



# Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: [www.jotags.org](http://www.jotags.org)



## Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme (A Research on Authentic Foods Within the Scope of Sustainable Gastronomy Tourism)

\*Gürkan AKDAĞ<sup>a</sup> , Meral ÜZÜLMEZ<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

<sup>b</sup> Mersin University, Graduate School of Social Sciences, Mersin/Turkey

### Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilir gastronomi  
Sürdürülebilir gastronomi  
turizmi  
Otantik yiyecekler

### Öz

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yiyeceklerin çevresel duyarlılıkta üretilmesini, hazırlanmasını ve tüketilmesini destekleyerek toplumun sağlığını, sosyal ve kültürel kalitesini geliştiren bir turizm çeşididir. Son yıllarda bireylerin çevreye olan duyarlılığının ve sağlıklı beslenme isteğinin artmasıyla birlikte tercihlerinde ortaya çıkan değişiklikler, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyeceklerin önem kazanmasına neden olmuştur. Sürdürülebilir gastronomi turizminde önemli bir seyahat motivasyonu olan otantik yiyecekler, destinasyona ait gastronomik ürünlerin eşsizliği sayesinde turistlerin orijinal/özgün bir tatil deneyimi yaşamasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyecekleri incelemek üzere bir araştırma yapılmıştır. Bu amaç için sürdürülebilir gastronomi turizmi ve otantik yiyecek kavramları ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir. Analiz edilen çalışmalardan ortaya çıkan genel sonuç, otantik yiyeceklerin seyahat motivasyonunun odak noktası gastronomi turizmi olan bireylere orijinal/özgün bir deneyim sunduğu yönündedir.

### Keywords

Sustainable gastronomy  
Sustainable gastronomy  
tourism  
authentic foods

### Abstract

Sustainable gastronomy tourism is a type of tourism that improves the health, the social and cultural quality of the community by supporting production, preparation and consumption foods in environmental sensitivity. In recent years, changes that emerging in individuals' preferences have provided the important of authentic foods that is evaluated within the scope of sustainable gastronomy tourism along with their sensitivity to the environment and increasing their demand for healthy nutrition. Authentic foods that are an important travel motive in sustainable gastronomy tourism provide to tourists a unique holiday experience thanks to the uniqueness of the gastronomic products belongs to the destination. In this context, a research was conducted to examine on authentic foods that is evaluated within the scope of sustainable gastronomy tourism. For this purpose, the concepts of sustainable gastronomy tourism and authentic foods have been analyzed in detail General outcome obtained from the studies that have been analyzed is that authentic foods offer a original/unique experience for individuals who the focus of their travel motivation are gastronomy tourism.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [gurkanakdag@mersin.edu.tr](mailto:gurkanakdag@mersin.edu.tr) (G. Akdağ),

## **GİRİŞ**

Son yıllarda bireylerin modern yaşam tarzından sıkılmaları ve özgünlük/orijinallik arayışına girmeleri aslında turizmin ardındaki ana motivasyon faktörünün bireylerdeki otantiklik arayışı olduğunu göstermektedir (MacCannell, 1999: 91; Akt. Kaygalak, Usta ve Günlü, 2013: 238). Benzer şekilde Sims (2009: 324) bireylerin seyahate çıkma nedenleri arasında; bireylerin kitlesel üretim-tüketim anlayışından sıkılmalarının ve farklılık arayışına girme isteklerinin olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, turistlerin seyahatleri esnasında ziyaret ettikleri destinasyonu o destinasyona ait yerel yemekler ve görenekler gibi gastronomik unsurları vasıtasıyla daha kolay deneyimlemesi gastronomi turizminde otantiklik yaratan önemli unsurlar arasında kabul edilmektedir (Nebioğlu, 2017: 100). Öyle ki, günümüzde destinasyonlarda var olan gastronomik unsurların eşsizliği turistlerin seyahat motivasyonlarının odak noktasını oluşturmaktadır (Kim, Eves ve Scarles, 2009: 424). Turistlerin bir destinasyonda daha önceden tüketmedikleri yabancı yemeklere yönelik algıları olarak adlandırılan otantik yiyecekler ile bu yiyeceklerin hazırlanma ve tüketim biçimleri özgünlük arayışında olan turistleri gastronomi deneyimi yaşamaya itmektedir (Nebioğlu, 2017: 100). Işıldar (2016: 54) turistler tarafından tercih edilen gıdaların ve yiyecek çeşitlerinin yerel, otantik ve organik olmasının sürdürülebilir gastronomi turizminde en temel belirleyiciler olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda çalışma, sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyecekler kavramını detaylı olarak irdelemektedir.

## **KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi**

Son yıllarda gastronomi turizminde yaşanan hızlı gelişim ve konunun farklı bilimsel yaklaşımlarla değerlendirilmesi, önemli bir seyahat motivasyonu olan gastronomi turizminin uzun vadede de sürdürülebilirliğini sağlayabilmesini önemli hale getirmektedir (Akdağ vd., 2016: 273). Yüncü (2010: 30) gastronominin, sürdürülebilir turizmdeki öneminin sürdürülebilirliğin sosyal, çevresel ve ekonomik olmak üzere üç ana teması açısından değerlendirilebileceğini ileri sürmektedir. Scarpato (2002: 139) sürdürülebilir gastronomiyi, çevresel sürdürülebilirliği temel almakla birlikte toplumun sağlığını, sosyo-kültürel ve çevresel kalitesini de koruyan ve geliştiren bir kavram olarak tanımlamaktadır. Yurtseven (2011: 19) sürdürülebilir gastronomi turizminin, yerel halkı geliştiren ve yöredeki tarımsal faaliyetleri destekleyen bir turizm hareketliliği olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013: 17) sürdürülebilir gastronomi turizmi sayesinde yerel gastronomik mirasın korunduğu ve yerel halkın desteklenerek yerel ekonomik kalkınmanın sağlandığını vurgulamaktadır. Londono (2011: 10) sürdürülebilir gastronomi turizminin, yiyeceklerin hazırlanması/üretimi esnasında gıda güvenliğinin sağlanmasına ve çevreye duyarlı üretim tekniklerinin kullanılmasına önem veren bir turizm hareketliliği olduğunu öne sürmektedir. Yurtseven ve Kaya (2011: 57) sürdürülebilir gastronomi kavramının aynı zamanda eko-gastronomi olarak da adlandırıldığını belirtirken; sürdürülebilir gastronominin, bir destinasyona ait sürdürülebilir unsurların gelişmesine katkıda bulunarak, destinasyonun çekiciliğinin artırılmasına ve yiyecek deneyimine dayalı marka ve kimlik oluşumuna katkı sağlayabileceğini belirtmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi; yerel, organik ve otantik gıdaların üretiminde devamlılığın sağlanmasını, ev tipi yemek kültürünün sürdürülmesini, geleneksel damak tadının, mutfak kültürüne ait bilginin ve geleneksel yemek pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasını, gıda çeşitliliğinin korunmasını ve özgün

gastronomi kültürünün yaşatılmasını destekleyen bir turizm çeşididir (Scarpato, 2002: 140). Yurtseven (2011: 19) yerel ve otantik yemekleri, yerel yemek festivallerini, yerel yaşam kültürünü, özel yemek üretim sistemlerini, şarap rotalarını ve eko-müzeleri sürdürülebilir gastronomi turizminin turistik çekicilik yaratan bileşenleri olarak görmektedir. Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013: 17) otantik yiyecekler gibi insan sağlığı için faydalı, besin değeri yüksek ve çevreye duyarlı yiyeceklerin üretilmesi, hazırlanması ve sunulmasının sürdürülebilir gastronomi turizminde önemli bir seyahat motivasyonu olduğunu ileri sürmektedir.

### **Otantik Yiyecekler**

Otantiklik kelimesi, orijinal, gerçek olan, hakiki ve kendine özgü gibi kavramlarla ifade edilmektedir (Pratt, 2008: 62; Taylor, 1991: 17). Heitmann (2011: 45) ise otantikliği en basit şekilde, özgün, gerçek olan ve geçmişten gelen şey olarak tanımlamaktadır. Otantiklik kelimesi, dil, festivaller, ritüeller (Heitmann, 2011: 45), antikalar, sanat eserleri, mimariler, giysiler, eski model arabalar ve turizm deneyimlerinde yaygın olarak kullanılan bir kavram olmakla birlikte günümüzde artık yiyeceklere ve mutfaklara atfedilen bir özellik olarak da karşımıza çıkmaktadır (Pratt, 2008: 63).

Otantiklik gıda dili açısından ise, geleneksel ve yerel olanı harmanlayarak yiyeceklerin ait olduğu yeri ve kültürü gösteren bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Sims, 2009: 324). Otantik yiyecekler, etnik, ulusal veya yerel bir grubun kendi yaşadığı bölgede bulunan ürünleri ve süreçleri kullanarak belirli bir zanaatsal sürecin sonunda hazırladığı yiyecekleri ifade etmektedir (Lu ve Fine, 1995: 538). Pratt (2008:63-64) otantik yiyecekleri, bölgede yetiştirilen orijinal gıda ürünleriyle hazırlanan, bölgesel aidiyetlik özelliği gösteren, geçmişten günümüze kadar gelerek süreklilik arz eden ve ait olduğu bölgenin yerel kültürünü yansıtan yiyecekler olarak belirtmektedir. Otantik yiyecekler, tarihsel süreç içerisinde belirli bir alanla özdeşleşmiş olan ve zaman zaman da bu alanla birlikte anılan yiyeceklerdir (Clifford, Robinson ve Arcodia, 2008: 50). Tüketiciler açısından yiyeceklerin otantikliği ise, belirli bir alana, bölgeye veya ülkeye özgü olarak yetiştirilen/üretilen hakiki/özgün gıda ürünlerini ifade etmektedir (Groves, 2001: 246). Yurtseven (2011:17) otantik yiyeceklerin, çevre dostu olarak algılanan geleneksel çiftlik sistemini canlandıran gıda ürünleri olduğunu ileri sürmektedir. Schwarzingler vd., (2016:38), bir yiyeceğin otantik olarak değerlendirilebilmesi için onun türü, coğrafi konumu ve üretim metodunun (geleneksel, organik vb.) bilinmesi gerektiğini belirtmektedir. Hughes (1995:784) ise, yiyeceğin ya da gıda malzemesinin belirli bir yere ait olduğunun belirtilmesinin, yiyeceklerde yerel terimlerin kullanılmasının, bölgeye özgü doğal malzeme/ürünlerin kullanılmasının ve tanıtılmasının ve çeşitli tarihsel ve kurgusal olaylarla birlikte sunulmasının yiyeceklerde otantiklik anlayışını arttırdığını ifade etmektedir. Bu bağlamda otantik yiyecekleri diğer yiyeceklerden ayıran en önemli özellikler; toplumsal birikimler sonucunda ortaya çıkması, yerel kültürden izler taşıması ve yöre insanı tarafından el emeği ürünler olması ve kökeninin bulunduğu bölgede yetiştirilmesidir (Pratt, 2008: 64).

Otantik yiyecekler, ait olduğu bölgenin çekiciliğini artırması, geçmişten gelen gelenek-göreneklerle oluşan yöreye has yiyeceklerin ve pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılması, kültürel mirasın sürdürülmesi ve toplumsal aidiyetliğin oluşmasına katkı sağlayan yiyecekler olarak görülmektedir (Işıldar, 2016:56). Sims (2009:326), çoğu gastro-turist için temel seyahat motivasyonu olan otantik yiyeceklerin, gastronomi hareketliliğini canlandıran bir unsur olarak kabul edildiğini öne sürmektedir. Ayrıca, otantik yiyecekler, farklı kültürden insanları birleştiren ve kaynaştıran özelliği sayesinde toplumsal barışın sağlanmasına ve insan

sağlığı ve refahının artırılmasına (Işıldar, 2016: 57), ziyaretçiler ile yerel halkın, üreticilerle tüketicilerin bir araya gelmesine ve kaynaşmasına katkıda bulunmaktadır (Yurtseven, 2011: 18).

## **YÖNTEM**

Çalışmanın amacı; daha önceki bilimsel çalışmaların otantik yiyecek kavramını hangi yönlerden ele aldığını belirlemek ve otantik yiyeceklerin sürdürülebilir gastronomi turizmindeki önemini açıklamaya çalışmaktır. Söz konusu hedefi gerçekleştirebilmek amacıyla konuyla ilgili alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda araştırma verileri, gerçekleştirilmiş olan derinlemesine alanyazın taraması yoluyla ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Alanyazın taraması 2017 yılı Ocak-Haziran tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Alanyazın taraması kapsamında ulusal ve uluslararası ölçekli otantik yiyeceklere ilişkin çalışmaların amaçları, kapsamaları ve bulguları ele alınarak otantik yiyeceklerin rolü ve sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi belirlenmeye çalışılmıştır.

## **BULGULAR VE TARTIŞMA**

### **Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine İlişkin Örnek Çalışmalar**

Ulusal ve uluslararası mevcut alan yazın tarandığında, sürdürülebilir gastronomi turizminin birçok araştırmacı tarafından incelendiği görülmektedir. Konu ile ilgili başlıca çalışmaların içeriklerine bakıldığında;

Yüncü (2010) çalışmasında, gastronomi turizminin sürdürülebilir turizm içindeki önemini kavramsal olarak araştırmış ve gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Aybastı Perşembe Yaylasını inceleme konusu yapmıştır. Çalışma sonucunda, Aybastı Perşembe Yaylasının gastronomi turizminin sürdürülebilir bir temelde gelişmesi için bölgeye özgü yemeklerin ve besin maddelerinin bir envanterinin çıkartılması gerektiği belirtilmiştir. Yurtseven ve Kaya (2011) çalışmalarında, sürdürülebilir gastronomi olarak da adlandırılan eko-gastronomi kavramını ve bu kavramın sürdürülebilir gelişme ve sürdürülebilir turizmle ilişkisini kavramsal olarak incelemişlerdir. Bu kapsamda eko-gastronomi, ekonomik sürdürülebilirlik, sosyo-kültürel sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirlik açılarından irdelenmiştir. Araştırma sonucunda, eko-gastronomi ve sürdürülebilir turizm stratejilerinin bütünleştirilmesinin faydalarıyla ilgili olarak göstergelerin bulunduğu belirtilmiş ve eko-gastronominin artık gastronomi ve sürdürülebilir turizmin araştırma konularından birisi haline geldiği ifade edilmiştir. Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013), coğrafi işaretleme sisteminin sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğindeki rolünü bir model yardımıyla ortaya çıkardıkları çalışmalarında, coğrafi işaretlerin, geleneksel üretimi desteklemesi, geleneksel yaşam kültürünü sürdürmesi, kültürün sunduğu farklı lezzetleri, otantik, yerel/yöresel yiyecek-içecek ve tatları koruyarak tanıtmayı ve özellikle bölgenin turizm potansiyelini desteklemesiyle söz konusu destinasyona turist çekmesi gibi konularda sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğini destekleyici bir unsur olarak görüldüğü ileri sürülmektedir. Yurtseven ve Karakaş (2013) çalışmalarında, sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimi için önemli bir potansiyele sahip olan Gökçeada'nın, gastronomi destinasyonu olma sürecini araştırmışlardır. Bu kapsamda çalışmada, yavaş yemek hareketi, yöresel mutfak, adadaki organik yaşam, organik tarım festivalleri, menülerde yer alan yerel ve otantik gıdalar gibi sürdürülebilir gastronomi hareketliliğini devam ettirecek olan birçok faktör Gökçeada destinasyonu kapsamında ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Akdağ ve diğ. (2016) çalışmalarında, sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir

alternatif ve yemek deneyimi olan Surf&Turf'u tanıtmışlardır. Bu bağlamda, Surf&Turf deneyimi yaşayan gastronomi turistlerinin Surf&Turf tecrübelerini nasıl betimlediklerini ve bu yemek anlayışına olan bakış açılarını katılımcılara yönelttikleri dört soru ile tespit etmişlerdir. Çalışma sonucunda; kendisini gastronomi turisti olarak kabul eden katılımcıların, Surf&Turf deneyimini başlı başına bir turistik deneyim olarak tanımladıkları, Surf&Turf deneyimini yaşamak için zaman yada maddi kısıtları önemsemedikleri elde edilen bulgular arasındadır.

### **Otantik Yiyeceklere İlişkin Örnek Çalışmalar**

Otantik yiyecekler ile ilgili çalışmalar farklı başlıklar halinde alan yazında yer almaktadır. Bunlar; genel olarak otantik yiyeceklerin ve öneminin incelendiği çalışmalar (Long, 2006; Clifford, Robinson ve Arcodia, 2008; Pratt, 2008; Apivantanaporn ve Walsh, 2013; Askegaard, Brogard ve Ulver, 2016; Schwarzingler vd., 2016) otantik yiyecekler/otantiklik ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalar (Scarpato ve Daniele, 2003; Kalenjuc vd., 2015; Nebioğlu, 2017), otantik yiyecekler ve sürdürülebilirlik/sürdürülebilir turizm arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalar (Cohen, 2002; Sims, 2009) restoranlardaki otantik yiyecek deneyimine yönelik çalışmalar (Sukalakamala ve Boyce 2007; Tsai ve Lu, 2012; Ryu ve Zhong, 2012), ülkelerin otantik yiyecek ürünlerine yer verilen çalışmalar (Lu ve Fine, 1995; Groves, 2001; Nicoletti, Platania ve Privitera, 2007; Haiming, 2009; Pottier, 2014) olmak üzere alan yazında sınıflandırılmaktadır.

Konu ile ilgili çalışmalarda; Sukalakamala ve Boyce (2007), müşterilerin Tayland restoranındaki otantik yiyecek deneyimiyle ilgili algı ve beklentilerini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, müşterilerin yemek deneyimlerinin otantik atmosfer, mutfak ve personelin davranışlarına bağlı olarak değiştiğini ve müşterilerin, restoranlarda Tayland mutfağına özgü otantik yiyeceklerin kullanılmasının en önemli beklentisi olduğu tespit edilmiştir. Pratt (2008), destinasyonların ekonomik olarak kalkınmasının yanı sıra doğal ve sosyal-kültürel çevrenin korunmasına da önemli katkı sağlayan yerel ve otantik yiyecek konularını kavramsal olarak analiz etmiştir. Çalışmasında, yerel ve otantik gıdaların diğer gıdalardan farklı olarak bölge, insan ve yiyecekler arasında güçlü bağlar kurduğunu ve bu yiyecek çeşitlerinin yerel kültürden beslendiğini vurgulamıştır. Sims (2009) sürdürülebilir turizmde yerel ve otantik yiyeceklerinin önemi ve rolünü araştırdığı çalışmasını, İngiltere'de iki farklı bölge üzerinde gerçekleştirmiştir. Turistler ve yiyecek üreticileriyle yapılan görüşme sonucunda, otantik yiyeceklerin tatil deneyiminde orijinallik/özgünlük arayan turistler için son derece önemli olduğunu belirtmiş ve otantik yiyeceklerin turistleri yiyeceklerin ait olduğu bölgeye bağlayarak onlara eşsiz bir tatil deneyimi sunduğu ileri sürülmüştür. Yurtseven (2011) çalışmasında, sürdürülebilir gastronomi turizmi için önemli bir potansiyele sahip olan Gökçeada'daki yerel ve otantik yiyecekleri incelemiştir. Bu kapsamda toplamda 384 turiste Gökçeada'nın sürdürülebilir gastronomik unsurları arasında yer alan yerel ve otantik yiyecekler konusundaki memnuniyet düzeyleri sorulmuştur. Çalışma sonucunda, turistlerin Gökçeada'nın yerel ve otantik ürünlerinden yüksek derecede memnun oldukları bulgulanmıştır. Tsai ve Lu (2012), etnik temalı restoranlardaki otantik yiyecek deneyiminin tüketicilerin tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda; tüketicilerin otantik etnik kültürü yaşamak istemesinden dolayı memnuniyet duyduklarını ve otantik yiyecek deneyiminin tüketicilerin tekrar satın alma niyetini etkilediği tespit edilmiştir. Kalenjuc vd., (2015), turistlerin özgünlük arayışında olmalarının ve giderek etnik ve otantik deneyimler yaşamak istemelerinin otantik yiyecekleri ön plana çıkardığını belirttikleri çalışmalarını, Sırbistan'daki 147 adet catering şirketi örnekleminde gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada,

catering şirketlerinin otantik yiyeceklere verdiği önem incelenmiş ve çalışma sonucunda otantik yiyecekleri tanıtmaya oranlarının uygun seviyelerde olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Schwarzingler vd., (2016) çalışmalarında Yeni Zelanda'ya ait otantik bir yiyecek olan Manuka balını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, Manuka balının otantik yiyecek olarak kabul edilmesi için hangi özelliklere sahip olması gerektiği üzerinde durulmuş ve otantik yiyecek deneyimi yaşamak isteyen bireylerin ürünün menşei olan bölgelere gitmesi gerektiği vurgulanmıştır. Nebioğlu (2017) gastronomi ve otantiklik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, Alanya'da yer alan Yöresel Alanya Ev Mutfağı isimli restorandaki menüde yer alan yiyeceklerin otantik açıdan hangi özelliklere sahip olduğunu araştırmıştır. Çalışma sonucunda, restoran menülerinde yer alan yiyeceklerin otantik olarak kabul edilebilmesi için, bu yiyeceklerin bölgeye ait yerel ürünlerle, destinasyonla özdeşleşmiş yiyecek-içeceklerle ve özel-zahmetli ürünlerle hazırlanması gerektiğini ileri sürmüştür.

## **SONUÇ**

Çekici, olağandışı ve aşına olunmayan yiyecekler bir varış noktası kaynağı olarak kabul edilebilmekte ve hedef bir marka ögesi olarak düşünülmektedir (Yurtseven, 2011: 22). Söz konusu durum, artık kitlesel üretim ve tüketim anlayışından gittikçe sıkılan ve farklı deneyimler yaşamak isteyen turist sayısının artmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda otantik yiyecekler, kitlesel tüketim anlayışından sıkılan ve özgünlük arayan bireyleri gastronomi hareketliliğine katılmaya itmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen otantik yiyeceklerin rolü ve öneminin alan yazın taraması ile incelendiği bu çalışmada, bir takım genellemelere ulaşılmıştır. Buna göre; turistlerin özgünlük ve farklılık arama eğilimi olan otantik deneyim yaşama arzusuyla hareket ettiği ve otantik yiyeceklerin turistlere eşsiz bir tatil deneyimi yaşattığı görülmektedir. Otantik yiyeceklerin, destinasyonların ekonomik olarak kalkınmasının yanı sıra doğal ve sosyo-kültürel çevrenin korunmasına katkı sağladığı ve yerel kültürü canlandırdığı çalışmalardan ortaya çıkan bir diğer sonucu oluşturmaktadır. Diğer yandan otantik yiyeceklerin, bölge, insan ve yiyecekler arasında güçlü bağlar kurduğu ve bu yiyecek çeşitlerinin yerel kültürden beslendiği görülmektedir. Ayrıca, turistlerin bir destinasyonda yaşadığı otantik yiyecek deneyimlerinden yüksek derecede memnuniyet duydukları ve bu deneyimi yakın çevrelerine de anlattıkları ortaya konmaktadır. Son olarak, otantik yiyeceklerin, yöreye has yiyeceklerin ve pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasının hem kültürel mirasın sürdürülmesine hem de gastronomik mirasın sürdürülmesine katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Bundan sonra konuyla ilgili gerçekleştirilecek olan çalışmalarda otantik yiyeceklerin nicel araştırma yöntemleri kullanılarak incelenmesi ve bu kapsamda karşılaştırma ve genellemelere gidilmesi konunun daha da detaylandırılması açısından önerilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü. ve Çetinsöz, B. C. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf&Turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 270-281.

Apivantanaporn, T. ve Walsh, J. C. (2013). Tourism and sustainable development the experience economy in thai hotels and resort clusters: The role of authentic food. *Acta Universitatis Danubius*, 9(3), 140-152.

- Askegaard, S., Kristensen, D. B. ve Ulver, S. (2016). 'Authentic food' and the double nature of branding. B. Cappellini, D. Marshall ve E. Parsons (ed.) *The Practice of the Meal: Food, Families and the Market Place*, içinde Bölüm 1, New York: Routledge.
- Clifford, C., Robinson, R. ve Arcodia, C. (2008). Searching for the authentic: Foodservice at a medieval banquet. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 1(1), 48-64.
- Cohen, E. (2002). Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism, *Journal Of Sustainable Tourism*, 10(4), 267-276.
- Ebster, C. ve Guist, I. (2005). The role of authenticity in ethnic theme restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 7(2), 41-52.
- Groves, A. M. (2001). Authentic British food products: A review of consumer perceptions. *International Journal of Consumer Studies*, [25\(3\)](#), 246-254.
- Haiming, L. (2009). Chop suey as imagined authentic chinese food: The culinary identity of Chinese restaurants in the United States. *Journal of Transnational American Studies*, 1(1), 1-24.
- Heitmann, S. (2011). Authenticity in tourism. P. Robinson S. Heitmann ve P. Dieke (ed.) *Research Themes for Tourism* içinde (ss.45- 58). Wallingford: CABI.
- Hughes, G. (1995). Authenticity in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 781-803.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve gastronomi. H. Kurgun, ve D. B. Özşeker (ed.) *Gastronomi ve Turizm*, içinde (ss.47-63). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Jang, S. C., Liu, Y. ve Namkung, Y. (2010). Effects of authentic atmospherics in ethnic restaurants: Investigating Chinese restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 662-680.
- Jang, S. C., Ha, J. ve P. K. (2012). Effects of ethnic authenticity: Investigating Korean restaurant customers in the U.S. [International Journal of Hospitality Management](#), 31(3), 990-1003.
- Kalenjuk, B. ve Diğerleri. (2015). Offer of authentic food as a condition for gastronomic tourism development. *The European Journal of Applied Economics*, 12(2), 27-34.
- Kaygalak, S., Usta, Ö. ve Günlü, E. (2013). Mardin'de Turizm Gelişimi İle Otantik Olgusu Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 237-249.
- 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(3), 423-431.

- Kovacs, B., Carroll, G. R. ve Lehman, D. W. (2014). Authenticity and consumer value ratings: Empirical tests from the restaurant domain. *Organization Science*, 25(2), 458-478.
- Lu, S. and Fine, G. A. (1995). The presentation of ethnic authenticity: Chinese food as a social accomplishment. *The Sociological Quarterly*, 36(3), 535-553.
- Lu, A. C. C., Gürsoy, D. ve Lu, C. Y. (2015). Authenticity perceptions, brand equity and brand choice intention: The case of ethnic restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, (50), 36-45.
- Londono, M.P. L. (2011). Gastronomy Tourism: An Opportunity for Local Development in Catalonia? A Stakeholder Analysis. 1-24.
- Long, L.M. (2006). Food pilgrimages: Seeking the sacred and the authentic in food. Appetite 47(3), 384-401.*
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist a New Theory of The Leisure Class*. California: University of California Press.
- Michael, S. (1999). Gastronomic authenticity and sense of place. *Delighting the Senses; Proceedings from the Ninth Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, 401-408, Canberra/Australia.
- Munoz, C. L. ve Wood, N. T. (2009). A recipe for success: Understanding regional perceptions of authenticity in themed restaurants. *International of Culture, Tourism and Hospitality Research*, (3), 269-280.
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomi turizmi ve otantizim: Yerel bir restoran üzerinde örnek olay çalışması. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlu ve G. K. Girgin (ed.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, içinde (ss.97-111). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nicoletti, G., Platania, M. ve Privitera, D. (2007). Authentic and fake italian food products in the world. *International Marketing and International Trade of Quality Food Products* , 683-690, Bologna/İtalya.
- Pottier, J. (2014). [Savoring 'The Authentic'](#). The Emergence of a Bangladeshi Cuisine in East London. Food, Culture & Society, 17(1), 7-16.*
- Pratt, J. (2008). Food values: The local and the authentic. *Research in Economic Anthropology*, 28, 53-70.
- Ryu, K. ve Zhong, Y. (2012). Antecedents and Consequences of Customers' Menu Choice in an Authentic Chinese Restaurant Context. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, (21), 852-871.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işletmelerin önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable gastronomy as a tourist products. A. Hjalager ve G. Richards (ed.) *Tourism and Gastronomy içinde* (ss.51-70). London and New York: Routledge.
- Scarpato, R. ve Daniele, R. (2003). New global cuisine: tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. C. M. Hall ve diğerleri (ed) *Food Tourism Around The World: Development, mangement and markets*, içinde (ss. 296-313), New York: Butterworth-Heinemann.
- Schwarzinger, S. ve diğerleri (2016). Authentic food. Why a single analysis parameter is not enough. *Analysis & Methods|Food Analysis*, 37-43.



- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Sukalakamala, P. ve Boyce, J. B. (2007). Customer perceptions for expectations and acceptance of an authentic dining experience in Thai restaurants. *Journal of Foodservice*, 18(2), 69-75.
- Taylor, C. (1991). *The ethics of authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tsai, C. T. ve Lu, P. H. (2012). Authentic dining experiences in ethnic theme restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 304-306.
- Yurtseven, R. (2011). Sustainable gastronomic tourism in Gokceada (Imbros): Local and authentic perspectives. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26.
- Yurtseven, R. ve Karakaş, N. (2013). Creating a sustainable gastronomic destination: The case of cittaslow Gokceada-Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*, 3(3), 91-100.
- Yurtseven, R. ve Kaya, O. (2011). Eko-gastronomi ve sürdürülebilirlik. Osman. E. Ç (ed.) 11 Ulusal Turizm kongresi, içinde (ss.57-65). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. Şengel, S. (ed.) 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, içinde (ss.27-34). Ankara: Detay Yayıncılık.