-Sunum/Sanat, Gastronomi – Destinasyon Memnuniyet Gastronomi-Bilim/Teknoloji, Gastronomi-Duygu/His,
2	Chaney, & Ryan, (2012)	Singapur'da tanıtılan Dünya Gurme Zirvesi'nin (WGS) gelişimini ve başarısına katkıda bulunduğu düşünülen faktörleri tanımlamaktır.	İnceleme	Singapur	Dünya Gurme Zirvesi'nin başarısının temelinde, farklı paydaşlar arasında mükemmel bir koordinasyonun olması, etkinliğin her yıl artan bir prestij imajı kazanması ve kendi yenilenme kapasitesini sürekli olarak göstermesi bulunmaktadır.	
3	Balderas-Cejudo, Patterson, & Leeson, (2019)	Yaşlı turistlerin gastronomi turizmine ilişkin genel eğilimlerini incelemektir.	İnceleme	-	Yaşlı gastronomi turistleri genellikle farklı yemeklerle yabancı kültürleri deneyimlemeyi arzulayan deneyimli gezginlerdir. Ancak bazıları, sağlık sorunları veya tat alma hassasiyetlerinden dolayı tanıdık yiyecekleri tercih edebilir.	
4	Kumar, (2019)	Gastronomik turizmin Andaman ve Nicobar Adaları için tamamlayıcı bir turizm şekli olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini analiz etmektir.	126 turist ve 108 sektör paydaşı ile yüz yüze anket uygulanmıştır.	Andaman ve Nicobar Adaları - Hindistan	Andaman ve Nicobar adalarını gastronomik bir turizm destinasyonu olarak sergilemek için uygun bir strateji ve planlamanın gerekli olması koşuluyla, her iki tarafın da adalardaki gastronomik kalkınma konusunda hemfikir olduğunu açıkça göstermektedir.	
5	Bertan, (2020)	Restoranların gastronomi turizminin gelişimindeki etkisini ortaya koymaktır.	171 kişi ile yüz yüze anket uygulanmıştır.	Türkiye-Denizli	Gastronomi turizminin gelişmesinde; restoranların atmosferi personel hizmeti, içerik zenginliği, yiyecek ve içecek sunum kalitesi büyük bir rol oynamaktadır.	

Tablo 5. Gastronomi Turizmi Araştırmalarına Yönelik İçerik Analizi

No	Araştırma Künyesi	Araştırmanın Amacı	Yöntem-Örneklem	Kıta /Ülke	Araştırmanın Sonucu	Araştırmalarda Öne Çıkan/ Birlikte Kullanılan Kelimeler:
1	Kivela and Crotts, (2005)	Bir destinasyonun gastronomisinin turist deneyim kalitesine katkısını ve turistlerin yerel mutfakları tekrar deneyimlemek amacıyla destinasyona geri dönme eğilimlerini incelemeyi amaçlamaktadır.	1067 kişi ile yüz yüze anket uygulanmıştır.	Hong Kong	Gastronominin turistlerin destinasyonu nasıl deneyimlediği konusunda büyük bir rol oynadığını ve seyahat edenlerin benzersiz gastronomisini tatmak için aynı destinasyona geri dönebileceğini göstermektedir.	Deneyim Gastronomi – Turist, Gastronomi-Turizm, Gastronomi-Sunum/Sanat, Gastronomi – Destinasyon Memnuniyet
2	De Albuquerque Meneguel, Mundet, & Aulet, (2019).	El Celler de Can Roca gibi Michelin yıldızlı bir restoranın gastronomi turizmi ürünlerinin oluşturulması ve geliştirilmesinde oynadığı rolü belirlemektir.	Gözlem ve derinlemesine görüşme yapılmıştır.	Girona, İspanya	Michelin yıldızlı bir restoranın kültürel unsurları nasıl yürüttüğü ve mutfak, gastronomi ve bölgede ayrılmaz olan geleneksel değerleri, yerel mutfak kültürünü ve kolektif kültürü aktarmanın büyük sorumluluğunun, gastronomi turizminin yeni ürünlerini teşvik etmesinin yansımalarına katkıda bulunmaktadır.	Gastronomi-Bilim/Teknoloji, Gastronomi-Duygu/His,
3	Fusté-Forné, (2021)	Bu çalışmada, turistlerin restoranlarda robot kullanımına ilişkin algılarının araştırılması amaçlanmaktadır.	12 gezginle görüşme yapılmıştır.	İspanya	Araştırma sonuçlarına göre robotlar; çok çalışkan, hızlı ve verimli olmasına rağmen robotların duygularının ve hislerinin olmaması müşteriler açısından birer dezavantajdır.	
4	Wang, (2015).	İnterneti kullanan turistlerin Makao'nun gastronomi turizm imajının ve elektronik ağızdan ağıza (eWOM) söylemlerinin, Makao'nun gastronomi hakkında bilgi aramak için interneti kullananlar üzerindeki etkisini ölçmektir	Nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve online topluluklara veya seyahat gruplarına üye olan katılımcılara online anketler uygulanmıştır.	Makao, Çin	Gastronomi turizmi imajının ve eWOM'un turistlerin niyetleri üzerinde önemli pozitif etkilere sahip olduğunu göstermiştir ve eWOM ile Makao'nun gastronomi turizm imajı arasında önemli pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.	
5	Durmaz, Çayırbaş & Çopuroğlu, (2022).	Covid-19'un gastronomi turizmi kapsamında tüketici davranışlarını nasıl etkilediğini ve bu ilişkide destinasyon memnuniyetinin aracılık rolünü incelemeyi amaçlamaktadır	Veriler anket yoluyla 812 tüketiciden toplanmıştır.	Gaziantep, Türkiye	Araştırmada gastronomi turizmi algısının destinasyon memnuniyeti ve tüketici davranışları üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, destinasyon memnuniyetinin ise tüketici davranışları üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca destinasyon memnuniyetinin gastronomi turizmi algısı ile tüketici davranışları arasında kısmi aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir.	

Tablo 6. Yemek Turizmi Araştırmalarına Yönelik İçerik Analizi

No	Araştırma Künyesi	Araştırmanın Amacı	Yöntem-Örneklem	Kıta /Ülke	Araştırmanın Sonucu	Araştırmalarda Öne Çıkan/ Birlikte Kullanılan Kelimeler:
1	Everett & Aitchison (2008)	Kırsal yenilenme, tarımsal çeşitlendirme ve kırsalda üretim ile tüketim arasında daha yakın ilişkilerin yaratılması bağlamında bölgesel kimliklerin geliştirilmesinde ve sürdürülmesinde yemek turizminin rolünü incelemektedir.	Dört popüler turistik bölgede 12 restoran işletmecisi ile derinlemesine görüşme.	Avrupa / İngiltere / Cornwall.	Yemek turizmine olan ilginin artması ile bölgesel kimliğin korunması ve geliştirilmesi, çevre bilincinin ve sürdürülebilirliğin artırılması, yerel gıda üretimini kutlayan sosyal ve kültürel faydaların artması ve geleneksel mirasın, becerilerin ve yöntemlerin korunması arasında bir korelasyon bulunmuştur.	Yemek- Yöresel/Yerel, Yemek-Kimlik, Yemek-Sağlayıcılar, Yiyecek/Yemek-İşletme/Kuruluş/Mağaza/Zincir, Fast food Restoranlar Yemek -Kültür/Gelenek, Yemek- Çekicilik, Yemek-Turist/Turisti, Gıda/yemek – Üretimi, Yemek-Rota, Yemek-İçecek, Yemek-Puan, Yemek-Geleneksel gıda maddeleri, Yemek – Besin Zinciri.
2	Henderson. (2009)	Yemek turizminin önemine ve yemeğin turizme katkısını gözden geçirmek ve gelecekteki araştırmalara yönelik konuları vurgulamak.	İnceleme (Basılı ve elektronik kaynaklar)	-	Yiyecek, çeşitli turizm ürün türlerinin konusudur. Aynı zamanda işletme ve destinasyon yetkilileri tarafından pazarlamada kullanılacak ortak bir temadır.	
3	Ellis, Park, Kim & Yeoman. (2018).	Yemek turizmi nedir?' araştırma sorusunu yanıtlamak için araştırmanın iki amacı vardır: (1) turizmin konularını, temalarını ve söylemlerini temsil eden bir dizi kavramı tanımlamak için literatürü eleştirel bir şekilde değerlendirmek ve gözden geçirmek. (2) Yemek turizminin doğası hakkında bir anlam oluşturmak için bilişsel haritalama sürecini kullanarak yemek turizmini kavramsallaştırmak.	Literatür incelemesi	-	Yemek turizmi literatürünün çoğunun mutfağı yer olarak tanımladığı ve birçok biçimde de turistlerle etkileşimde kullanıldığı göz önüne alındığında, yemek turizminin kültürel antropolojiyle ilgili olduğunu belirtmişlerdir.	
4	Tsai, & Wang. (2017)	Destinasyon imajı ile turistlerin yemek turizmine yönelik davranışsal niyeti arasındaki ilişkiyi tespit etmektir	Anket, yemekle ilgili etkinlikler için Tainan'ı ziyaret eden turistlere kolayda örnekleme yöntemiyle dağıtılmıştır. Teşvik amacıyla her katılımcıya 2 ABD doları değerinde bir hediye verilmiştir.	Asya / Tayvan / Tainan	Destinasyon imajı turistlerin yemek turizmine yönelik davranışsal niyetini önemli ölçüde etkilemektedir.	
5	Sidali, Kastenholz, & Bianchi. (2015)	Çalışmanın amacı; kırsal turizmde özel gıda ürünlerinin pazarlanmasına yönelik teorik bir çerçeve ortaya koymaktır.	İnceleme, İkincil Literatür.	-	Yiyecek sağlayıcıları kırsal kesimdeki turistlere yiyeceklerin farklılığını göstermeli; Politika yapıcılar ise, tarihsel, sosyal ve çevresel açıdan katmanlı mutfak geleneklerini değiştirmeden kırsal turizmi geliştirmek için bunları bölgesel kalkınma modellerine dahil edebilir.	

Tablo 7. Mutfak Turizmi Araştırmalarına Yönelik İçerik Analizi

No	Araştırma Künyesi	Araştırmanın Amacı	Yöntem-Örneklem	Kıta /Ülke	Araştırmanın Sonucu	Araştırmalarda Öne Çıkan/ Birlikte Kullanılan Kelimeler:
1	Mason & Paggiaro. (2012)	Makale, yemek ve şarap etkinliklerinde katılımcıların duygularını, memnuniyetlerini ve gelecekteki davranışlarını belirlemede festival manzaralarının önemini analiz etmektedir. Festivalin alt başlığı olan “Vini, Vivande, Vicende e Vedute” (Şarap, Yemek, Etkinlikler ve Manzaralar), etkinliği lezzetlerin, renklerin, şarapların, el sanatlarının, popüler ve halk geleneklerinin vitrini olarak düzenleme isteğini sentezliyor.	Model, 2007 yılında İtalya'nın kuzeydoğusundaki Friuli Venezia-Giulia bölgesinde düzenlenen "Friuli Doc" yiyecek ve şarap etkinliğine katılan 380 ziyaretçiden oluşan bir örnek üzerinde ampirik olarak test edilmiştir.	Avrupa / İtalya	Festival organizatörleri, ziyaretçilerinin davranışsal niyetlerini geliştirmek için yemek ve şarap kalitesi, konfor ve eğlence gibi dışsal özelliklerin subjektif algısından kaynaklanan duygu ve tatmini izlemelidir	Mutfak-Miras İlişkisi, Gelenek-Mutfak, Ülke-Şehir-Mutfak, Mutfak Aktarımı, Mutfak Bilgisi, Kültür-Mutfak, Eğitim-Mutfak. Festival-Mutfak. Mutfak-Çekici Faktörler
2	Hong & Tsai. (2010)	Çalışmanın amacı Hong Kong, Japonya, Kore, Singapur, Tayvan ve Tayland'ın devlet turizmi web sitelerinin kendi mutfaklarını ve yemek kültürlerini sunma ve dolayısıyla turist çekme yollarını analiz etmektir.	İçerik Analizi	Asya / Hong Kong, Japonya, Kore, Singapur, Tayvan ve Tayland	Altı ülkenin tümü, kendi web sitelerinde, potansiyel turistlere ülkelerinin mutfak turizmi deneyiminin tüm yönleri hakkında bilgi sağlayan benzer mutfak pazarlama teknikleri kullanırken, hala bazı bireysel farklılıklar ve belirli bireysel güçlü yanlar olduğu bulunmuştur.	
3	Ab Karim, & Chi. (2010)	Çalışma, popüler mutfaklarıyla tanınan Fransa, İtalya ve Tayland'ın yemek imajını ortaya koymak için Yahoo.com ve MSN.com'daki çevrimiçi seyahat ve yemek gruplarının üyeleri ile (a) Destinasyonun yiyecek imajı ile gezginlerin ziyaret niyetleri arasındaki ilişkiyi ve (b) bilgi kaynakları ile gezginlerin satın alma kararları arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılmıştır.	Yahoo.com ve MSN.com'daki çevrimiçi seyahat ve yemek gruplarından toplam 294 üye ile çevrimiçi anket.	-	Sonuçlar, genel olarak İtalya'nın en olumlu yemek imajına ve gelecekte ziyaret edilebilecek en yüksek potansiyele sahip olduğunu ortaya koydu. Yiyecek imajı ile ziyaret niyetleri arasında anlamlı pozitif ilişkiler bulunmuştur.	

Tablo 7. Mutfak Turizmi Araştırmalarına Yönelik İçerik Analizi (devamı)

4	Smith & Xiao, 2008	Tedarik zinciri teorisinin mutfak turizmiyle olan ilgisini tartışmak.	Görüşme Çiftçi pazarları, yiyecek/içecek festivalleri ve restoran temsilcileri ile.	Amerika / Kanada	Tedarik zinciri teorisinin henüz yöneticiler tarafından önemli bir araç olarak görülmediği görülmektedir.
5	Smith, Costello & Muenchen. (2010)	Araştırmanın amacı, mutfak etkinliğine katılmaya yönelik itme ve çekme motivasyonlarının etkisini belirlemek. İtici faktörler motivasyonu rahatlamayı, aile birlikteliğini, bilgiyi, prestiji ve/veya sosyalleşmeyi içerirken, çekme motivasyonları kültürü (örneğin eğitim ve tarih) temsil edebilir.	Anket	Amerika	Çekici faktörlerin misafir memnuniyeti ile ilişkili olduğu, itici faktörlerin ise misafir memnuniyeti üzerinde etkisi olmadığı veya sınırlı olduğu sonucu görülmüştür. Çekici faktörlere odaklanmamaktan kaynaklanan kötü bir deneyim, gezginin tekrar ziyaret etmesini engelleyebilir.

Tablo 8, Türkiye’de Yemek Turizmi ve Mutfak Turizmine yönelik olarak yapılmış araştırmaları içermektedir. Tablo 8’e bakıldığında Türkiye’de yabancı yayınların aksine yemek turizmi veya mutfak turizmi başlığı ile yapılan araştırma sayısının çok sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Türkiye’de “Yemek Turizmi” başlıklı 1 uluslararası dergide yayımlanmış çalışma yer alırken; “Mutfak Turizmi” başlıklı araştırma kapsamında ise 2’şer adet kitap bölümü çalışması ve uluslararası dergide yayımlanmış araştırma tespit edilmiştir. “Mutfak Turizmi Hedef Pazarlarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Belirlenmesi” isimli araştırma Mutfak turizmi başlığı ile Türkiye’de TR Dizin dergi kapsamında ise yapılmış tek çalışma olarak tespit edilmiştir.

Tablo 8. Türkiye’de Yemek Turizmi ve Mutfak Turizmi Araştırmaları (Google Akademik)

No	Yayın Yılı	Araştırma Başlığı	Yazarlar	Künyesi
1	2008	Mutfak turizmi	Editörler: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt Yazar: Murat Doğdubay, İbrahim Giritlioğlu	Nobel Yayın: Kitap Bölümü
2	2018	Dünya’da ve Türkiye’de Yemek Turizmi	Saime Küçükkömürler, Nağme Boran Şirvan Aybüke Ceyhun Sezgin	Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences E-ISSN: 2602-4411 2(2): 78-85.
3	2020	Sokak Yemeklerinden Yiyecek Bölgelerine - Kentsel Mekânda Gastronomi Hizmetleri ve Mutfak Turizmi: Adana Örneği	Sibel Oğuz	Artıbilim Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2).

Tablo 8. Türkiye’de Yemek Turizmi ve Mutfak Turizmi Araştırmaları (Google Akademik) (devamı)

4	2021	Mutfak Turizmi Hedef Pazarlarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Belirlenmesi	Abdulhamit Eş, Dilek Eren	Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi® www.esosder.org Electronic Journal of Social Sciences® ISSN:1304-0278 Cilt/Volume:20 - Sayı/Issue:78
5	2022	Mutfak Turizmi Destinasyonlarında Başarı Faktörleri: Ayvalık Örneği.	Serdar Eren	Kitap, Detay Yayıncılık.
6	2023	Erzurum Mutfak Kültürünün Sahip Olduğu Zenginliğin Mutfak Turizmi Açısından Farkında Olmak	Erkan Denk	Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences E- ISSN: 2602-4411, 7(2): 59-79, www.ijtebs.org

Tablo 9, Türkiye’de Yemek Turizmi ve Mutfak Turizmine yönelik olarak yapılmış yüksek lisans ve doktora tezi araştırmalarını yıllara göre içermektedir. Tablo 9’a bakıldığında makale sayısında olduğu gibi yemek turizmi veya mutfak turizmi başlığı ile yapılan tez çalışması sayısının da çok sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de “Yemek Turizmi” başlıklı 1’si yüksek lisans, 2’si de doktora tezi olmak üzere 3 araştırma yer alırken; “Mutfak Turizmi” başlıklı araştırma kapsamında ise 3 adet yüksek lisans tezi yazılmıştır. Tez kapsamında da çalışma sayısının kısıtlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9. Türkiye’de Yemek Turizmi ve Mutfak Turizmi Araştırmaları (Ulusal Tez Merkezi)

No	Yayın Yılı	Araştırma Başlığı	Yazarlar	Tez No ve Düzeyi
1	2013	Yemek turizmine katılma niyeti: Planlı davranış teorisi çerçevesinde bir inceleme	Gülşah Akkuş Danışmanı: Prof. Dr. Orhan Erdem	321959, Doktora Tezi
2	2016	Slow food ve yemek turizmi: Foça Yeryüzü Pazarı örnek olay çalışması	Hamit Gökay Meriç Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gülşah Akkuş	443037, Yüksek Lisans Tezi
3	2017	Yemek turizmi: Yöresel yiyecek tüketimi motivasyonunu etkileyen faktörler ve bu faktörlerin seyahat niyetlerine etkisi	Birce Gürbaştan Akyüz Danışmanı: Doç. Dr. Ahmet Erkuş	473302, Doktora Tezi
4	2011	Mutfak turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemi	Cihan Demir Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Ali Yaylı	290720, Yüksek Lisans Tezi
5	2011	Alternatif bir turizm çeşidi olarak mutfak turizminin değerlendirilmesine ilişkin sektör temsilcilerinin görüşlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma	Dilek Eren Danışmanı: Doç. Dr. Atilla Akbaba	279985, Yüksek Lisans Tezi
6	2014	Destinasyon çekicilik unsuru olarak mutfak turizmi (İzmir yarımadası örneği)	Egem Zağralı Danışmanı: Doç. Dr. Atilla Akbaba	355935, Yüksek Lisans Tezi

Tablo 10’da Web of Science (Wos) veri tabanı – Türkiye Tr Dizini ve YÖKTEZ veri tabanında; yemek turizmi, mutfak turizmi, gastronomi turizmi ve şarap turizmine yönelik araştırma sayılarına karşılaştırılmalı olarak yer verilmiştir. Tablo 10’da yer alan sonuçlar kıyaslandığında ulusal kapsamda yapılan yemek turizmi, mutfak turizmi, gastronomi turizmi ve şarap turizmine yönelik çalışmaların Türkiye’de tez çalışmaları kapsamında %90, makale

kapsamında ise %84 düzeyinde gastronomi turizmi olarak yürütüldüğü tespit edilmiştir. Web Of Science veri tabanında ise bu oran sadece %14 düzeyindedir.

Tablo 10. Web of Science (Wos) veri tabanı – Türkiye Tr Dizini ve YÖKTEZ veri tabanında; Yemek Turizmi, Mutfak Turizmi, Gastronomi Turizmi ve Şarap Turizmine Yönelik Araştırmaların Niceliksel Karşılaştırılması

Kavram	Uluslararası Yayınlar Web of Science (n)	TR Dizin (n)	YÖKTEZ (n)
Yemek (Food) Turizmi	140		3
Mutfak (Culinary) Turizmi	73	1	3
Gastronomik (Gastronomic) Turizmi	53	76	129
Gastronomi (Gastronomy) Turizmi	35		
Mutfak (Cuisine) Turizmi	1	-	-
Mutfak (Kitchen) Turizmi	1	-	-
Şarap (Wine) Turizmi	334	13	9
Tadım (Tasting) Turizmi	2		-
Toplam	634	90	144

Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda turizm hareketlerinin büyümesine paralel olarak, gastronomi temalı televizyon programlarının da artış göstermesi yemek kültürüne yönelik seyahatlerin artmasını sağlamıştır.

Yemeğe yönelik olarak yapılan akademik çalışma sayısının da artış gösterdiği son yıllarda ulusal yazında ilgili alanda yapılan çalışmaların genel eğilimine turizm açısından bakıldığında, konunun çok büyük oranda “gastronomi turizmi” olarak ele alındığı tespit edilmiştir. Oysaki yabancı literatürde araştırmacıların konuyu sadece “gastronomi turizm” olarak ele almadığı; “yemek turizmi” ve “mutfak turizmi” “tadım turizmi” “şarap turizmi” vb. gibi farklı başlıklarla da konuyu ele aldıkları tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda Web of Science (WoS) veri tabanında İngilizce olarak yayımlanmış günümüze dek 303 araştırmanın yayımlandığı tespit edilmiştir. Ulusal yazının aksine yemek turizmi üzerine yapılan uluslararası çalışmalarda “gastronomi/ gastronomik turizmi” konulu çalışmaların toplam araştırmaların yaklaşık yüzde 29’unu; “mutfak turizmi” konulu çalışmalar yüzde 25’ini; “yemek turizmi” konulu çalışmalar ise toplam araştırmaların yüzde 46’sını oluşturmuştur. Ulusal yazında ise TR Dizin dergi listesinde yayımlanan çalışmaların yüzde 99’u ise “gastronomi turizmi” başlıklı çalışmalardan oluşmuştur.

Gıda ve turizm arasındaki bağlantıyı ifade etmek için literatürde çeşitli terimler kullanılmıştır: Mutfak turizmi, yemek turizmi ve gastronomi turizmi gibi. Tanımlara göre “mutfak” yalnızca yiyecek hazırlama ve pişirme tarzlarına odaklanırken, “gastronomi” ise daha genel anlamda yiyecek ve içecek tüketimiyle, estetik açıdan iyi yiyecek ve içeceklerden keyif alınmasıyla ilgilidir. İngilizce’de kullanılan “gastronomic” kelimesi, “gastronomi”nin sıfat biçimini ifade ederken; “culinary” kelimesi de “cuisine” kelimesinin sıfat biçimini ifade etmektedir. Gastronomik ve gastronomi kelimeleri aynı anlamda kullanılırken; mutfak anlamında “cuisine” den daha yaygın kullanılan “culinary” fiili uygulamayı (örneğin 'mutfak aletleri') ve yiyecek hazırlama ve tüketim tarzını ve aynı zamanda ("mutfak" ismi gibi) gıdanın elde edildiği, hazırlandığı ve yenildiği yerleri, sosyal bağlamı vurgulama eğilimindedir (Horng & Tsai, 2010).

Araştırma sonucunda görülmüştür ki: gastronomi kelimesi, üretimden tüketime kadar süregelen bir süreci, sanatı, yemek kültür ve gelenekleri yansıtmak için kullanılmaktadır. Yemek kelimesi ise daha çok gıda, besin kaynağı, enerji veren besin maddeleri olarak ele alınırken; mutfak kelimesi ise mutfak, yemek pişirilen yer, aşçı ve aşçılıkla ilgili mesleki süreçleri ifade etmektedir.

Konu turizm açısından ele alındığında, yiyecek-içecek servis eden alan ve mekânlarına (örneğin, restoranlar, yemek festivalleri, gıda ve içecek üreticileri) yapılan ziyaretler ve yemek sırasında yaşanan deneyimler “yemek turizmi” kapsamında değerlendirilmektedir. Belirli bir bölgenin mutfak kültürüne, spesiyalitelere ve geleneklerine yönelik ilgi ve bu deneyimleri yaşama arzusu ise “mutfak turizmi” çerçevesinde ele alınmaktadır. Daha genel bir bağlamda, yiyecek ve içecek tüketimi, estetik açıdan kaliteli yiyecek ve içeceklerden keyif alınması ve iyi bir yeme-içme deneyimi arayışı ise “gastronomi turizmi” kapsamında tanımlanmaktadır.

Araştırma sonuçları, "gastronomi" teriminin genel olarak yeme-içme davranışlarıyla ilgili çalışmalarda yaygın bir kullanım alanı bulabileceğini ortaya koymakla birlikte, "mutfak turizmi" ve "yemek turizmi" tanımlarının daha net, sınırlı ve anlaşılır olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, araştırmacılara, çalışmalarının başlığını belirlerken öncelikle konunun "yemek turizmi" ya da "mutfak turizmi" kapsamında tanımlanıp tanımlanamayacağını değerlendirmeleri önerilmektedir. Eğer bu kapsamda tanımlama yapılamıyorsa, “gastronomi” veya “gastronomi turizmi” kavramlarına yönelmeleri uygun olacaktır.

Diğer yandan, bilimsel çalışmalar uluslararası alanda (Web of Science veri tabanında) ve Türkiye’de bu şekilde ilerlerken, Dünya Yemek Seyahati Birliği 2018 yılında yayımladığı resmi görüşünde, “yemek turizmi,” “mutfak turizmi” ve “gastronomi turizmi” (Food, Culinary, Gastronomy) terimlerini işlevsel olarak eşdeğer kabul ettiğini belirtmiştir (Pavlidis & Markantonatou, 2020, s.4). Bununla birlikte, 2012 yılından itibaren "gastronomi turizmi" kavramının kullanım sıklığının giderek arttığı ve bu artışın özellikle yayın sayılarında kendini gösterdiği de dikkat çekmiştir.

Dünya Yemek Seyahati Birliği’ne göre, sektör profesyonelleri arasında yaygın bir yanlış anlama da, kırsal/tarımsal turizm ile gastronomi veya gıda/mutfak turizminin birbirinin yerine kullanılabilir terimler olduğu düşüncesidir. Ancak Dünya Yemek Seyahati Birliği, tarım turizminin çiftliklerde konaklama, hasat festivalleri ve çiftlikte yemek deneyimleri gibi faaliyetleri içerdiğini belirtmektedir (Pavlidis & Markantonatou, 2020, s.4). Bu bağlamda, tarım turizmi ve gastronomi turizmi arasındaki bu kavramsal ayrım, araştırmacılar ve konuya ilgi duyanlar için incelenmeye değer bir araştırma alanı sunmaktadır

Araştırmalar sonucunda “gastronomi” kavramının temel bir üst / genel bir alanı ifade etmekte olduğu söylenebilir. Araştırmacıların tüm çalışmalarında, bir problem yaratmadığı da ifade edilerek çalışmalarını “gastronomi” kavramı üzerinden yürütmelerinde bir sakınca olmadığı söylenebilir. Lakin yemek, mutfak gibi farklı kavramların kullanımının “gastronomi” bilim alanının alt dallarını oluşturmak açısından fayda sağlayabileceği hususu da göz ardı edilmemelidir. Diğer yandan uluslararası arenada (Web of Science) mutfak ve yemek turizmi kavramlarının yaygın olarak kullanıldığı da gözden kaçırılmamalıdır.

Konu içecek açısından araştırıldığında ise Web of Science veri tabanında gastronomik açıdan en fazla çalışmanın “şarap turizmi” üzerine olduğu tespit edilmiştir. Uluslararası yazın açısından bakıldığında içeceklerin de turizm boyutunun farklı konularla çalışıldığı, konunun genel manada sadece gastronomi olarak ele alınmadığı

görülmektedir. İçecek türlerine yönelik yapılacak çalışma sayısının artması gastronominin alt bilim dallarını ortaya çıkarma hususunda destekleyici olacaktır. Buckmaster ve Senn eserinde 19. Yüzyıl'da Fransızca'yı artık diplomasinin ve aşçılığın dili olarak belirtmişti. Bu sebeple araştırmacılara gastronomi, mutfak, yemek vb. kavramların Fransızca diline yönelik olarak da araştırılması da tavsiye edilir.

Bununla birlikte, araştırma bazı kısıtlamalara sahiptir. İlk olarak, analiz yalnızca “Web of Science” veri tabanında yayımlanmış çalışmalarla sınırlıdır. Bu durum, diğer akademik veri tabanlarında yer alan potansiyel çalışmaları kapsam dışı bırakmış ve daha geniş bir literatür incelemesini engellemiştir. İkinci olarak, araştırma kapsamında yalnızca “gastronomi turizmi,” “yemek turizmi” ve “mutfak turizmi” başlıkları incelenmiş; “tadım turizmi” ve “şarap turizmi” gibi diğer önemli alt kategoriler detaylı olarak ele alınmamıştır. Diğer yandan araştırmaya konu edilebilecek kadar “tadım turizmi” (n:2) konusunda henüz yeterli araştırma bulunmamaktadır. Ayrıca, çalışmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş olsa da saha araştırmaları veya anket uygulamaları gibi nicel yöntemlere başvurulmamış, bu da bulguların daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesini sınırlamıştır. Son olarak, ulusal yazında mutfak ve yemek turizmi başlıklı sınırlı sayıda çalışmaya erişilmiş olması, Türkiye'deki araştırma trendlerini tam anlamıyla yansıtamayabilir.

Bu çalışma, yemek/mutfak ve gastronomi kavramının ayrıntılı olarak tanımlanmasına, uluslararası yazında konunun ulusal yazında olduğu gibi sadece “gastronomi” olarak ele alınmadığına dikkat çekmek ve konunun anlaşılmasına katkı sağlamak üzere yürütülmüştür. Söz konusu incelemeler sonrasında çalışmada, yemek/mutfak ve gastronomi turizminin ne anlam ifade ettiği veya ne anlamda kullanılabileceğine yönelik literatür taraması ve içerik analizi yapılmış, akabinde çeşitli öneriler ortaya konmuştur. Araştırma özellikle yemek/mutfak ve gastronomi olgusunun kavramsal açıdan anlaşılmasına katkı sağlaması açısından önemli olmakla birlikte, konuyla ilgili ulusal yazında gerçekleştirilecek saha çalışmalarında kavramın anlaşılabilirliği, doğru şekilde kullanımı ve net olarak anlaşılması gibi hususlarda araştırmacılara ortak bir kanı geliştirilmesi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Albayrak, A. (2022). Evaluation of gastronomy education quality in Turkey in terms of faculty members. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, (100498), 1-8.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2022). Biblioshiny bibliometrix for no coders. <https://bibliometrix.org/biblioshiny/assets/player/KeynoteDHTMLPlayer.html> Erişim Tarihi: 5 Eylül 2023.
- Ateş, A., & Sunar, H. (2022). Yöresel mutfakların gastronomik markalaşması, Prof. Dr. Mete Sezgin, Öğr. Gör. Abdullah Köseoğlu. (Ed.), *Turizm Sektöründe Markalaşma Analizler, Sorunlar, Çözümler* içinde (s. 313-326). Konya: Eğitim Yayınevi

- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I., & Leeson, G. W. (2019). Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100152.
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100232.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism—a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Bodenham, D. (1993). *The food dictionary*, Bristol: Redcliffe Press,
- Boniface, P. (2003), *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*, Ashgate, Aldershot, London: Routledge
- Boyne, S., Williams, F., & Hall, D. (2002). The Isle of Arran taste trail, In: Hjalager, A.- M., & Richards, G. (Eds.). *Tourism and Gastronomy*, (pp. 91–114). London: Routledge.
- Britannica.com, (2024a). Gastronomy, <https://www.britannica.com/search?query=gastronomy> Erişim: 15.04.2024.
- Britannica.com, (2024b). Food, <https://www.britannica.com/topic/food> Erişim: 15.04.2024.
- Canadian Tourism Commission. (2002). Acquiring a Taste for Cuisine Tourism. A Product Development Strategy. Canadian Tourism Commission. Ottawa. https://publications.gc.ca/collections/collection_2008/ic/Iu86-24-2002E.pdf Erişim: 14.04.2024.
- Chaney, S., & Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 309-318.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
- De Albuquerque Meneguel, C. R., Mundet, L., & Aulet, S. (2019). The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220-228.
- Dean, S. (2013). The Etymology of the Words 'Food' and 'Meal', <https://www.bonappetit.com/test-kitchen/ingredients/article/the-etymology-of-food-and-meal> Erişim: 18.04.2024.
- Derek, A. P. (1996). *International Food Dictionary*, United Kingdom: Summersdale Publishers.
- Dictionary.com (2024). *Gastronomy, Gastronomic, Food and Culinary*. <https://www.dictionary.com/> Erişim: 12.04.2024.
- Dictionary.cambridge.org. (2024a). Culinary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/culinary> Erişim: 15.04.2024.
- Dictionary.cambridge.org. (2024b). Vocational, (Gastronomy, Gastronomic, Food and Culinary) <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/vocational> Erişim: 15.04.2024.
- Durgun Kaygısız, A. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yılında turizm. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 124-133.

- Durmaz, Y., Çayırtaş, F., & Çopuroğlu, F. (2022). The mediating role of destination satisfaction between the perception of gastronomy tourism and consumer behavior during COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100525.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008) The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England, *Journal of Sustainable Tourism*, 16:2, 150-167.
- Fusté-Forné, F. (2021). Robot chefs in gastronomy tourism: what's on the menu?. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100774.
- Gómez de Silva, G. (2003). *International Dictionary of Gastronomy*, New York: Hippocrene Books
- Hall, C.M. (2003), *Wine, food and tourism marketing*, New York: The Haworth Hospitality Press.
- Hall, C. M. & Mitchell, R. (2001). *Wine and Food Tourism*. Douglas, N., Douglas, N. and Derrett, R., (Eds.), *Special Interest Tourism: Context and Cases* (pp. 307–329). Wiley.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World*. Hall, C. M., Sharples, L. Mitchell, R. Macionis, N. & Cambourne, B. (Ed.), *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*, (pp. 1-24). Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Hall, C.M., Sharples, L., Cambourne, B., & Macionis, N. (2000), *Wine Tourism Around The World: Development, Management and Markets*, (1st ed.). London: Routledge.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). Food tourism around the world: Development, management and markets. Routledge.
https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=WGgABAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Food+tourism+around+the+world:+Development,+management+and+markets&ots=NSQ63WPPJE&sig=iJZ836ysvqJF6nZ4f4jH142QiIc&redir_esc=y#v=onepage&q=Food%20tourism%20around%20the%20world%3A%20Development%2C%20management%20and%20markets&f=false Erişim Tarihi: 15.04.2024.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.
- Hjalanger, A.M., & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*, London: Routledge.
- Horng, J. S., & Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2–3), 39–55.
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic tourism—A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100139.
- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
https://books.google.com.tr/books?id=8WkumSPd7acC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false Erişim Tarihi: 10 Nisan 2024

- Marlina, L., Rusydiana, A.S., Hidayat, P., & Firdaus, N. (2021). Twenty years of Islamic banking in Indonesia: A biblioshiny application. *Library Philosophy and Practice* (ejournal), 4999.
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329-1336.
- Massimo, A., & Corrado, C. (2023). Biblioshiny bibliometrix for no coders. <https://www.bibliometrix.org/biblioshiny/> Erişim Tarihi: 18 Kasım 2024
- Nigar, A. (2020). *Slow Food Hareketinin Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliği ile İlişkisi: Foça Örneği*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Oxfordlearnersdictionaries.com. (2024a). Culinary, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/culinary?q=culinary> Erişim: 10.04.2024.
- Oxfordlearnersdictionaries.com. (2024b). Gastronomic, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gastronomic?q=gastronomic> Erişim: 10.04.2024.
- Oxfordlearnersdictionaries.com. (2024c). Food, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/food> Erişim: 10.04.2024.
- Oxfordlearnersdictionaries.com. (2024d). Kitchen, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/kitchen?q=kitchen> Erişim: 10.04.2024.
- Özaslan, Y., & Doğan, S. (2023). Bahşış verme davranışıyla ilgili çalışmaların bibliyometrik analiz, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1536-1557.
- Özen de Haas, A. E. (2020). Gastronomi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/gastronomi>, Erişim: 18.04.2024.
- Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100229, 1-10.
- Prakash, J., & Singh, K. B. (2021). Tasting Tourism: a New Phase Towards Experiencing Indian Cuisine After the Pandemic. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*. 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5770304>
- Sağdıç, E. (2022). *Motivasyon Kaynağı Olarak Yiyecek ve İçecekler: Gastronomi Şehirleri Üzerine Bir Araştırma*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Samancı, Ö. (2015). "Modern Çağ'da Fransız Mutfağının Gelişimi", Yılmaz H, Dünder Arıkan, A., (Ed.) Gastronomi Tarihi, s.132-151. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Senn, C. H. (1898). Senn's culinary encyclopaedia, London: Spottiswoode & CO., <https://archive.org/details/b28137176/page/n3/mode/2up> Erişim Tarihi: 14.04.2024.
- Sırıklı, İ.K., Sormaz, Ü., & Kara, H. H. (2022). İstanbul'un tarihi bölgelerinde bulunan restoranların gastronomi turizm bağlamında turist değerlendirmeleri, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1353-1363.
- Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197.

- Simon, A.L. & Howe R. (1978). *Dictionary of Gastronomy*, London: Andre Deutsch Limited.
- Simon, J., & Burstein, P. (1985). *Basic Research Methods in Social Sciences*, NewYork: Random Press.
- Smith, S. L., & Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289-299.
- Smith, S., Costello, C., & Muenchen, R. A. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 17-35.
- Sur, E., & Çakır, H. (2023). Bibliometric analysis of the use of sentiment analysis in the context of service quality. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 8(1), 81-104.
- Toklu Ölmez, E. (2022). Gastronomi Turizminde Kentlerin ve Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Markalaşması, Prof. Dr. Mete Sezgin, Öğr. Gör. Abdullah Köseoğlu. (Ed.), *Turizm Sektöründe Markalaşma Analizler, Sorunlar, Çözümler* içinde (s. 313-326). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tsai, C. T. S., & Wang, Y. C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 56-65.
- Tureng.com. (2024). Culinary, <https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/culinary> Erişim: 15.04.2024.
- TÜİK. (2024). Hanehalkı yurt içi turizm, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2023, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Yurt-Ici-Turizm-IV.-Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2023-49552#:~:text=Seyahate%20%C3%A7%C4%B1kanlar%2C%2045%20milyar%20734,935%20bin%20TL%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti>. Erişim Tarihi: 15.11.2024.
- Ümit Tan, N. (2019). Mutfak, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/mutfak> Erişim: 18.04.2024.
- Wang, Y. C. (2015). A study on the influence of electronic word of mouth and the image of gastronomy tourism on the intentions of tourists visiting Macau. *Tourism: an International Interdisciplinary*, 63(1), 67-80.
- Wolf, E. (2002), Culinary tourism: a tasty economic proposition, Portland. International Culinary Tourism Taskforce. Erişim: www.culinarytourism.org Erişim Tarihi: 02.04.2024.
- Yaşar, İ., & Tekeler, M.C. (2023). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: Bir literatür incelemesi, *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (3), 812 – 826.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksek Öğretim Kurumu., (YÖK). (2024). Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Lisans Bölümler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=19024> Erişim Tarihi: 11.10.2024

Gastronomy/Gastronomic, Culinary, and Food Tourism: A Conceptual Distinction and Discussion**Sait DOĞAN**

İskenderun Technical University, Faculty of Tourism, Hatay/Türkiye

Yasin ÖZASLAN

Yalova University, Yalova Vocational School, Yalova/Türkiye

Extended Summary

In parallel with the growth of contemporary tourism activities, travels centered on food culture have also witnessed a significant increase. These travels, referred to in the literature by various terms such as "culinary tourism," "food tourism," and "gastronomic tourism/gastronomy tourism," have gained prominence in recent years. This trend has been fueled by social media platforms and food-related television programs showcasing world-renowned chefs, restaurants, and events. Particularly after 2010, this growing interest in gastronomy and culinary arts education in Türkiye has led to a substantial rise in the number of educational institutions offering programs in these fields and the number of academics specializing in related areas. Consequently, the volume of academic research in this field has also expanded steadily over time.

When examining the general trends in Türkiye's academic studies on food-related tourism, it is evident that the subject is predominantly addressed under the title of "Gastronomy Tourism." However, international literature demonstrates a broader scope, with studies exploring "gastronomy/gastronomic tourism," "food tourism," and "culinary tourism" as distinct research areas. In this context, the primary aim of this study is to contribute to the literature and the field by examining the usage and implications of these varied terminologies in the international context. Specifically, the study seeks to determine whether the terms "gastronomy/gastronomic tourism," "food tourism," and "culinary tourism" can be considered interchangeable or functionally equivalent.

To address this aim, the study analyzed works published in English on the Web of Science database. The findings indicate that 303 studies have been published in the field to date. Internationally, studies on "gastronomy/gastronomic tourism" represent 29% of the total, while "culinary tourism" accounts for 25%, and "food tourism" constitutes 46%. Conversely, in Türkiye, 99% of the studies published in the TR Index journal database fall under the title of "gastronomy tourism."

International literature employs various terms to describe the relationship between food and tourism, including "culinary tourism," "food tourism," and "gastronomy tourism." According to the definitions, "cuisine" focuses exclusively on food preparation and cooking styles, whereas "gastronomy" encompasses the broader consumption and enjoyment of food and beverages, particularly as part of an affluent or aesthetically refined lifestyle. The English term "gastronomic" serves as the adjectival form of "gastronomy," while "culinary" functions as the adjectival form of "cuisine." while "gastronomic" and "gastronomy" are used interchangeably, the term "culinary," more commonly used than "cuisine," highlights the practice of food preparation, the social context in which food is consumed, and its associated cultural significance (Horng & Tsai, 2010).

The research reveals that the term "gastronomy" reflects a holistic process encompassing production, consumption, art, food culture, and traditions. Conversely, the term "food" primarily refers to sustenance, food

sources, and energy-providing nutrients, whereas "kitchen" pertains to the physical space for cooking, culinary professions, and related processes. From a tourism perspective, visits to food-related destinations such as restaurants, food festivals, and producers, as well as meal experiences, are categorized as "food tourism". Cultural and regional culinary interests, including the desire to explore specialties and traditions, fall under "culinary tourism.". In a broader context, the consumption of food and beverages, the appreciation of high-quality food and drinks from an aesthetic perspective, and the pursuit of an enhanced dining experience are defined within the scope of "gastronomy tourism."

The research findings suggest that while the term "gastronomy" is commonly used in studies related to food and beverage behaviors, the definitions of "culinary tourism" and "food tourism" are more precise, focused, and comprehensible. Accordingly, researchers are encouraged to first assess whether their study topic can be categorized under "food tourism" or "culinary tourism" when defining their study title. If such categorization is not applicable, the use of "gastronomy" or "gastronomy tourism" as conceptual frameworks would be more appropriate.

This study was conducted to provide a detailed understanding of the concepts of food, kitchen, and gastronomy. Through a comprehensive literature review and content analysis, the study explored the meanings and applications of these concepts within the context of food/kitchen and gastronomy tourism. Subsequently, various recommendations were proposed. While this research offers significant contributions to the conceptual understanding of food, kitchen, and gastronomy tourism, field studies in Türkiye would further enhance the clarity, correct use, and comprehensive understanding of these concepts. Developing a shared perspective in this regard would benefit both the academic and professional domains.