

GASTRONOMİ UZMANLIĞI, TURLARI VE REHBERLİĞİ: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Alaattin BAŞODA¹

Serkan AYLAN²

Reha KILIÇHAN³

Yusuf ACAR⁴

Atıf/©: Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826. doi: 10.17218/hititsosbil.436190

Özet: Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği açısından gastronomi uzmanlığının, gastronomi turlarının ve gastronomi rehberliğinin kavramsal çerçevesini oluşturmaktır. Araştırmanın yöntemi, teorik bir model önerisine dayanmaktadır. Araştırmada süreç odaklı bir yaklaşım tercih edilmiş olup öncelikle, ilgili alanyazın ışığında, turizmde rehber ve rehberlik ayrıca turist rehberliği açısından gastronomi temel referans profili belirlenmiştir. Bu çerçevede, gastronomi uzmanlığının, gastronomi turlarının ve gastronomi rehberliğinin kapsamı belirlenmiştir. Sonuç olarak belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü gastronomi uzmanlığının; konu, etkinlik ve mekân uzmanlığı, gastronomi turlarının; deneyim, keşif, katılım, ziyaret ve son olarak gastronomi rehberliğinin; bilgilendirme ve deneyim kazandırma bileşenleri ile açıklanabileceği ileri sürülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Turist Rehberliği, Gastronomi Uzmanlığı, Gastronomi Turları, Gastronomi Rehberliği.

A Conceptual Framework for Gastronomy Expertise, Gastronomic Tours and Gastronomic Guidance

Citation/©: Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. and Acar, Y. (2018). A Conceptual framework for gastronomy expertise, gastronomic tours and gastronomic guidance. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 11(3), 1809-1826. doi: 10.17218/hititsosbil.436190

Abstract: The purpose of this study to create a conceptual framework for gastronomy expertise, gastronomic tours and gastronomic guidance from the view of tourist guidance. The method of the research is based on a theoretical model proposal. In this study, firstly the main reference profiles of guide and guidance in tourism and gastronomy in terms of tourist guidance were created based on relevant literature with process-oriented approach. Within this framework, the scope of gastronomy expertise, gastronomic tours and gastronomic guidance was determined. Accordingly gastronomy expertise was explained by expertise on subject, activity/event and location; gastronomic tours were explained by experience, exploration, participation and visitation; and last gastronomic guidance was explained by giving information and providing experience components related to the local culinary cultures of a particular destination.

Makale Geliş Tarihi: 25. 06. 2018

Makale Kabul Tarihi: 11. 12. 2018

Bu çalışma, Gastronomi Kongresinde sözlü olarak sunulmuştur.

¹Sorumlu Yazar, (Dr.Öğr.Üyesi), Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, alabasoda@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7654-5849>

²(Dr.Öğr.Üyesi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, serkaylan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7262-4440>

³(Dr.Öğr.Üyesi), Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, rehakilichan@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2570-5771>

⁴(Dr.Öğr.Üyesi), Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, yacar1986@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3386-8810>

Keywords: *Gastronomy Tourism, Tourist Guidance, Gastronomy Expertise, Gastronomic Tours, Gastronomic Guidance.*

I. GİRİŞ

Turist rehberliği mesleği, bir ülkenin kültürel, tarihi ve doğal değerlerinin tanıtımını yapma ve kültür elçisi olarak ulusal ve uluslararası ilişkilerde etkili olma açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir (Ap ve Wong, 2001, s. 552). Diğer taraftan Türkiye, içinde bulunduğu Anadolu coğrafyasının binlerce yıllık tarihi boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapması sonucunda ortaya çıkan zengin kültürel ve tarihi değerleriyle eşsiz bir ülkedir. Dolayısıyla Türkiye’de, bu mesleği yapmanın oldukça önemli ve hassas olduğu aşikârdır. Bu denli önemli bir görevi üstlenen turist rehberlerinin, Türkiye’nin sahip olduğu değerler zinciri dokusunu özümsemiş olmaları beklenmektedir. Ancak Türkiye’nin zengin bir kültür dokusuna ve çeşitliliğine sahip olması, turist rehberlerini özel ilgi alanlarına yönlendirmektedir. Dolayısıyla turist rehberleri, belirli bir alanda uzmanlaşmaya yönelmektedirler (Köroğlu ve GÜDÜ Demirbulat, 2017, ss.75-76; Temizkan, 2010). Turist rehberlerinin belirli bir alanda uzmanlaşmaları; yüksek performans, kaliteli hizmet, destinasyon rekabet avantajı sağlama gibi olumlu sonuçları ortaya çıkarmaktadır (Köroğlu ve GÜDÜ Demirbulat, 2017, s.63). Turist rehberlerinin uzmanlık alanlarından biri de gastronomidir.

Günümüzde tüketici ihtiyaçlarının değişiklik ve çeşitlilik göstermesi sonucunda, gastronomi turizmine yönelik talep gittikçe artmaktadır. Birçok paydaşı bünyesinde barındıran gastronomi turizmi, bir destinasyona rekabet avantajı sağlama, bölgeye özgü kimlik oluşturma, yerel kültür değerlerinin sürdürülebilirliğine ve ekonomiye katkısı açısından turizm sektörü için oldukça önemlidir (Çalışkan, 2013, s.40). Ayrıca binlerce çeşit yöresel yiyecek ve içecek çeşidiyle Türkiye, gastronomi turizminde lider olabilecek nitelikte lezzetlere sahip bir ülkedir (Durlu-Özkaya ve Can, 2012, ss.31-32). Dolayısıyla bu zenginliğin uzman rehberler tarafından tanıtılması, ülke turizmi için oldukça önemlidir (Köroğlu ve GÜDÜ Demirbulat, 2017, ss.75-76). Bu açıdan turist rehberleri, gastronomi turizminde önemli rol üstlenmektedirler. Ancak Türkiye’de gastronomi uzmanlığına gereken önemin verilmediği bilinmektedir.

Türkiye’de, birçok gastronomi turunun düzenlenmesine rağmen, bunların çoğunun içerik ve yürütülme şekli olarak tam manasıyla gastronomiye özgü olmadığı ileri sürülmektedir (Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik, 2016, s.267). Bazı araştırmalarda ise destinasyonların yerel mutfak kültürlerini derinlemesine özümsemiş, bu konularda eğitim almış ve gastronomi rehberliğini yapabilen turist rehberlerine gereksinim duyulduğu belirtilmektedir (Irıgüler ve Güler, 2017, s.3).

Bir diğer açıdan, turist rehberliği ve özellikle turist rehberliği açısından gastronomiye yönelik oldukça az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar gözden geçirildiğinde, turizmde rehber ve rehberlik ve turist rehberliğinde gastronomi profilinin belirlenmesine, ayrıca gastronomi uzmanlığının, turlarının ve rehberliğinin kavramsal çerçevesinin oluşturulmasına yönelik bir çalışmanın yapılmasına ihtiyaç duyulduğu düşünülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma ile alanyazındaki bu boşluğun doldurulması amaçlanmaktadır. Bundan hareketle bu çalışmanın amacı, turist rehberliği açısından gastronomi uzmanlığının, turlarının ve rehberliğinin kavramsal çerçevesini oluşturmaktır. Böylece bu çalışmanın, turist rehberleri, seyahat acentaları ve destinasyon, gastronomi veya turist rehberliği gibi konularda akademik çalışmalar yapan araştırmacılar için farklı açılardan yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu yararlar; gastronomi alanında uzman olmak isteyen rehberlerin gastronomi uzmanlığının, turlarının ve rehberliğinin kapsamını kavramalarına, seyahat acentalarının gastronomi

turlarına yönelik kaliteli içerik oluşturmalarına, araştırmacıların ise turizmde rehber ve rehberliğin anatomisine ve özellikle gastronomi-turist rehberliği ilişkisi ile ilgili konulara yönelik daha kapsamlı araştırma yapmalarına yardımcı olmak şeklinde sıralanabilir. Çalışma; turizmde rehber ve rehberlik profili, turist rehberliği açısından gastronomi profili, gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliğinin kavramsal çerçevesi ve sonuç kısımlarından oluşmaktadır.

2. GASTRONOMİ UZMANLIĞI, TURLARI VE REHBERLİĞİ

Araştırma, teorik bir model önerisine dayanmaktadır. Araştırmada, süreç odaklı bir yaklaşım tercih edilmiştir. Araştırma, öncelikle temel referans profil belirleme ardından kavramsal çerçeve oluşturma olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda konuyla ilgili alanyazın taraması ile ikincil kaynaklardan elde edilen yaklaşımlar, kategorik hale getirilmiştir. Bu kategoriler ile turizmde rehber ve rehberliğe ve turist rehberliği açısından gastronomiye yönelik temel profiller belirlenmiştir. Ardından bu profillerden yararlanarak gastronomi uzmanlığının, turlarının ve rehberliğinin nasıl açıklanabileceğine yönelik kavramsal çerçeveleri oluşturulmuştur.

2.1. Turizmde Rehber ve Rehberlik Profili

Rehber sözcüğü, “Birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2018). Rehberlik sözcüğünün anlamı ise “Yol göstermek, kılavuzluk etmektir” (TDK, 2018). Ayrıca Köroğlu ve Güdü Demirbulat’a (2017, s.75) göre rehberliğin temelinde iki ana dinamik yer almaktadır: Yol göstericilik ve anlatıcılık. Dolayısıyla çatı itibarıyla, turizmde rehber ve rehberlik kapsamında başkalarını bilgilendirmenin ve onlara yol göstermenin üç kaynak vasıtası ile gerçekleştiği ileri sürülebilir; gereç, kurum/kuruluş ve insan. Bu kaynakların; çatı olarak turizm ve turist rehberliğinde, amaç, hedef kitle ve özne açısından rolleri belirlenebilir (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Turizmde Rehber ve Rehberlik Profili

KAYNAK	ÇATI	Turizm Rehberi & Rehberliği	Turist Rehberi & Rehberliği	
Gereç	ROLLER	Amaç	Turizm ile ilgili konulara yönelik doğrudan bilgilendirmek ve yönlendirmek	Belirli bir destinasyonun çekiciliklerine yönelik doğrudan bilgilendirmek ve bunlarla ilgili turistik eylemlere yönelik yol göstermek
		Hedef Kitle	Turizm ile ilgili konulara yönelik bilgi sahibi olmak isteyen bireyler	Bir destinasyonun çekicilikleri ile ilgili bilgi sahibi olmak isteyen turistler
		Özne	Görsel, işitsel, basılı kaynaklar	Görsel, işitsel, basılı kaynaklar
Kurum/ Kuruluş	ROLLER	Amaç	Turizm işlerinin yürütülmesi için doğrudan bilgilendirmek ve yönlendirmek	---
		Hedef Kitle	Turizm ile ilgili işleri yürüten kurum/kuruluşlar	---
		Özne	Yetkili kurum/kuruluşlar	---
İnsan	ROLLER	Amaç	Turizm alanları, meslekleri ile ilgili bilgilendirmek ve yol göstermek	Belirli bir destinasyonun çekiciliklerine yönelik doğrudan bilgilendirmek ve bunlarla ilgili turistik eylemlere yönelik yol göstermek
		Hedef Kitle	Turizm ile ilgili işleri yürüten bireyler ve meslek adayları	Bir destinasyonun çekicilikleri ile ilgili bilgi sahibi olmak isteyen turistler
		Özne	Uzmanlar, araştırmacılar, eğiticiler, danışmanlar vb.	Turist rehberleri

Turizm rehberi, turizm ile ilgili konulara, alanlara, işlere, faaliyetlere veya mesleki eğitime yönelik bilgi sahibi olmak isteyen bireyleri, turizm işlerini yürüten çalışanları veya meslek adaylarını (öğrencileri) doğrudan bilgilendirme ve onlara yol gösterme gibi rehberlik hizmetlerini

veren gereç, kurum/kuruluş veya kişi olarak tanımlanabilir. Turizm rehberi/rehberliğinin makro boyutu; gereç, kurum veya kuruluşları, mikro boyutu ise bu kurum/kuruluşlarda hizmet veren insan kaynağını oluşturabilir. Turist rehberi ise belirli bir destinasyonun çekiciliklerine yönelik bilgi ve deneyim sahibi olmak isteyen turistleri doğrudan bilgilendirme ve onlara yol gösterme gibi rehberlik hizmetlerini veren gereç veya kişi şeklinde tanımlanabilir. Turist rehberi/rehberliğinin makro boyutu; gereçleri, mikro boyutu ise turist rehberlerini oluşturabilir. Roller ise rehberliğin ne amaçla, hangi hedef kitleye ve kim/ne aracılığıyla gerçekleştirildiğini ifade etmektedir. Rol bileşenlerinden amaç; kaynak tarafından bilgilendirme ve yönlendirmenin ne için yapıldığını, hedef kitle; kaynak tarafından bilgilendirme ve yönlendirmenin kimlere yönelik olduğunu ve özne ise bilgilendirmenin ve yönlendirmenin kim tarafından veya ne ile yapıldığını ifade eder.

Gereç, turizmle ilgili belirli bir konuya veya belirli bir destinasyonun turistik çekiciliklerine yönelik önceden belirlenen sınırlı bilgileri vermeyi ve bu bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilecek olan turizm davranışına ve hareketliliğine yönelik bireylere yol göstermeyi amaçlayan görsel, işitsel, görsel-işitsel ve basılı kaynakları ifade etmektedir. Bu kaynaklar, genellikle bireylerin kendi isteği ve çabaları sonucunda bireysel olarak turizmle ilgili bilgilere ulaşmaya veya belirli bir destinasyonda yapmakta olduğu/yapacağı turizm amaçlı etkinlikleri yönetmeye/planlamaya dair kendilerine yardımcı olup yol gösteren kaynaklardır (Sanal gerçeklik uygulamaları, TV programları, kitap, broşür, vb.). Bu kaynakların geniş kitlelere hitap eden, turizm ile ilgili genel konulara yönelik rolleri ile turizm rehberliği, belirli bir destinasyonun çekiciliklerine yönelik rolleri ile turist rehberliği niteliğinde kaynaklardır. Bu kaynaklar; bireyler, kamu kurumları, sivil toplum veya medya kuruluşları tarafından oluşturulabilmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001a; Ahipaşaoğlu, 2001b; Değirmencioğlu, 1998; Gül Yılmaz, 2017).

Kurum/kuruluşlar, dünya çapında veya belirli bir ülke veya bölgedeki destinasyonların turizm faaliyetlerine (eğitim, sanat, bilim, kültür, organizasyon vb.) yönelik bilgiyi, yönlendirmeyi, iletişimi, işleyişi, disiplini ve kontrolü sağlama gibi faaliyetleri yürüten yetkili kurum/kuruluşları kapsamaktadır. Bu kurum/kuruluşların her biri rolleri itibarıyla doğrudan turizm işlerinin yürütülmesi ve faaliyetlerle ilgili bilgilendirmesi açısından turizm rehberi olarak adlandırılabilir. Dolayısıyla bu kurum ve kuruluşlar, turizme yönelik disiplini sağlama ağırlıklı vazifelerde buldukları ve turistik faaliyetlerle ilgili bilgilendirme ve yol gösterme hizmetlerinde buldukları için doğrudan turizm rehberliği faaliyetlerinde bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, bakanlığa bağlı enformasyon büroları ve il müdürlükleri, eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve seyahat acenteleri örnek olarak verilebilir.

Turizmde rehberlik açısından insan unsuru, iki türde ele alınabilir: Turizm rehberi ve turist rehberi. Turizm rehberi, turizme yönelik belirli konularda veya mesleklerde uzman olan ve bu doğrultuda belirli bir kurum veya kuruluşta turizm politikalarına yön veren, araştırma yapan, turistik faaliyetler hakkında bilgilendiren veya mesleki eğitim veren bireyler olarak tanımlanabilir. Turizme yönelik eğitim, araştırma, planlama vb. vazifelerde buldukları için bu faaliyetler turizme rehberlik niteliği taşımaktadır. Turizm eğitiminin verildiği üniversitelerde akademik personel veya kamu kurumlarındaki ve sivil toplum kuruluşlarındaki uzmanlar, eğiticiler veya seyahat acentalarında çalışan seyahat danışmanları bu kapsamda düşünülebilir.

Diğer bir açıdan insan unsuru ise turist rehberidir (Ahipaşaoğlu, 2001a; Ahipaşaoğlu, 2001b; Değirmencioğlu, 1998; Gül Yılmaz, 2017). Turist rehberine yönelik birçok tanım bulunmaktadır. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında düzenlenen 26/12/2014 tarih ve

29217 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde Turist Rehberi,

“Kanun ve bu Yönetmelik hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi” olarak tanımlanmaktadır. Turist rehberliği hizmeti ise “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 acenta adına yönetilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 2014).

Yıldız, Kuşluyan ve Şenyurt’a (1997, s.10) göre turist rehberi;

“Turistlerin seyahatleri boyunca, turistlerle iletişim kuran, turistlerin seyahatin başından bitimine kadar olan seyahat organizasyonunu kolay hale getiren ziyaret edilen yeri tüm yönleriyle turistlere tanıtan, turistlerin turizm mahallinde hoşça vakit geçirmesini sağlayan, olağandışı durumlarda turistlere yardımcı olan ve turistlerin seyahat boyunca haklarını koruyan kimselerdir”.

Cohen’e (1985) göre turist rehberinin temel vazifesi, kılavuzluk ve danışmanlık hizmeti vermektir. Kılavuzluk; rehberin liderlik rolünü, danışmanlık görevi ise aracılık rolünü ortaya koymaktadır. Ayrıca rehberin rollerini dört ana gruba ayırmaktadır. Bu roller; yardımcı, sosyal, etkileşimsel ve iletişimsel rolleridir. Rehberin yardımcı rolü; rehberin eşlik ettiği gruba karşı olan sorumluluklarına, sosyal rolü; rehberin turla bütünleşmesini ve davranışlarına, etkileşimsel rolü; turist ile yerel halk, şehir, kurum ve turistik imkânlar arasındaki aracılık yönüne, iletişimsel rolü ise turistlere ziyaret edilen yer/bölge/ülke hakkında bilgi verme şekline odaklanır (Cohen, 1985, s.7-8). World Federation of Tourist Guide Associations’a (2017) göre turist rehberi, ziyaretçilere kendi seçtikleri dilde yol göstericilik yapan ve bir bölgenin doğal ve kültürel mirası hakkında bilgileri yorumlayıcı bir şekilde ziyaretçilere aktaran kişidir.

İlgili literatürde, turist rehberlerinin verdikleri hizmet açısından sınıflandırılmasına yönelik farklı bakış açılarının olduğu görülmektedir. Ahipaşaoğlu’na (2001b) göre rehberler üç gruba ayrılmaktadır: Genel kültür rehberi (klasik rehber), konferansçı rehber ve uzman rehber. Genel kültür rehberleri (klasik rehber), rehberlik için gerekli olan temel alanlardaki (örn; arkeoloji, sanat tarihi) bilgilere sahip ve bu bilgilerle turistlerin gezi kapsamında asgari ihtiyaçlarını karşılamak için turizm amaçlı bilgilendirme ve yönlendirme yapan rehberlerdir. Konferansçı rehber, genel kültür rehberlerinin niteliklerine sahip olmakla beraber uzun mesafeli gezilerde veya akşam saatlerinde genellikle kapalı gruplar ve özel programlar için turistlere belirli konularda seminer veren genel kültür rehberleri arasından konuyla ilgili eğitim almış rehberlerdir. Uzman rehberler ise genel kültür rehberleri arasından seçilen rehberliğe yönelik belirli bir konuda veya etkinlikte uzmanlaşmış rehberlerdir (Ahipaşaoğlu, 2001b). Benzer bir sınıflandırma Çolakoğlu, Efendi ve Epik (2014) tarafından yapılmaktadır. Araştırmacılara göre turist rehberleri üç gruba ayrılmaktadır: Genel kültür rehberi, uzman rehber ve nokta rehber.

Genel Kültür rehberi, *“Faaliyette buldukları ülke ve bölge ile ilgili her konuda derinlemesine olmamakla birlikte, bilgi sahibi olan, birçok güzergâhta kullanılacak rehberlerdir”.* Uzman rehber, *“Daha çok özel ilgi turizmi kapsamında düzenlenen turlarda görev alan ve belli konuları çok derinlemesine özümsemiş kişilerdir”.* Nokta

rehber ise “*Grupla birlikte yolculuk etmeyen, yalnızca belli bir noktada grupla buluşup, onlara o yer hakkında rehberlik hizmeti sunan kişilerdir*” (Çolakoğlu ve diğerleri, 2014, s.157).

Demircan’a (2007, s.12-14) göre turist rehberleri, seyahat rehberleri ve coğrafi alan ören yeri ve milli parklar rehberleri olmak üzere ikiye ayrılır.

Seyahat rehberleri, “*Turistik amaçlı gezilerde, şehir turlarında ve kısa süreli gezilerde kişilere ve gruplara refakat ederler, ilginç yerleri tanıtırlar ve diğer rehberlik hizmetlerini sağlarlar*”. Coğrafi alan ören yeri ve milli parklar rehberleri ise “*Bu kişilere dağ mihmandarı, amatör balık avı rehberi, rehber dalıcı, rehber balıkadam, profesyonel sualtı adamı rehberi, rafting rehberi, av rehberi, av kılavuzu, alan kılavuzu örnek verilebilir*”.

Pond’a (1993) göre turist rehberleri yedi gruba ayrılmaktadır: kent rehberi, resmi görev rehberi, sürücü rehber, iş/ sektör rehberi, macera/tercüman rehberi, protokol rehberi ve müze/sanat galerisi rehberi/gönüllü rehber. Mancini’ye (2001) göre ise turist rehberlerini beş gruba ayırmak mümkündür: şehir rehberleri, yer/merkez rehberleri, uzman rehberler, iş dünyası rehberleri ve mavi yolculuk rehberleri. Bir diğer kaynağa göre turist rehberleri çeşitleri, turistik destinasyonların doğasına göre farklılık gösterebilir. Ancak genel olarak turist rehberleri sekiz ana çeşide ayrılabilir: Kültürel miras, kültür, macera, vahşi doğa, iş, gezici, doğa ve özel ilgi rehberleri. Bu rehberler kendi içinde alt kategorilere ayrılmaktadır. Kültürel miras rehberleri; tarih, arkeoloji ve sanat rehberleri, kültür rehberleri; mutfak (gastronomi), inanç rehberleri, macera rehberleri; dağcılık, yürüyüş/turmanış, kayak, sörf, yüzme, dalış rehberleri, yabancı doğal hayat rehberleri; avcılık, safari rehberleri, iş rehberleri; taşınmaz mal rehberleri, gezici rehberler; şehir turu rehberleri, doğa rehberleri; çöl, yayla, botanik bahçe rehberleri ve özel ilgi rehberleri; mavi yolculuk, golf, alış-veriş, otel ve özel organizasyon rehberleri (National Institute of Open Schooling, 2018). Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde ise turist rehberleri; ülkesel ve bölgesel rehberler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Ülkesel turist rehberleri, “Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında ülke genelinde çalışma hak ve yetkisine sahip olduğu belirtilen rehberlerdir”. Bölgesel turist rehberleri ise “Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında belirtilen coğrafi bölge veya bölgelerde çalışma hak ve yetkisine sahip olan rehberlerdir” (Resmi Gazete, 2014).

Yukarıda belirtilen araştırmacıların bakış açıları ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ndeki sınıflandırma incelendiğinde, sınıflandırmanın iki ana başlığa ayrıldığı ileri sürülebilir: klasik turist rehberleri ve uzman turist rehberleri (Ahipaşaoğlu, 2001b; Çolakoğlu ve diğerleri, 2014; Demircan, 2007; Mancini, 2001; Pond, 1993). Ahipaşaoğlu (2001b) ve Çolakoğlu ve diğerleri (2014) tarafından yapılan tanımlardan hareketle klasik turist rehberleri, bir ülke, bölge veya merkezin turistik çekiciliklerine yönelik detay içermeyen bilgiler ve deneyimler ile turistlerin asgari gereksinimlerini karşılama amacıyla temel rehberlik hizmetlerini yerine getiren rehberler olarak tanımlanabilir. Turist rehberliğine yönelik asgari/temel bilgiler, bir yerin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal ve benzeri değerlerini turistlere tanıtmaya ve yol göstermeye yönelik sahip olması gereken detay/derinlik içermeyen asgari bilgilerdir (Ahipaşaoğlu, 2001b; Çolakoğlu ve diğerleri, 2014). Uzman, “*Belli bir işte, belli bir konuda bilgi, görüş ve becerisi çok olan (kimse) olarak tanımlanmaktadır*” (TDK, 2018).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde, turist rehberlerinin uzmanlıkları ile ilgili mevzuat kapsamında, Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nun denetiminde uzmanlık eğitim programları düzenlenmektedir. Bu programlarda verilen eğitimlerde uzmanlık alanları üç ana başlık altında

toplanaabilmektedir: konu, etkinlik ve bölge uzmanlığı (Köroğlu ve GÜdü Demirbulat, 2017, s.63). Ayrıca ilgili literatürde, rehberlik uzmanlığı ile ilgili birçok alan (bkz. Tablo 2) olduğu ileri sürülmektedir (Çetin ve Kızılırmak, 2012; Mancini, 2001; Pond, 1993). Uzman sözcüğünün tanımından ve Köroğlu ve GÜdü Demirbulat'ın (2017) rehberlik uzmanlığını konu, etkinlik ve bölge uzmanlığı şeklinde sınıflandırmasından hareketle uzman turist rehberleri, bir destinasyon ile ilgili belirli bir konuya, etkinliğe veya mekâna yönelik uzmanlık eğitimi alıp bilgi, görüş ve beceri açısından yetkinliğe ulaşan ve bu doğrultuda derinlemesine rehberlik hizmetlerini yerine getiren rehberler şeklinde tanımlanabilir.

Tablo 2. Turist Rehberliği Uzmanlık Alanları

Konu Uzmanlığı	Etkinlik Uzmanlığı	Bölge/Merkez Uzmanlığı
Antik Çağlar	Avcılık	Çanakkale
Arkeoloji	Balıkçılık	Çatalhöyük
Bizans Tarihi	Balon	GAP Bölgesi
Botanik	Bisiklet	İstanbul
Ekoturizm	Macera	Likya Yolu
Flora-Fauna	Dağ-Doğa	Milli Park
Gastronomi	Dalgıçlık	Müze
Hititoloji	Deniz Kayağı	
Hristiyanlık	Fotoğraf	
İnanç	Halicilik	
İslam	Kayak	
Kırsal Turizm	Kuş Gözlemciliği	
Kültürel miras	Mavi Yolculuk	
Mimarlık	Rafting	
Musevi Mirası	Sörf	
Musevilik	Şehir İçi Yürüyüş	
Osmanlı Tarihi	Tırmanış	
Protokol	Yürüyüş	
Roma Tarihi		
Sanat Tarihi		
Savaşlar		
Selçuklu Tarihi		
Su Yapıları		
Şarap		
Taksanomi		
Yabani Hayat		

Kaynak: Köroğlu ve GÜdü Demirbulat (2017), Pond (1993), Mancini (2001), Çetin ve Kızılırmak (2012)

Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmanın birey, tüketici ve sektör açısından olumlu çıktıları olduğu bilinmektedir. Bunlardan bazıları sıralanacak olursa; ehliyet, performans (daha fazla, detaylı ve sağlıklı bilgi aktarımı); değişen tüketici taleplerinin ve ihtiyaçlarının hızlı ve en üst düzeyde karşılanması, tüketicinin gördükleri/gezdikleri yerleri anlamlandırması dolayısıyla deneyimlerini arttırması, hizmet kalitesi, tüketici memnuniyeti ve turizmde çeşitliliğin tüm yıla

yayılması, turist profilinin çeşitlenmesi/zenginleşmesi (Koroğlu ve GÜDÜ Demirbulat, 2017, s.63).

2.2. Turist Rehberliği Açısından Gastronomi Profili

Gastronomi, İngiltere'de, The School for Good Living'in (1814) anonim yazarı tarafından "*yemenin kuralları*" olarak tercüme edilse de (İlhan, 2006, s.2), bilimsel anlamda ilk olarak Brillant-Savarin (1825) tarafından yazılan "*Lezzetin Fizyolojisi (The Physiology of Taste)*" adlı kitapta bizim kendimizi ayakta tutmamızı sağlayacak beslenmemizle ilgili her şeyin akla dayalı anlayışı şeklinde tanımlanmaktadır. Scarpato'ya (2002, s.52) göre gastronomi; temelde "*Yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemidir*".

Gastronomi, temel beslenme ihtiyacının karşılanması yanı sıra, ne yenileceği ve içileceği, yeme-içmenin ne kadar, nerede, ne zaman, hangi şekilde, hangi bileşimde ve nasıl olacağına yönelik tavsiye ve rehberliği de kapsamaktadır (İlhan, 2006, s.1). Bu bağlamda gastronomi, fen bilimlerinden ve sosyal bilimlerden yararlandığı için geniş kapsamlı incelenen (Gillespie ve Cousins, 2001, s.2), yeme ve içmenin bilimi ve sanatı olarak bilinmektedir. Bu özelliği ile de belirli destinasyonların bölgesel/yöresel turizm değerlerinin ve mutfak kültürünün tanıtımına, çekicilik unsurlarının artmasına, yerel kimliğinin geliştirilmesine, tarım ürünlerinin değer kazanmasına ve ekonomik gelişimine önemli katkı sağlamaktadır (Du Rand ve Heath, 2006; Kesici, 2012; Yüncü, 2009).

Gastronomi turizmi, bir seyahat güdüsü olarak (Hall ve Mitchell, 2001; Hall ve Sharples, 2003; Kesici, 2012), eşsiz ve özel yiyecek ve içeceklerin farklı (özgün) üretimlerini, sunumlarını görmek ve bunları tatmak (Hall ve Mitchell, 2001; Hall ve Sharples, 2003; Kesici, 2012; Long, 1998; Mitchell ve Hall, 2003), ünlü bir şefin restoranında yemek yemek (Mitchell ve Hall, 2003), birincil ya da ikincil üreticilerini, restoranları, özel alanları ziyaret etmek ve festivallere katılmak (Hall ve Mitchell, 2001; Hall ve Sharples, 2003) dolayısıyla bir destinasyona has yöresel mutfak kültürünü deneyimlemek (Kesici, 2012, s.35) ve keşfetmek (Long, 1998, s.2) şeklinde ifade edilmektedir.

Belirli bir destinasyona ait yöresel gastronomi; yerelde bilinen yöresel değerlerin ön plana çıkartıldığı özel alanlar, mekânlar, araziler; basılı gereçler (medya, vb.), tesisler, etkinlikler, üreticiler, yetiştirilen ürünler, kuruluşlar (Çağlı, 2012, s.24), yaşam biçimleri, gelenek, inanç vb. kültürel çekicilik unsurlarının, coğrafik unsurlarla harmanlanmasıyla özgün bir mutfak kültürünü ortaya çıkarmaktadır (Gökdemir, 2009; Görkem ve Sevim, 2011; Şanlıer ve diğerleri, 2010). Bu bağlamda yöresel mutfak kültürü, belirli bir ulusa veya destinasyona özgü, yiyecek ve içeceklerin tarımsal ürünlerinden, hazırlık, pişirilme, sunum, tüketme ve saklanma gibi süreçlerine, kullanılan malzemelere ve özel mekânlarına kadar birçok unsuru kapsamaktadır (Görkem ve Sevim, 2011; Şanlıer ve diğerleri, 2010). Dolayısıyla gastronomik öğelerin; kültürel, toplumsal, coğrafik ve sosyal beslenme gibi birçok temele dayandığı görülmektedir (Gillespie ve Cousins, 2001).

Bir destinasyonda gastronomi turizminden ve bu destinasyona yapılması planlanan gastronomi turlarından bahsedilebilmesi için öncelikle o destinasyonda gastronomi turizmi arzının söz konusu olması gerekmektedir. Bu bağlamda, Ontario Turizm Bakanlığı'nın (2005, s.16) 2005-2015 yıllarını kapsayan gastronomi turizm stratejileri raporu incelendiğinde, bir destinasyonda gastronomi turizmi arzını şu şekilde sınıflandırmak mümkündür: Tesisler (Yapılar, araziler, güzergâhlar), aktiviteler (Tüketim, turlar, eğitim), etkinlikler (Tüketici şovları, festivaller) ve

organizasyonlar (Restoran tescilleme sistemleri, topluluklar, medya, ağırlama hizmetleri dernekleri ve pazarlama ajansları).

Dünya genelinde birçok ülke, gastronomi turizmi arzını ön plana çıkartarak destinasyon tanıtım faaliyetlerinde bulunmaktadır. Destinasyonların gastronomi turizmi arzının, gastronomi turistlerinin ilgisine sunulması ancak bu arzın iyi tanıtılması ve farkındalık oluşturulması ile mümkündür. Bu da gastronomi turları ile gerçekleştirilmektedir (Horng ve Tsai, 2010; Kivela ve Crotts, 2006; Kızılırmak ve diğerleri, 2016). Gastronomi turları, birçok ülkede, gastronomi turizmi pazarlama stratejilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu amaçla Tayvan'da ve Kore'de yerel veya bölgesel mutfakların tanıtımı ve deneyiminin kazandırılması amacıyla 1-3 günlük özel isimler ile anılan gastronomi turları düzenlenmektedir (Horng ve Tsai, 2010). Ayrıca gastronomi turlarının, ekonomiye katkı ve yerel kültürlerin sürdürülebilirliğini sağlama açısından destinasyonlar için oldukça önemli olduğu bilinmektedir (Kızılırmak ve diğerleri, 2016). Bu bağlamda, gastronomi turlarının, destinasyonların yemek kültürlerini yansıtan ve bunların tanıtımına odaklanan detaylar içermesi gerekmektedir. Paket tur şeklinde düzenlenen gastronomi turları, birbirine fiziki açıdan yakın olan destinasyonların yerel mutfağının tanıtıldığı turlar olabilir. Ancak yerel kimliği yansıtan mutfak kültürünün, daha az destinasyonu içeren tur programları içinde, özel olarak yer alması daha olumlu çıktılar ortaya çıkaracaktır. Bu noktada gastronomi turları, kültür turlarında olduğu gibi daha çok kültür ve tarih merkezli olmamalıdır (Kızılırmak ve diğerleri, 2016). Dolayısıyla, gastronomi turları, farklı mutfak kültürü ve lezzet arayışında olan turistlere yöresel mutfaklarla/lezzetlerle tanışma fırsatı sağlayan turlar olmalıdır (Irgüler ve Güler, 2017). Bu bağlamda gastronomi turları, turistlerin belirli bir destinasyonun yöresel lezzetlerini yerinde tatmaları, yapılışını öğrenmeleri ve bu lezzeti geliştiren bireyler ile tanışmaları için düzenlenmelidir (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013).

Shenoy (2005), gastronomi turizmi özelinde gerçekleştirilen gastronomi turlarını şu şekilde sınıflandırmaktadır: Yemek pişirmeye yönelik organize edilmiş turlar, restoranlarda akşam yemeği yemek üzerine organize edilmiş turlar ve yiyecek üreticilerini ziyaret etmeğe yönelik organize edilmiş turlar. Yüncü (2009, s.31) ise gastronomi turizmi amaçlı düzenlenen gastronomi turlarını üç kategoride toplamaktadır: Yemeklerin nasıl pişirilmesi gerektiğine dair eğitimleri içeren turlar, bu alanda önem arz eden bir bölgenin yerel yemeğini yemek veya dünyaca ünlü bir şefin yaptığı yemeği tatmak, hazırlığını izlemek için düzenlenen turlar ve özellikle sadece o bölgeye özgü bir ürünün tadılmasına ve o ürünün üreticileri ile buluşma imkânı sağlayan turlar.

Alanyazındaki gastronomi turlarına ilişkin çalışmalar incelendiğinde, bu turlarda, ağırlıklı olarak kültürü deneyimleme, içecekleri tatma, dışarıda yemek yeme, pişirme yöntemlerini görme, yerel işletmelerden yerel ürünler ve ekipmanlar satın alma gibi belirli faaliyetlerin ön plana çıktığı görülmektedir (Horng ve Tsai, 2010; Kivela ve Crotts, 2006; Kızılırmak ve diğerleri, 2016). Bir diğer açıdan gastronomi turlarının; yiyecek ve içecekleri oluşturan tarımsal ürünlerin üretildiği özel/doğal alanları ve tesisleri ziyaret ederek ürünleri tatma, tarımsal faaliyetleri izleme, bu faaliyetlere ayrıca buna bağlı festivallere ve diğer etkinliklere (örn; eğitim) katılma; akabinde yiyecek ve içeceklerin usta şefler eşliğindeki hazırlık, pişirilme, sunum ve eğitim yöntemlerini izleme ve bu ürünleri tatma gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Çağlı, 2012; Güzel Şahin ve Ünver, 2015; Karaca, 2016). Bundan hareketle, yerel bir mutfağa özgü lezzetleri deneyimleme turistler için destekleyici deneyim niteliğinde iken etkinliklere katılımın yüksek deneyim niteliğindedir (Çalışkan, 2013).

Gastronomi uzmanı turist rehberlerinin, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürü, gelenekleri ve uygulamaları konusunda derinlemesine bilgi ve deneyim sahibi olan; gelenekselde yapılan, bilinmeyen ama korunması/yaşatılması gereken tatları ziyaretçiye aktararak tanıtan rehberler olduğu belirtilmektedir (Irigüler ve Güler, 2017, ss.7-8). Diğer bir açıdan, gastronomi rehberi, bir bölgenin ziraat, ekip-biçme ve temel besin maddeleri, lezzetleri ve bu lezzetlerin nerede, ne zaman ve ne ile yenileceği hakkında konuklara bilgi veren, söz konusu destinasyonun yerel mutfağını yansıtan mekânları gezdirerek lezzetleri tattıran rehberlerdir. Ziyaret edilen yerler çiftlikler, lokantalar, tatlı mağazalar, çikolata fabrikası, peynir fabrikası, bağlar, bahçeler vb. yerler olabilir (National Institute of Open Schooling, 2018). Yukarıda belirtilen bilgilerden hareketle turist rehberliği açısından gastronomi profilini gastronomi uzmanlığı, paket turları ve turist rehberliği olmak üzere üç açıdan ortaya koymak mümkündür (bkz. Tablo 3).

Tablo 3. Turist Rehberliği Açısından Gastronomi Profili

Gastronomi Uzmanlığı Profili
Belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürünün özellikleri (arz)
Merak uyandıran – güdüleyen – çekici – keşfedici olan
Arzın/ürünlerin bilinmeyen – eşsiz – unutulmaz olması
Hiyerarşik bir yapıya sahip olma
Gelenekselliği – yöreselliği – yerelliği – özgünlüğü yansıtırma
Doğal çevre (coğrafya) – demografi – tarih – toplum – kültür unsurları etkileşimi ile meydana gelme
Belirli yeme-içme kurallarına – disiplinine – sistemine sahip olma
Özgün bir lezzet anatomisine, haritasına ve fizyolojisine sahip olma
Özgün mutfak uygulamaları – sanatı- yiyecek ve içecekler ile ilgili fonksiyonlar
Belirli hikâyelere – destanlara konu olma
Etkinliklere – olaylara – özel mekânlara yansımaya
Sürdürülebilir – yaşatılabilir olma
Gastronomi uzmanlığı
Bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yönelik tüm konularda yeterli olma
Bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yönelik tüm etkinlikler ile ilgili uygulamalarda yeterli olma
Bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, alan, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamalarda yeterli olma
Paket Tur Profili
Merak et: Bilinmeyen /yeni bir lezzeti tatma merakı
Ara: Farklı mutfak kültürlerini ve lezzetleri arayış
Deneyimle: Beş duyu ile deneyimle, gör, tat, hisset, işit ve kokla, her türlü mutfak deneyimi
Keşfet: Uygulama süreçleri, kültür-tarih-coğrafya-demografi-toplum etkileşim mozaığı
Katıl: Festivaller, etkinlikler
Gez: Özel alanlar, yiyecek içecek üreticileri, restoranlar vb.
Coğrafik olarak birbirine yakın olan gastronomi turizmi arzına sahip en az iki destinasyonun yerel/yöresel mutfak kültürüne özgü olması
Yöresel lezzetlerin keşfi, lezzetlerle tanışma, lezzetleri deneyimleme
Yöresel yemek kültürlerinin yansıtıldığı ve tanıtıldığı etkinliklere katılım
Yöresel mutfak kültürleri ve uygulamalarına yönelik özel alanları gezme
Yöresel mutfak kültürleri ile ilgili detaylı bilgi ve deneyim sahibi olma
Turist Rehberliği Profili
Gastronomi turizmi arzına sahip bir destinasyonun yerel/yöresel mutfak kültürüne özgü olması
Farklı mutfak kültürü ve lezzet arayışında olan turistleri yöresel mutfaklarla/lezzetlerle tanıştırma/buluşurma
Gastronomi turizmi arzını sunma, tanıtırma
Gelenekselde yapılan, bilinmeyen ve korunması yaşatılması gereken tatları, yöresel mutfak kültürünü derinlemesine özümsemiş bir şekilde tüm yönleriyle turistlere sunup tanıtarak bilgi ve deneyim kazandırma

Kaynak: Başaran (2017), Brillant-Savarin (1825), Çağlı (2012), Deveci ve diğerleri. (2013), Gillespie ve Cousins (2001), Gökdemir (2009), Güzel ve diğerleri (2015), Hall ve Sharples (2003), Horng ve Tsai (2010); İlhan (2006), İrigüler ve Güler (2017), Kesici (2012), Kızılırmak ve diğerleri. (2016), Kivela ve Crotts (2006), Long (1998), Mitchell ve Hall (2003), National Institute of Open Schooling (2018), Ontario Turizm Bakanlığı (2005), Scarpato (2002), Shenoy (2005)

2.3. Gastronomi Uzmanlığı

Tablo 3'te turist rehberliği açısından gastronomi profilinden hareketle, turist rehberliği uzmanlık alanlarından gastronomi uzmanlığının içerik olarak Köroğlu ve Güdü Demirbulat'ın (2017) turist rehberliği uzmanlığı ile ilgili ortaya attıkları konu, etkinlik ve bölge/merkez uzmanlığının üçünü de kapsadığı ileri sürülebilir. Buna göre turist rehberleri açısından gastronomi uzmanı, konu, etkinlik ve mekân açısından belirli bir destinasyonun geleneksel mutfak kültürüne, uygulamalarına ve deneyimine yönelik turistlere derinlemesine rehberlik hizmetlerini vermeye yeterli ve yetkin bireyler olarak tanımlanabilir.

Tablo 4. Turist Rehberleri Açısından Gastronomi Uzmanlığı Boyutları

Belirli bir destinasyonun yerel/yöresel mutfak kültürüne yönelik;		
Konu Uzmanlığı	Etkinlik Uzmanlığı	Mekân Uzmanlığı
Bölge turizmi hakkında derinlemesine bilgi	Gastronomi etkinlikleri hakkında temel bilgi	Özel alanlar /yapılar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim
Gastronomiye ve belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yakınlık	Etkinlik yönetimi	Tarihi alanlar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim
Eğitim (Gastronomi ve Yöresel Mutfaklar)	Hazırlık, üretim, sunum ve tüketim gibi yöresel mutfak uygulamaları hakkında derinlemesine bilgi, beceri ve deneyim	Coğrafya hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim
Gastronomi konuları hakkında temel bilgi	Yöresel mutfaka has etkinlikler hakkında derinlemesine bilgi, beceri ve deneyim	Araziler ve güzergâhlar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim
Sosyal, toplumsal, kültürel ve demografik açıdan yerel halka ilişkin derinlemesine bilgi		Kuruluşlar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim
Yöresel mutfakların kültürleri hakkında derinlemesine bilgi		
Gastronomi turistleri hakkında derinlemesine bilgi		
Gastronomi turları ve paket turları hakkında derinlemesine bilgi		
Gastronomi rehberliği hakkında derinlemesine bilgi		

Kaynak: Başaran (2017), Brillant-Savarin (1825), Çağlı (2012), Deveci ve diğerleri. (2013), Gillespie ve Cousins (2001), Gökdemir (2009), Güzel ve diğerleri (2015), Hall ve Sharples (2003), Horng ve Tsai (2010); İlhan (2006), İrigüler ve Güler (2017), Kesici (2012), Kızılırmak ve diğerleri (2016), Kivela ve Crotts (2006), Long (1998), Mitchell ve Hall (2003), National Institute of Open Schooling (2018), Ontario Turizm Bakanlığı (2005), Scarpato (2002), Shenoy (2005)

Konu uzmanlığı; teorik olarak belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne has tüm konularda ve alanlarda derinlemesine bilgi sahibi olmayı ifade etmektedir. Etkinlik/olay uzmanlığı; belirli bir destinasyonda, o destinasyonun yerel mutfak kültürüne has yapılan tüm

etkinliklere ve uygulamalara yönelik yönlendirme, uygulama yapma, sunma ve yer alma açısından özel becerilere ve bilgilere sahip olmayı ifade etmektedir. Mekân uzmanlığı ise belirli bir destinasyonda, o destinasyonun yerel mutfak kültürünü yansıtan yerlere, alanlara, merkezlere, kuruluşlara, güzergâhlara yönelik tanıtım, sunum ve gezdirme açısından özel becerilere ve bilgilere sahip olmayı ifade etmektedir.

2.4. Gastronomi Turları

Yukarıda tablo 3'te turist rehberliği açısından gastronomi profilinden hareketle, paket tur şeklinde gastronomi turları, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne ve uygulamalarına özgü tüm deneyimleri yansıtan gastronomik ürünleri/uygulamaları/hizmetleri turistlere doğrudan tanıtma, bilgi ve deneyim kazandırma dolaylı olarak da destinasyonun tanıtımına, yerel kültürün sürdürülebilirliğine ve ekonomiye katkı sağlama amacıyla seyahat acentaları tarafından düzenlenen turlar şeklinde tanımlanabilir.

Tablo 5. Gastronomi Turlarının İçeriğine Yönelik Boyutlar

Belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü;			
Deneyim	Keşif	Katılım	Ziyaret
Beş duyu ile lezzetleri deneyimlenme;	Yerel ürünlerin hazırlık, üretim (pişirme), sunum,	Tüketici şovları	Yiyecek üretim alanları
Gör	tüketim, taşınma,	Yemek ve şarap gösterileri	İçecek üretim tesisleri
Tat	saklama kültürü ve	Pişirme ekipmanları	Tarihi yerler, yapılar
İşit	uygulamalar	şovları	Çiftçi pazarları
Dokun	Beslenme eğilimleri	Ürün tanıtımları	Tarım bölgeleri
Kokla	Lezzet tarifeleri	Festivaller	Halk pazarları
	Malzeme birleştirme teknikleri	Yeme-içme festivalleri	Yemek dükkânları
	Tarımsal ürünler	Hasat festivalleri	Mutfak müzeleri
	Yöresel mutfak sanatları	Restoranlarda akşam yemeği	Restoranlar
	Yiyecek ve içeceklerin fonksiyonları	Yöresel gıdalar ile piknik	Temalı restoranlar
	Yerel mutfak kültürünün, kültür-tarih-coğrafya-	Yiyecek ve içecek satın alma	Çiftlikler
	demografi-toplum etkileşim mozaiği	Aşçılık okulları	Meyve bahçeleri
	Hikâyeler	etkinlikleri	Lezzet caddeleri ve sokakları
	Destanlar	Şef yarışmalarını izleme	Restoran tescilleme sistemleri
	Mitler	Yiyecek ve içecekler ile ilgili kitap okuma	Yemek ve şarap tescilleme
	İnanç	Yemek yarışmaları	Gıda ile ilgili topluluklar Medya
			Ağırlama hizmetleri
			dernekleri
			Pazarlama ajansları
			Yeme-içme rotaları
			Gurme haritaları

Kaynak: Çağlı (2012), Deveci ve diğerleri (2013), Du Rand ve Heath (2006), Güzel ve diğerleri (2015), Kesici (2012), Long (1998), Mitchell ve Hall (2003), National Institute of Open Schooling (2018), Ontario Turizm Bakanlığı (2005), Shenoy (2005)

Deneyim, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü lezzetleri (bilinmeyen/yeni) tüm yönleri ile içinde doğan, yaşanan ve etkisinde kalınan ortamda beş duyu ile deneyim kazandırılmasını ifade etmektedir. Keşif; belirli bir destinasyonun yerel mutfak değerlerine yönelik tüm süreçlerin (hazırlık öncesi/ön üretim, hazırlık, asıl üretim- sunum, saklama, vb.) keşfedilmesini ifade etmektedir. Katılım; belirli bir destinasyonun yerel mutfak değerlerini yansıtan tüketim, eğitim, bilim, kültür, eğlence vb. içerikli etkinliklere aktif katılımın sağlanmasını ifade etmektedir. Ziyaret ise belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü yansıtan özel yapıların/alanların ve arazilerin gezdirilmesini; yol üstü yerlere uğranılmasını, kuruluşların ziyaret edilmesini ve lezzet güzergâhlarını izletilmesini ifade etmektedir.

2.5. Gastronomi Rehberliği

Yukarıda tablo 3'te turist rehberliği açısından gastronomi profilinden, tablo 4'te gastronomi uzmanlığının boyutlarından ve tablo 5'teki gastronomi turlarının içeriğinden hareketle, turist rehberlerinin vazifesi niteliğinde gastronomi rehberliği; turistleri belirli bir destinasyonda o destinasyonun yerel mutfak kültürü ile tanıştırmak/buluşturarak söz konusu kültüre özgü tüm değerlere yönelik derinlemesine bilgilendirme ve turistlere deneyim kazandırma amacıyla gastronomi alanında uzman turist rehberleri tarafından verilen rehberlik hizmetlerinin tümü şeklinde tanımlanabilir.

Tablo 6. Turist Rehberleri Açısından Gastronomi Rehberliğinin Boyutları

Belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü;	
Bilgilendirme	Deneyim Kazandırma
Tarih-coğrafya-kültür-demografi-toplum mozaïği, doğal çevre unsurları, gastronomik ürünler, sanat ürünleri, uygulamalar, fonksiyonlar, etkinlikler, mekânlar, ticaret, bölgeler, kuruluşlar, medya, sistemler, olaylar, kurallar: lezzetler, sağlık, ulaşım, konaklama, eğlence, bilim, inançlar, gelenekler, görenekler, merasimler, bitkiler, hayvanlar, gereçler, kıyafetler, hikâyeler, destanlar, mitler, yarışmalar, festivaller, gösteriler, eğitimler, alanlar, merkezler, tesisler, yapılar, dükkânlar, müzeler, bahçeler, galeriler, caddeler, sokaklar, restoranlar, halk pazarları, çiftlikler, güzergâhlar, topluluklar, dernekler, ajanslar, yeme-içme tescilleme/denetim sistemleri vb.	Özgü lezzetleri tattırma Uygulamaları gösterme/yaptırma Etkinliklere/törenlere katılmayı sağlama Özel yer/alanları/merkezleri gezdirme Güzergâhları izletme

Kaynak: Başaran (2017), Brillant-Savarin (1825), Çağlı (2012), Çalışkan (2013), Deveci ve diğerleri (2013), Du Rand ve Heath (2006), Fields (2002), Gillespie ve Cousins (2001), Gökdemir (2009), Güzel ve diğerleri (2015), Hall ve Sharples (2003), Hegarty ve O'Mahony (2001); Horng ve Tsai (2010); İlhan (2006), İriğüler ve Güler (2017), Kesici (2012), Kızılrnak ve diğerleri. (2016), Kivela ve Crotts (2006), Long (1998), Mitchell ve

Hall (2003), National Institute of Open Schooling (2018), Ontario Turizm Bakanlığı (2005), Scarpato (2002), Shenoy (2005)

Bilgilendirme, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü yansıtan varlıklar ve uygulamalar hakkındaki derinlemesine bilginin turistlere doğrudan aktarılmasını ifade etmektedir. Deneyim kazandırma ise belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü uygulamalarına, etkinliklerine ve mekânlarına yönelik her türlü deneyimin (gör, tat, işit, dokun, kokla, hisset, gez, katıl, öğren, anla) turistlere yerinde ve doğrudan kazandırılmasını ifade etmektedir.

3. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği açısından gastronomi uzmanlığının, gastronomi turlarının ve gastronomi rehberliğinin kavramsal çerçevesini oluşturmaktır. Bu amaçla teorik bir model önerilmiştir. Araştırmada model kapsamında, gastronomi ve turist rehberliği ile ilgili alanyazın taranmış ve alanyazındaki bilgiler doğrultusunda öncelikle turizmde rehber ve rehberliğin ve turist rehberliği açısından gastronominin referans profili belirlenmiştir. Bu çerçevede, turizmde rehber ve rehberliğin profili; çatı olarak turizm rehberi/rehberliğinin ve turist rehberi/rehberliğinin birbirinden ayrılması, rehberliğin kaynağı olarak makro ve mikro düzeyde gereç/nesne, kurum/kuruluş ve insan kaynağı olmak üzere üç unsur ile gerçekleştirilmesi ve bu kaynakların amaç, hedef kitle ve özne itibarıyla turizm rehberliğine ve turist rehberliğine yönelik farklı rolleri üstelendikleri şeklinde tasarlanmıştır. Bu profil kapsamında ayrıca turist rehberlerinin sınıflandırılmasına yönelik bir öneri sunulmuştur: Klasik turist rehberi ve uzman turist rehberi. Turist rehberliği açısından gastronomi profili ise gastronomi uzmanlığı, paket turları ve turist rehberliği profili şeklinde tasarlanmıştır. Oluşturulan bu profillerden hareketle gastronomi uzmanlığına, gastronomi turlarına ve gastronomi rehberliğine yönelik bileşenler belirlenerek, bu bileşenler ile söz konusu kavramların kavramsal çerçeveleri ortaya konulmuştur.

Gastronomi uzmanlığı; belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yönelik konu, etkinlik ve mekân uzmanlığı olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Söz konusu yerel mutfak kültürüne yönelik konu uzmanlığı; yerel mutfak kültürünü kapsayan tüm konular, etkinlik uzmanlığı; etkinlikler ve uygulamalar ve mekân uzmanlığı ise özel alanlar/yerler ile ilgili derinlemesine bilgi ve beceriyi vurgulamaktadır. Gastronomi turları; belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne ve uygulamalarına yönelik deneyim, keşif, katılım ve ziyaret olmak üzere dört bileşenden oluşmaktadır. Söz konusu yerel mutfak kültürüne yönelik deneyim; bilinmeyen lezzetleri tatma, keşif; lezzetlere yönelik tüm süreçleri yaşama, katılma; etkinliklerde yer alma ve ziyaret ise özel alanlara/yerlere ziyaret odaklı faaliyetleri kapsamaktadır. Gastronomi rehberliği ise belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yönelik turistleri bilgilendirme ve onlara deneyim kazandırma olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. Bilgilendirme; tüm varlıklara ve uygulamalara yönelik yerinde teorik bilgi aktarma ve deneyim kazandırma ise turistlere uygulamalara ve mekânlara yönelik deneyim kazandırma odaklı rehberlik hizmetlerini içermektedir.

Bu çalışmanın sonuçlarının diğer çalışmalardan temel farkı şu şekilde sıralanabilir: Turizmde rehber ve rehberliğin anatomisinin ve turist rehberliği açısından gastronomi profilinin belirlenmesi; gastronomi uzmanlığının, gastronomi turlarının ve gastronomi rehberliğinin kavramsal çerçevesinin oluşturulması ve turistlere/ziyaretçilere deneyim kazandırma odaklı gastronomi uzmanlığı, paket tur ve turist rehberliği anlayışının ileri sürülmesidir. Çalışmanın kısıtları ise turizmde rehber ve rehberlik ve turist rehberliği açısından gastronomi profilinin

sadece ilgili alanyazın ışığında belirlenmesi, gastronomi turist profilinin oluşturulmaması ayrıca gastronomi uzmanlığının ve rehberliğinin sadece turist rehberliği açısından incelenmesidir. Gelecekte turist ve ziyaretçi kavramlarının yanı sıra “deneyimleyici” kavramı üzerinde de durulabilir. Ayrıca bu çalışmada ileri sürülen yaklaşımlar dikkate alınarak, turist rehberlerinin, turistlerin veya rehber adaylarının bakış açılarıyla gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği kavramlarına yönelik konuların operasyonel (ölçülebilir hale getirme) olarak incelenmesi yapılabilir. Örneğin; gastronomi alanında yetkin turist rehberlerinin seçilebilmesini veya mevcut rehberlerin gastronomi rehberliğine yönelik yeterlilik/yetkinlik durumlarının belirlenebilmesini kolaylaştıracak “Gastronomi Rehberliğine Yatkinlık Ölçeği (GRYÖ)” geliştirilebilir. Bunun yanı sıra, ziyaretçilerin destinasyon memnuniyetlerini belirleyen faktörlerden oluşan “Gastronomi Turları Nitelikleri Ölçeği (GTNÖ)” geliştirilebilir. Ayrıca bu çalışmada, turist rehberliğinde, rehberlerin çeşitlerinin belirlenmesinden ziyade uzmanlık alanlarının belirlenmesi ve bu alanlara yönelik kavramsal çerçevelerin oluşturulması önerilmektedir. Gelecekte farklı bakış açılarıyla gastronomi uzmanlığının, turlarının ve rehberliğinin kavramsallaştırılmasına ve ölçülebilir hale getirilmesine yönelik yapılacak çalışmalar, kapsam açısından daha net sonuçlar ortaya çıkartacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (2001a). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ahipaşaoğlu, S. (2001b). *Turizmde rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ap, J. ve Wong, K.K.F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Brillat-Savarin, J.A. (1825). *Physiologie du goût*.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çetin, G. ve Kızıllırmak, İ. (2012). Türk Turizmde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14(2), 307-318.
- Çolakoğlu, O.E., Efendi, E. ve Epik, F. (2014). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Demircan, M. (2007). *Vergi hukuku açısından profesyonel turist rehberliği*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Değirmencioğlu, A.Ö. (1998). *Türkiye’de turizm rehberliği eğitimine bir yaklaşım* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Du Rand, G. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9, 206-34.
- Durlu-Özkaya, F. ve Can, A. (2012). Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türk Tarım Dergisi*, 206, 28-33.
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. A. Hjalager and G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (pp.36-50), London and New York: Routledge.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into The 21st Century*. Butterworth: Heinemann.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Görkem, O. ve Sevim, B. (2011). *Gastronomi turizmi ve Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde mutfak eğitiminin genel görünümü*. I. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu, (ss.73-83), Beyşehir, Konya.
- Gül Yılmaz, E. (2017). Rekreasyonel liderlik ve turist rehberliği: Kavram ve kuramlar üzerinden bir analiz. M. Akoğlan Kozak (Ed.), *Turist rehberliği* (ss.118-134). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2, 63-73.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2001). Wine and food tourism. N. Douglas, N. Douglas, R. Derrett (Ed.), *Special Interest Tourism: Context and Cases* (pp. 307-329). Wiley.
- Hall, M. ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hegarty, J.A. ve O’mahony, G.B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *Hospitality Management*, 20, 3-13.
- Horng, J. S. ve Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: a cross-national analysis. *Tourism management*, 31(1), 74-85.
- İrgülers, F. ve Güler, M.E. (2017). Tourist guides’ perceptions on gastronomic tourism in Turkey keywords gastronomic tourism Turkish cuisine tourist. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 3-19.
- İlhan, İ. (2006). *Gastronomi ders notları*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Karaca, O.B. (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 17-39.

- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, 33-37.
- Kızılırmak, İ., Ofluoğlu 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 & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Köroğlu, Ö. ve Güdü Demirbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma, Ö. Güzel, V. Altıntaş, İ. Şahin (Ed.) *Turist rehberliği araştırmaları: Öngörüler ve uygulamalar* (ss.49-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Long, L. (1998). *A folkloric perspective on eating and otherness, culinary tourism, southern folklore*, Lexington. 55, 181-204.
- Mancini, M. (2001). *Conducting tours*. Albany, NY.: Delmar/Thomson Learning.
- Mitchell, R. ve Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour, Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* (ss. 60-80). Burlington: Butterworth Heinemann.
- National Institute Of Open Schooling (2018). *Classification of guides on the basis of the nature of the tourist destination*. Erişim tarihi:10 Ocak 2018, http://oer.nios.ac.in/wiki/index.php/Guides_and_Types
- Ontario Turizm Bakanlığı (2005). *Culinary tourism in Ontario: Strategy and action plan 2005-2015*.
- Pond, K.L. (1993). *The professional guide: Dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Resmi Gazete (2014). *Turist rehberliği meslek yönetmeliği*. Erişim tarihi:10 Ocak 2018, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/02/20130223-10.htm>.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. *Tourism and Gastronomy*, 51-70.
- Shenoy, S. S. (2005). *Food tourism and the culinary tourist - A Thesis Presented to the Graduate School of* (Doctoral dissertation), Clemson University.
- Şanlıer, N., Tunç H., A., Durlu Özkaya, F., Yaylı, A., Pelit, E., Güçer, E., Konaklıolu, E. ve Cömert, M. (2010). Türk mutfağı ve kültürün gençler tarafından bilinme durumunun tespiti ve yöresel yemeklerle ilgili standart tarife geliştirme, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Turizm işletmeciliği Eğitimi Bölümü, Proje No: 10/2008-01.
- Temizkan, P.S. (2010). Profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolüne etkisi açısından hizmet içi eğitim seminerleri (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Türk Dil Kurumu (2018). *Türkçe Sözlük*. Erişim tarihi:10 Ocak 2018, <http://tdk.gov.tr>.
-

World Federation Of Tourist Guiding Association (2017). *Turist rehberi tanım*. Erişim tarihi: 10 Ocak 2018, <http://www.wftga.org/>

Yıldız, R., Kuşluvan, S. ve Şenyurt, S.Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. *Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberinin Rolü, Hafta Sonu Semineri*.

Yüncü, H. R. (2009). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe Yaylası, X. Aybastı- Kabataş Kurultayı, Eskişehir.