

Türkiye’de Gastronomi ve Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Studies Conducted in the Field of Gastronomy and Tourism Guidance in Turkey

Hatice AKTÜRK¹, Nurten ÇEKAL²

Öz: Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte gastronomi turizmine yönelik seyahatlerin arttığı bilinmektedir. İnsanlar seyahatlerinde yerel kültürleri ve yerel lezzetleri deneyimlemek istemektedir. Bu kapsamda turist rehberleri ülkenin tanıtım elçileridir. Turist rehberlerinin gastronomiye yönelik bilgi ve deneyimlerini arttırması ülkelerin veya bölgelerin yerel yiyecek ve içeceklerini tanıtımı açısından çok önemlidir. Bu araştırma gastronomi ve turist rehberliği ile ilgili yapılan çalışmaları incelemek üzere planlanmış ve yürütülmüştür. Çalışma 2015-2022 yılları arasında Türkiye’de yayınlanmış ulusal-uluslararası makale ve ulusal bildirilerden oluşmaktadır. Bu konuda 2015 yılı öncesine ait çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışmada gastronomi ve turist rehberliğiyle ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Çalışmaların yayımlandığı dergiler arasında %63’ünün farklı dergiler olduğu görülmektedir. Yıllar itibari ile en çok çalışmanın yayımlandığı yılın %31 oranı ile 2020 olduğu görülmektedir. Çalışmaların yazar sayılarına bakıldığında ise bir yazarlı çalışmaların %44 oranı ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaların kaynakça sayısı incelendiğinde, en yüksek oranın %47 ile 21-40 arası kaynakça sayısına sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaların atıf sayıları incelendiğinde en çok %73 oran ile 0-5 arası atıf aldığı görülmektedir. Diğer taraftan ele alınan çalışmalarda en çok tercih edilen sayfa aralığının ise %38 oranıyla 16-20 arası olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, turist rehberliği, bibliyometrik analiz

Abstract: It is known that travels for gastronomy tourism have increased with the rapid development of technology in recent years. People want to experience local cultures and local flavors during their travels. In this context, tourist guides are the promotional ambassadors of the country. It is very important for tourist guides to increase their knowledge and experience in gastronomy in order to promote local food and beverages of countries or regions. This study was conducted to examine the studies on gastronomy, a popular type of tourism in recent years, and tourist guidance. This research was planned and carried out to examine the studies conducted on gastronomy and tourist guidance. The study consists of national-international articles and national Decrees published in Turkey between 2015-2022. There are no studies on this subject before 2015. This study allows us to interpret the status of the literature on gastronomy and tourism guidance studies in terms of certain years. It is seen that 63% of the journals in which the studies were published are different journals. It is seen that the year in which the most studies were published was 2020 with a rate of 31%. Looking at the number of authors of the studies, it is seen that studies with one author have the highest rate with 44%. When the number of references of the studies is analyzed, it is seen that the highest rate is between 21-40 references with 47%. When the number of citations of the studies is analyzed, it is seen that the highest rate is between 0-5 citations with 73%. On the other hand, it was determined that the most preferred page range in the studies was between 16-20 with a rate of 38%.

Keywords: Gastronomy, tourism guidance, bibliometric analysis

Geliş Tarihi/Received Date: 25.09.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date: 01.07.2024

Yayımlanma Tarihi / Published Date: 08.07.2024

Atıf/Citation: Aktürk, H. ve Çekal, N. (2023). Türkiye’de gastronomi ve turizm rehberliği alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi, *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 52-62.

¹ Dr. Öğr. Üyesi. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e- posta: hakturk@pau.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-1516-8469

² İlgili yazar/Corresponding author: Prof. Dr. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e- posta: ncekal@pau.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-7596-9129

1. Giriş

Gastronomi, tarihsel süreç içerisinde insanoğlunun hayatında her zaman yer almasına rağmen, popüler kültürün de etkisiyle özellikle son yıllarda insanların merak duygularını harekete geçiren alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde insanlar, işin mutfak kısmı ile ilgilenen sektör çalışanlarından akademik araştırmalar yapan bilim insanlarına kadar uzanan süreçte gastronomi ile ilgili pek çok farklı kavramla karşılaşmaktadırlar (Akdağ, 2021). Gastronomi, tarihsel süreçte insanların yemek kültürünü, tükettikleri besinleri ve toplumların beslenme biçimlerinin günümüze kadar geçirdiği değişimleri araştıran ve sanatsal yönü de bulunan bir bilim dalıdır (Canpolat ve Çakıroğlu, 2015). Bir başka deyişle gastronomi, bir destinasyonun yemek kültüründe yapılan yiyecek ve içeceklerin, aynı coğrafi konumdaki ülkelerin veya destinasyonların yemek alışkanlıklarından farklı olarak, o destinasyonun servis teknikleriyle sunulmasıdır (Kivela ve Crotts, 2006: 355).

Turist rehberi, turistlere bir ülkenin kültürel değerleri konusunda bilgiler veren kişidir. (Koroğlu, 2013: 92). Turist rehberi, bir destinasyonu ziyaret ederken turistlerle etkileşime giren ve turistlere yerel kültürü öğreten ve rehberlik eden kişidir. Yerel kültürün aktarılmasında, mevcut mirasın yaşatılmasında ve turistlerin destinasyondan memnun kalmasının sağlanmasında çok önemli bir rol oynayan turist rehberleri destinasyon hakkında oldukça derin bir bilgiye sahip olmalı ve uzmanlaşmalıdır (Uslu ve Kiper, 2006; Ling vd., 2011). Turist rehberlerinin bir destinasyonda doyurucu bir hizmet verebilmesi o alanda uzmanlaşmasına bağlı olup bu durum destinasyondaki performansına da olumlu katkı sağlayacaktır (Koroğlu ve Gudu Demirebulat, 2017, s.63).

Son 10 yıllık dönem içerisinde gastronomi odaklı seyahatlerin yükselişe geçmesi gerek ulusal gerekse uluslararası ölçekte popülaritesinin artması, turizm sektöründe hizmet veren önemli paydaşlar ve sektörün vazgeçilmez dinamikleri arasında yer alan turist rehberlerini gastronomi alanına yönlendirmiştir. Turist rehberleri, rehberlik hizmeti verdikleri destinasyonların; doğal, tarihi ve kültürel değerlerinin turistlere aktarılmasında ve turistlerin destinasyondan memnun olarak ayrılmasında etkili olmalarının yanında destinasyonların mutfak kültürünün, gastronomik değerlerinin, yöresel yiyecek ve içeceklerinin tanıtılmasında, geliştirilmesinde ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında da önemli rol oynamaktadırlar (Çetinkaya ve Aktürk, 2022).

2. Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Yemek yemek yaşamın devamı için yapılan birkaç temel aktivitelerden biridir. Bu sebeple gastronominin tarihsel gelişimi ile insanlığın tarihsel gelişiminin paralel bir seyir izlediği söylenebilir (Belge, 2018). Gastronomi kavramından ilk olarak Arkestratus "Gastronomi" adlı şiirinde yer vermiştir. Gastronomi, 19.yüzyılda soyluların mutfaklarının gelişmesi ve yayılmasının sağlanması amacıyla bir meslek olarak görülmeye başlanmıştır. Buna ilaveten yemek ile ilgili Mısır, Roma ve Yunan uygarlıklarına ait yazılı kaynakların da olduğu bilinmektedir. İlk çağlarda yemek ile ilgili yazılı kaynaklara bakıldığında ise “Uzmanların Ziyafeti” ve “Apicius” gibi kitapları göze çarpmaktadır (Algün, 2016, s. 10). Gastronomi kavramı Joseph Berchoux’un 1801 yılındaki *Gastronomie ou L’Homme des champs a Table* (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) isimli çalışmasıyla birlikte literatüre geçmiştir Croze Magnan’ın *Gastronomie a Paris* (Gastronomi Pariste) isimli çalışması 1803 yılında basılarak literatüre katkı sağlamıştır (Larousse, 2005:395). 1825 yılında Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yayınlanan “Tadın Fizyolojisi (Physiologie du Gout)” konulu araştırma gastronomi alanında yapılan ilk çalışmadır. Brillat-Savarin bu çalışmada duyu, tat ve yiyecek ve içecek tüketimi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır (Brillat-Savarin 1994),

Gastronomi sözcüğü, Yunanca gastro-(karın) ile nomos-(kanun, yönetim) sözcüklerinden oluşmaktadır (Blank, 2003). Gastronomi, ulusal veya bölgesel yemekleri birbirinden ayıran ulusal veya bölgesel yiyeceklerin tüketim ve üretim şekillerini ve hazırlama pişirme yöntemlerini inceleyen bir bilim dalıdır (Kivela ve Crotts,

2005). Richards'a (2002) göre gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, servis edilmesi ve tüketilmesini yansıtmaktadır. Santich (2004)'e göre gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tüketildiği yer, zaman ve tüketim şekliyle de ilgilenmektedir. Tanımlardan yola çıkarak Gastronomi, 2000'li yıllardan itibaren popüler kavramlardan biri haline dönüşerek, tüm dünyada daha geniş çevreler tarafından benimsenen ve akademik olarak çalışmaların yoğunlaştığı saygın bir disiplin olarak kabul görmeye başlamıştır (Akdağ, 2021).

Seyahat endüstrisi içinde uzun yıllardan beri ortaya çıkmaya çalışan Gastronomi turizmi ise, yemek ziyaretçilerinin ilgisini çekecek yerleri deneyimlemesi için en iyi yollarından biridir. Turistler, yeni yerler görme, farklı kültürlerle tanışmanın yanı sıra seyahat ettikleri yörelerin yemek kültürlerini de deneyimlemek ve tanımak istemektedirler (Kesici, 2012:35). Gastronomi turizmi, potansiyeli açısından ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayabilecek bir turizm türüdür. Son yıllarda önemi giderek artan bu turizm türü, sadece yerel konaklama ve yeme-içme tesislerine değil, yerel tarım ve hayvancılıkla uğraşanlara da ekonomik faydalar sağlamaktadır. Yerel nüfusa gelir sağlamanın yanı sıra kaliteli ürünlerin yetiştirilmesine etki ederek ülke ekonomisinin sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır (Wolf, 2006: 21). Gastronomi turizmi tarım, kültür ve turizme dayalıdır. Bu üç unsur bölgenin cazibesini sağlamakta, turistlere farklı deneyimler yaşatmakta ve gastronomi turizminin geleceği için bölgeyi konumlandırma fırsatı sunmaktadır (Du Rand ve Heath, 2006). Gastronomi turizmi kapsamında turistlerin %70'i yerel yiyecekleri deneyimlemekte, yedikleri yerel yiyecek ve içeceklerin reçetelerini almakta, şarap vb. gibi yerel yiyecek veya içecekleri satın alarak arkadaşları ve ailelerine tanıtmaktadırlar. Böylece bölge ve ülkenin tanıtımına katkıda bulunmaktadır (Marzella, 2008).

3. Turist Rehberliği

Turist rehberi, turistlere bir destinasyon hakkında rehberlik eden, ziyaret edilen bölgenin doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri hakkında bilgi veren, destinasyonu tam olarak tanıtan kişidir (İrigüler & Güler, 2015). Dünya Rehberler Federasyonu Örgütü (WFTGA) turist rehberini şu şekilde tanımlamıştır: "Ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik eden, bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan, bölgedeki ilgili kurumlar tarafından kabul edilen niteliklere sahip kişidir" (Başoda vd., 2018). Turist rehberleri, hem seyahat acentesi temsilcileriyle hem de destinasyondaki yerel halk ile iletişim kurmakta önemli rol oynayan kişidir (Luoh ve Tsaur, 2013: 116). Turist rehberleri, bir ülkeyi ziyaret eden turistlerin tatilden memnun ayrılmalarına, bölgeyi tekrar tercih etmelerine ve müşteri sadakatına büyük katkı sağlamaktadırlar. Ayrıca turistler tatil yaparken güvende olmak, gezdikleri bölge hakkında detaylı bilgiye ulaşabilmek, tatil yerindeki tüm turistik mekanlara belirli bir zaman dilimi ve bütçe dahilinde en iyi hizmete ulaşabilmek istemektedir (MEB, 2013).

Turist rehberliği, bir ülkenin tüm kültürel değerlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasında kültür elçiliği misyonu üstlenen bir meslek olması nedeniyle oldukça önemlidir (Ap ve Wong, 2001, s. 552). Turist Rehberliği Hizmeti; 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında düzenlenen 26/12/2014 tarih ve 29217 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde "Yerli veya yabancı turistlerin, Seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 2014).

4. Turist Rehberliği Perspektifinde Gastronomi

Turist rehberlerinin gastronomi hakkındaki farkındalıklarının ve bilgilerinin artırılması seyahatlere katılan turistlerin de gastronomiye yönelik eğilimlerinin artmasını sağlayacaktır. (Aslan ve Çokal, 2016). Gastronomi uzmanı rehberler, bir destinasyondaki yemek kültürü, hakkında bilgi ve deneyime sahiptir;

rehberlerin, bilinmeyen ancak korunması/yaşanması gereken geleneksel lezzetleri turistlere aktararak tanıttığı söylenmektedir (İrigüler ve Güler, 2017: 7-8). Bu durumda bir yemek turu, destinasyonun yemek kültürünü yansıtan detayları içermeli ve tanıtımına odaklanmalıdır. Grup turu olarak düzenlenen yemek turu, birbirine yakın destinasyonların yöresel lezzetlerini tanıtan bir tur olabilir. Ancak yerel özellikleri yansıtan yemek kültürünün daha az destinasyon ile turizm programlarında yer alması daha olumlu sonuçlar gösterecektir. Bu bakımdan yemek turları, kültür turlarından daha kültür ve tarih merkezli olmamalıdır (Kızılırmak vd., 2016). Bu da tur rehberlerinin yemek kültürünü tanıtmalarına ve bu alanda bilgi sahibi olmalarını gerekli kılmaktadır. Yöresel yemekleri tadan turistler farklı bir kültürü deneyimleyebilmekte ve bu da memnuniyetlerini olumlu yönde etkilemektedir (Yuan, 2015: 17). Gastronomi turları, yerel yemek kültürünü tanıtmaya, eğitmeye ve deneyimlemeye odaklanan ayrıntılar içermelidir. Ülkemizde turist rehberleri, gastronomi odaklı turların çoğunda kültürel ve tarihi değerlerin tanıtımı hakkında bilgiler vermektedir. Gastronomi deneyimi yaşamak isteyen turistler için bilgili ve donanımlı rehberlerin öncülük ettiği, yerel gastronomi kültürünü deneyimlemeye odaklı, daha az destinasyonu içeren tur programları giderek önem kazanmaktadır (Kızılırmak vd., 2016: 259).

5. Yöntem

Bu araştırmada Türkiye’de gastronomi ve turist rehberliği alanında yazılmış ulusal-uluslararası makalelerin ve ulusal bildirilerin bibliyometrik olarak incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2015-2022 yılları arasında yayımlanan başlığında gastronomi ve turist rehberliği kelime grubu bulunan makaleler ve bildiriler oluşturmaktadır. Araştırma da Ulakbim TR Dizin ve Google Akademik veri tabanında yer alan ulusal-uluslararası makaleler ve ulusal bildiriler taranmıştır. Tarama sırasında ‘Gastronomi ve Turist Rehberliği’ anahtar kelimeleri yer almıştır. Çalışmada 12 ulusal makale, 2 ulusal bildiri ve 1 uluslararası makale değerlendirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden döküman-arşiv tarama tekniği, verilerin analizinde ise betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Makaleler yayınlanan yıl, sayfa sayısı, yazar sayısı, atıf sayısı, kaynakça sayısı ve yayın türü gibi değişkenler ele alınarak incelenmiştir. Makaleler istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutulmuş ve aşağıda belirtilen değişkenler doğrultusunda ele alınmıştır:

- Makalelerin ve bildirilerin yayınlandığı yıllara göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirilerin sayfa sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirilerin yazar sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirilerin atıf sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirilerin kaynakça sayısına göre dağılımı,
- Makalelerin ve bildirilerin yayın türüne göre dağılımları.

6. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, araştırma kapsamında anahtar kelimelerle taranan ulusal-uluslararası makale ve ulusal bildirilerle ilgili ulaşılan veriler ve bu verilerin yorumları yer almaktadır. Bu kapsamda 12 ulusal makale, 1 uluslararası makale ve 2 ulusal bildiriye rastlanmıştır.

Tablo 1: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı (2015-2022)

Yayın Yılı	F	%
2015	1	7
2018	2	13
2019	3	20
2020	5	34
2021	2	13
2022	2	13
Toplam	15	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere gastronomi ve rehberlik ile ilgili yapılan çalışmaların %34’ü 2020 yılında, %20’si 2019 yılında, %13’ü 2018, 2022, 2021 yıllarında, %7’si ise 2015 yılında yayınlanmıştır.

Tablo 2: Çalışmaların Sayfa Sayısı

Sayfa Sayısı	F	%
0-10	1	6
11-20	10	67
21-30	4	27
Toplam	15	100

Tablo 2’de çalışmada incelenen makalelerin sayfa sayıları 3 farklı grup altında incelenmiştir. Bu bağlamda 0-10 sayfa aralığındaki çalışmaların sayısının %6 oranında olduğu, %67’sinin 11- 20 sayfa sayfa aralığında olduğu, %27’sinin 21-30 sayfa aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Çalışmaların Yazar Sayısı

Yazar Sayısı	F	%
1 Yazar	5	33
2 yazar	7	47
3 yazar	1	7
4 yazar	2	13
Toplam	15	100

Tablo 3’te çalışmaların yazar sayısı 4 grup altında incelenmiştir. Tek yazarlı çalışmaların %33 oranında olduğu, 2 yazarlı çalışmaların %47 oranında olduğu, 3 yazarlı çalışmaların %7 oranında olduğu, 4 yazarlı çalışmaların %13 oranında olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Çalışmaların Atıf Sayısı

Atıf Sayısı	F	%
0-5	11	73
6-10	1	7
11-20	3	20
Toplam	15	100

Tablo 4'te Yayınlanan çalışmaların atıf sayıları incelenmiştir. Buna göre, %73'lük oranın 0-5 atıf sayısı aralığında olduğu, %7 oranında 6-10 atıf sayısı aralığında olduğu, %20 oranında ise 11-20 atıf sayısı aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Çalışmaların Kaynakça Sayısı

Kaynakça Sayısı	F	%
0-20	1	7
21-40	7	47
41-60	5	33
61-80	2	13
Toplam	15	100

Tablo 5: Yayınlanan çalışmaların kaynakça sayısı 4 grup halinde incelenmiştir. Bu bağlamda 0-20 aralığında %7, 21-40 aralığında %47, 41-60 aralığında %33, 61-80 aralığında %13 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Çalışmaların Yayın Türü

Yayın Türü	F	%
Ulusal Makale	12	80
Ulusal Bildiri	2	13
Uluslararası Makale	1	7
Toplam	15	100

Tablo 6'da yayınlanan çalışmaların yayın türlerine bakılacak olursa, %80 oranında yayınlanan çalışmaların ulusal makale olduğu, %13 oranında ulusal bildiri olduğu, %7 oranında uluslararası makale olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomik öğelerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımında turist rehberlerinin rolü oldukça önemlidir. Bu çalışma son yıllarda popüler bir turizm çeşidi olan gastronomi ile turizm rehberliğini ortak bir çatı altında incelemek üzere yapılmıştır. Çalışma 2015-2022 yılları arasında Türkiye'de yayınlanmış makale ve bildirimlerden oluşmaktadır. Bu konuda 2015 yılı öncesine ait çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma gastronomi ve turizm rehberliği ile ilgili çalışmalar hakkında ilgili alan yazının durumunu belirli yıllar itibari ile yorumlanmasına imkân vermektedir. Çalışmaların yayımlandığı yıllar arasında en çok yayının 2020 yılında %34 oranında olduğu görülmektedir. Çalışmaların sayfa sayısı aralığına bakıldığında en çok oranın 11-20 sayfa aralığında %67 oranında olduğu görülmektedir. Çalışmaların yazar sayılarına bakıldığında 2 yazarlı çalışmalar

%47 oranındadır. Atıf sayıları incelendiğinde %73'lük oranın 0-5 arasında olduğu görülmektedir. Kaynakça sayısı 21-40 aralığında %47 olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda en çok yayın türünün %80 oranında ulusal makale olduğu görülmektedir. Bu bulguların ışığında gastronomi ve turizm rehberliğine olan ilginin yıllar itibari ile araştırmacılar tarafından daha fazla araştırıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca, araştırmacılar geleceğe yönelik yapacakları çalışmalarda makaleler yanında kitap, kitap bölümü ve tezleri de inceleme kapsamına alarak makalelerinin niteliğine olumlu katkı yapabilirler.

Gastronomi turizmi açısından oldukça önemli bir misyon üstlenen turist rehberlerinin gastronomi alanında eğitim almış gastro rehberlerden oluşması gastronomi turizmine oldukça önemli katkılar sağlayacaktır. Bu anlamda mevcut turist rehberlerine gastronomi turizmi konusunda eğitim verilmesi, yükseköğretim kurumlarında turizm rehberliği ve gastronomi bölümleri arasında çift ana dal programlarının oluşturulması, turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlaşmasına olanak sağlayacak faaliyetlere yer verilmesi ve bu konuda çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Kaynakça

- Akdağ G. (2021). Gastronomi ve Tur Rehberliği. Ozan Güler, Gürkan Akdağ & Anıl Kale (Editörler.), Disiplinlerarası Bakış Açısıyla Gastronomi (390-405). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Algün, V. (2016). Gastronomik Bir Öğe Olarak Üzümün Görsel Sanatlardaki Biçimleri: Sosyo-Kültürel ve Tarihsel Bir İnceleme. Gaziantep Üniversitesi.
- Ap J. ve Wong K. F. K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016), 'Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları', *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. & Acar, Y. (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1926.
- Belge, M. (2018). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Blank, F. (2003). *Gastronomy*. S. H. Katz, & W. W. Weaver içinde, *Enclopedia of Food and Culture*. New York: Scriber.
- Brillat-Savarin, J. A. (1994), *The Physiology of Taste*, Trans: A. Drayton, Penguin, Harmondsworth.
- Canbolat, E.ve Çakıroğlu, F.P. (2015). Tarihi Çarşamba kıvratması. III. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu, 8-10 Ekim, Ankara.
- Çetinkaya M. Y. ve Aktürk H., 2022. *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi Yayın Evi: Detay Yayın Editör Adı: Atilla AKBABA, Neslihan SERÇEOĞLU*
- Du Rand Ge, Heath E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism As an Element of Destination Marketing. *Current Issues In Tourism*, 9, 206-34.
- İrigüler, F., & Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Turizmine Bakışı. 1. In *International Gastronomic Tourism Congress* (Vol. 10, p. 2015).
- Kesici, M (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23): 33-37, 2012 ISSN: 1309-9132, www.kmu.edu.tr..
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2005). *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*. *Journal of Culinary Science & Technology*2, 4(2-3), 39-55.

- Kızılırmak, İ., Oflluoğlu M. ve Şişik, L. (2016). Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 258-269.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30, 354– 77.
- Köroğlu, Ö. (2013). “Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16: 91-112.
- Köroğlu, Ö. ve Güdü Demirebulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma. Ö. Güzel, V. Altıntaş ve İ. Şahin (Editörler), *Turist rehberliği araştırmaları: öngörüler ve uygulamalar İçinde* (s. 49-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Larousse Gastronomique. (2005). *Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi*, Kolektif, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Ling, T.P, Noor, S.M, Lim, K.Y. ve Mohamed, R. (2011), ‘Tour Guides As Interpreters of Cultural Heritage in Promoting Mindful Tourists for Sustainable Tourism in Malaysia’, *Proceedings of 2nd Regional Conference on Tourism Research*. Penang, Universiti Sains Malaysia
- Luoh, H. F. ve Tsaur, S. H. (2013). “The Effects Of Age Stereotypes On Tour Leader Roles”, *Journal of Travel Research*, 53(1): 111-123.
- Marzella, D. A. (2008). *Culinary Tourism: Does Your Destination Have Potential?*. Travel Marketing Decisions, MEB (2013). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption*. A.M. Hjalager ve G. Richards (Ed.). *Tourism And Gastronomy*. Londra: Routledge.
- Santich, B. (2004). *The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training*. *Hospitality management*, 23, 15-24.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006), ‘Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı’, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism the Hidden Harvest*. ABDLowa: Kendall/Hunt Yayıncılık Şirketi.
- Yuan, Su (2015). *Reflections on Local Specialties and Gastronomic Tourism*. *Chinese Studies*, 4, 15-19.

İnternet Kaynakları

<https://www.resmigazete.gov.tr>”Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği”.