GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR VII

Editör
Doç. Dr. Yener Oğan

GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR VII

Editör
Doç. Dr. Yener Oğan

ÇİZGİ KİTABEVİ

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Temmuz 2026

ISBN: 978-625-396-937-0
Yayıncı Sertifika No: 52493

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI
- Cataloging in Publication Data (CIP) -
Editör
OĞAN, Yener
GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR
VII

Baskıya Hazırlık: Çizgi Kitabevi Yayınları
Tel: 0332 353 62 65- 66

ÇİZGİ KİTABEVİ

Sahibiata Mah.
M. Muzaffer Cad. No:41/1
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 65

Konevi Mah.
Larende Cad. No:20/A
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 66

Siyavuşpaşa Mah.
Gül Sk. No:15 B
Bahçelievler/**İstanbul**
(0212) 514 82 93

www.cizgikitabevi.com
/ cizgikitabevi

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ **7**

TÜRK SOFRA KÜLTÜRÜNDE RİTÜEL VE SİMGESEL DÜZEN: MARY DOUGLAS PERSPEKTİFİNDEN KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME **9**

Ecem AKAY

Muhammed Eren MASAT

TÜRK MUTFAĞINDA ÇİLİNGİR SOFRASI VE MEZE KÜLTÜRÜ **23**

Meral YILMAZ

Gülnur SAVCI

GASTRONOMİDE HİKÂYE ANLATIMI VE DENEYİM TASARIMI **45**

Nesrin SAVAŞ

Altan ÇETİN

GASTRONOMİDE DİNAMİK RAF ÖMRÜ: YAPAY ZEKÂ VE IOT ENTEGRASYONU **66**

Çağlar BAYAR

Oya ÖZKANLI

GASTRONOMİDE GÖZ KARARININ BİLİŞSEL VE MATEMATİKSEL TEMELLERİ **78**

Çağnur ÇÖREKLİ

TABAKTAN PLATFORMA: ALGORİTMALAR ÇAĞINDA SEMBOLİK GIDA TÜKETİMİ **88**

Ece ŞENER

Efe Kaan ULU

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİDE YENİ NESİL ÜRETİM MODELLERİ: DİKEY TARIM VE MİKROFİLİZLER ... **101**

Serdar SÜNNETÇİOĞLU

Ayşe SÜNNETÇİOĞLU

Emre MÜMİN

Ferah ÖZKÖK

GASTRONOMİDE SÜRDÜRÜLEBİLİK: SOSYOLOJİ PERSPEKTİFİNDEN BİR BAKIŞ..... 122
Hilmi Rafet YÜNCÜ
Halide GERANAZ
Doğa EROĞLU BAYSAL

GASTRONOMİDE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEK: SIFIR ATIK YAKLAŞIMI 137
Engin OKUMUŞ

HÜZÜN GASTRONOMİSİ BAĞLAMINDA YOKLUK YEMEKLERİ 149
Gülsüm YURTSEVEN

MOLEKÜLER GASTRONOMİ UYGULAMALARINDA ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞININ KULLANIMI 161
Mehmet GÜLLÜ

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ BESLENME ÇAĞINDA GASTRONOMİNİN DÖNÜŞÜMÜ: İŞLEVSEL GIDALAR VE GELECEK PERSPEKTİFLERİ..... 177
Seda YILMAZ

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE KALİTE KÜLTÜRÜ: KURUMSAL MÜKEMMELLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET AVANTAJI..... 192
Ela OĞAN

REKREASYONEL GASTRONOMİ: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE VE TURİZM PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME..... 205
Anıl KALE
Ozan GÜLER

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI DOKTORA PROGRAMLARININ İNCELENMESİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA 228
Bahar DEVECİ

ÖN SÖZ

Gastronomi, geçmiş ile gelecek arasında köprü kuran önemli disiplinlerden biridir. Bir yandan yüzyıllardır aktarılan mutfak mirasını korurken, diğer yandan dijitalleşme, sürdürülebilirlik, yapay zekâ ve tüketici davranışlarındaki dönüşüm gibi güncel gelişmeleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle gastronomi araştırmaları da giderek daha geniş bir disiplinlerarası perspektifle ele alınmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanan **Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar VII** eseri, gastronominin güncel eğilimlerini, kuramsal yaklaşımlarını ve uygulama alanlarını farklı perspektiflerden ele alan özgün çalışmaları bir araya getirmektedir.

Kitapta yer alan bölümler, gastronominin geleneksel mirasını koruyan yaklaşımlardan geleceğin teknolojilerine uzanan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Yapay zekâ ve nesnelerin interneti entegrasyonu, dinamik raf ömrü yönetimi, moleküler gastronomi, kişiselleştirilmiş beslenme, algoritmalar çağında sembolik gıda tüketimi, rekreasyonel gastronomi ve gastronomide dijital dönüşüm gibi yenilikçi konuların yanı sıra Türk mutfağı, meze kültürü, sofra ritüelleri, hikâye anlatımı, hüzün gastronomisi, sürdürülebilir gastronomi, sıfır atık yaklaşımı, dikey tarım, mikrofilizler, kalite kültürü ve kurumsal mükemmellik gibi gastronominin kültürel, sosyal ve yönetsel boyutlarını ele alan çalışmalar da bu eserde yer almaktadır. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları doktora programlarının incelenmesine yönelik araştırma, alanın akademik gelişimine ilişkin önemli değerlendirmeler sunmaktadır.

Bilimsel bilginin gelişimi, farklı bakış açılarını bir araya getiren ortak üretimlerle mümkün olmaktadır. Bu anlayışla hazırlanan bu kitabın, gastronomi alanında yürütülen araştırmalara katkı sağlayacağına, disiplinlerarası iş birliklerini destekleyeceğine ve yeni bilimsel çalışmalara ilham vereceğine inanıyorum. Her bir bölümün, alan yazınına özgün katkılar sunmasının yanı sıra yeni araştırma sorularının ortaya çıkmasına ve gastronomi alanındaki bilimsel tartışmaların zenginleşmesine katkı sağlamasını temenni ediyorum. Bu vesileyle, kitabın hazırlanmasına değerli çalışmalarıyla katkı sunan tüm bölüm yazarlarına, değerlendirme sürecinde bilgi ve deneyimlerini paylaşan akademisyenlere ve eserin yayımlanmasında emeği geçen yayınevine içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Sevgi ve Saygılarımla...

Doç. Dr. Yener OĞAN
Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
Kaman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

REKREASYONEL GASTRONOMİ: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE VE TURİZM PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Anıl KALE*
Ozan GÜLER**

1. GİRİŞ

Turizm ve serbest zaman araştırmalarında gıda ve yeme-içme eylemi, uzun yıllar boyunca yalnızca turistlerin biyolojik ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayan destekleyici bir unsur olarak görülmekteydi. Ancak günümüzde bu ilişki köklü bir paradigma değişimine uğrayarak, rekreasyon ve gastronomi arasındaki ilişki modern turizm deneyiminin çok değerli bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar için yemek yemek artık sadece bir zorunluluk değil, aynı zamanda destinasyonun kültürel çekiciliğinin deneyimsel bir parçasıdır (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016). Quan ve Wang'ın (2004, s. 297) turist deneyimi modelinde de vurgulandığı üzere, yeme-içme eylemi günlük rutinin bir uzantısı olan "destekleyici tüketici deneyimi" olmaktan çıkıp, seyahatin ana odak noktasını oluşturan "zirve turistik deneyim" statüsüne yükselmiştir. Bireylerin günlük yaşamın kısıtlamalarından kurtulma arayışını yansıtan rekreasyon; gastronomi ile birleştiğinde turistlere sıradanlığın ötesinde, özgün, eğlenceli ve sosyal bağları güçlendiren yeni bir deneyim alanı sunmaktadır (Cleave, 2020). Turistler, tatillerinde bir "rol değişimi" aramakta

* Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Mersin, Türkiye, anikale@mersin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6530-2910
** Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Mersin, Türkiye, ozanguler@mersin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0062-3983

ve gündelik hayatlarında deneyimleyemedikleri yemekleri rekreasyonel bir heyecan aracı olarak tüketmektedirler (García-Pérez & Castillo-Ortiz, 2024).

Gastronominin boş zaman faaliyetleri içindeki yeri, modern rekreasyon anlayışının dönüşümüyle doğrudan ilişkilidir (Mair & Sumner, 2017). Geleneksel "deniz, kum ve güneş" odaklı tatil ve gezi faaliyetlerinden uzaklaşan turistler, boş zamanlarını anlamlandırmak için giderek artan oranda gastronomi odaklı turizm faaliyetlerine yönelmektedir (Okumus vd., 2007). Boş zaman endüstrisi içinde gastronomi; yerel pazarları ziyaret etme, yemek festivallerine katılma, şarap ve bira tadım rotalarını izleme, tarlaları ve üretim tesislerini gezme ve yerel şeflerle yemek yapma atölyelerine katılma gibi çok çeşitli rekreasyonel faaliyetleri kapsayacak şekilde genişlemiştir (Ellis vd., 2018; Güneş, 2019). Getz (1991, s. 44) özel etkinlikleri ve rekreasyonu, "birey için günlük deneyimlerin veya normal seçim aralığının ötesinde boş zaman, sosyal veya kültürel bir deneyim fırsatı" olarak tanımlar (akt. Getz, 2010). Bu bağlamda, boş zamanlarını gastronomik keşiflerle değerlendiren turistler için yemek yeme eylemi; yabancı bir kültürün mutfak alışkanlıklarına ve "ötekiliğine" bilinçli ve keşifsel bir katılım olarak işlev görür (Cohen & Avieli, 2004).

Rekreasyonel gastronominin önemi, hem turistlerin psikolojik ve sosyal tatminleri hem de destinasyonların rekabet gücü ve sürdürülebilir kalkınması açısından çok boyutludur (Williams vd., 2014). Küresel çapta uluslararası turist harcamalarının önemli bir kısmının yiyecek ve içeceğe ayrıldığı göz önüne alındığında, gastronominin ekonomik boyutu yadsınamaz bir gerçektir (Smith & Costello, 2009). Ancak doğrudan ekonomik getirilerin ötesinde, rekreasyonel gastronomi, destinasyon markalamasında ve imaj yaratımında en güçlü stratejik araçlardan biridir (Horng & Tsai, 2012; Williams vd., 2014). Yerel mutfak, bir destinasyonun somut olmayan kültürel mirasının temel bir göstergesi olarak kabul edilir ve taklit edilemez doğası sayesinde bölgelere benzersiz bir rekabet avantajı sağlar (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016; Tsai & Wang, 2017). Bununla birlikte rekreasyonel gastronomi faaliyetleri, tatilcilere unutulmaz ve otantik duyusal uyarımlar sunarak onların destinasyonla güçlü bir duygusal bağ kurmasını sağlar (Baydeniz & Kılıcı, 2022). Beklentilerini karşılayan ya da aşan duyusal, bilişsel ve duygusal tatminler yaşayan turistlerin memnuniyeti artar ve bu durum, destinasyonu başkalarına tavsiye etme ile gelecekte tekrar ziyaret etme gibi çok güçlü pozitif davranışsal niyetlere dönüşür (Agyeiwaah vd., 2019; Polat, 2023). Bölgesel kalkınma ekseninde ise rekreasyonel gastronomi, kırsal alanları canlandı-

rarak tarım, konaklama işletmeleri, yerel zanaatkarlar ve turistler arasında organik bir köprü kurar ve sürdürülebilir sosyo-ekonomik gelişimi destekler (Esponda Pérez vd., 2024; Hall, 2020).

Kitabın bu bölümünde, boş zaman, rekreasyon ve gastronomi yazınları bütüncül bir turizm perspektifi altında bir araya getirilerek ve rekreasyonel gastronomi kavramı tanımı, faaliyet alanları, ayırt edici özellikleri ve motivasyonel temelleriyle birlikte kavramsallaştırılacaktır. Buna ek olarak, belirlenen anahtar kelimelerle ulaşılan rekreasyonel gastronomi temalı çalışmalardan oluşan alanyazın taranarak alanın güncel ampirik görünümü ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Böylelikle bölüm, hem kavramsal bir çerçeve hem de bu çerçeveyi sınayacak araştırmacılar için bir yol haritası sunmayı hedeflemektedir.

2. REKREASYON KAVRAMI VE REKREASYONEL FAALİYETLER

2.1. Serbest Zaman ve Rekreasyon Tanımı

Modern toplumlarda serbest zaman ve rekreasyon kavramları sıklıkla birbirinin yerine kullanılsa da, akademik yazında birbirini tamamlayan farklı boyutlar olarak ele alınırlar. Serbest zaman, bireyin zorunlu çalışma, biyolojik ihtiyaçlar ve toplumsal görevlerinden arta kalan "zaman ölçüsünü" ifade ederken; rekreasyon, bu zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilen eylemleri ve faaliyetleri kapsar (Güneş, 2019). Adorno (1991, s. 187), serbest zamanın modernitedeki inşasını tartışırken, bu zamanın salt bir boşluk olmadığını, aksine mal ve hizmetlerin tüketimi yoluyla şekillendirilen ve yönlendirilen bir alan olduğunu belirtmektedir.

Bireylerin sanayileşme ve modernleşme süreçleriyle birlikte elde ettikleri bu zaman, Burke'nin (1995) de ifade ettiği gibi "serbest zaman toplumunun" doğmasına zemin hazırlamıştır. Stebbins (2005, s. 349-350), rekreasyonun ve serbest zamanın en temel belirleyicisinin "bireysel seçim" ve "içsel motivasyon" olduğunu ifade eder. İnsanların yenilenmek, eğlenmek veya kişisel gelişim sağlamak amacıyla gönüllü olarak seçtikleri rekreasyonel faaliyetler, yaşam kalitesini zenginleştiren birer "yaşam değeri" olarak kabul edilmektedir (Sumner, 2011; Mair & Sumner, 2017). McLean, Hurd ve Rogers (2008, s. 397), toplumsal rekreasyonun işlevlerini; yaşam kalitesini artırmak, kişisel gelişime katkıda bulunmak, anti-sosyal davranışları önlemek, kuşaklararası bağları güçlendirmek ve fiziksel/ruhsal sağlığı desteklemek olarak sıralamaktadır. Bu bağlamda rekreasyon, hem bireysel tatmin sağlayan hem de toplumsal bağları inşa eden dönüştürücü bir güce sahiptir (Sumner, 2018).

2.2. Rekreasyon Türleri

Rekreasyonel faaliyetler, bireylerin katılım düzeyine, mekânın niteliğine veya eylemin taşıdığı anlama göre çeşitli türlere ayrılmaktadır. Literatürde rekreasyonel davranışları anlamlandırmada en çok başvurulan ayrımlardan biri, Stebbins (1982, 2007) tarafından geliştirilen "Ciddi Boş Zaman" ve "Gündelik/Sıradan Serbest Zaman" tipolojisidir. Gündelik rekreasyon, özel bir eğitim veya yetenek gerektirmeyen, anlık haz ve dinlenme sağlayan (örneğin televizyon izlemek veya sıradan bir yürüyüş yapmak) kısa ömürlü faaliyetleri tanımlar (Stebbins, 2007). Buna karşılık ciddi rekreasyon/serbest zaman; bireylerin özel bilgi, beceri ve deneyim kazanarak, kendilerini adayarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir (Prayag vd., 2020; Stebbins, 2007, s. 5). Örneğin, bir turistin özel bir yemeğin yapımını öğrenmek için aşçılık atölyelerine katılması ciddi rekreasyon kapsamında değerlendirilebilir. Bu tür faaliyetler "yansıtıcı" ve "eğlendirici" olmak üzere iki temel boyuttan oluşur (Curran vd., 2018; Prayag vd., 2020).

Öte yandan, Bauman'ın (2000) "akışkan modernite" kavramıyla açıkladığı günümüz dünyasında, toplumsal bağların giderek esnekleşmesi, rekreasyon türlerinde de değişime yol açmıştır. Geleneksel olarak gruplar halinde yapılan pek çok rekreasyonel etkinlik, günümüzde "bireysel/solo rekreasyon" olarak da ön plana çıkmaktadır. Bireylerin tek başlarına seyahat etmesi veya yalnız başlarına dışarıda yemek yemesi gibi faaliyetler, kişinin kendi iç dünyasına dönmesi, bağımsızlık ve özerklik hissini tatması bağlamında modern rekreasyon türleri arasında hızla yükselmektedir (McKeown & Miller, 2020). Ayrıca, faaliyetin çevreye ve topluma etkisine göre "sürdürülebilir" ve "sürdürülemez" rekreasyon ayrımı da yapılmaktadır. Sürdürülebilir rekreasyon, çevreye zarar vermeyen, yerel ekonomiyi destekleyen ve toplumsal refahı (örneğin topluluk bahçelerinde gönüllü çalışmak veya gıda bankalarına destek olmak) artıran eylemleri kapsarken, sürdürülemez rekreasyon, doğal ve kültürel kaynakları tüketen faaliyetleri ifade eder (Mair & Sumner, 2017; Sumner, 2018).

2.3. Deneyimsel Rekreasyon

Modern rekreasyon anlayışının merkezinde "deneyim" yatmaktadır. Pine ve Gilmore (1998, 1999) tarafından ortaya atılan "deneyim ekonomisi" yaklaşımına göre, günümüz tüketicileri yalnızca ürün veya hizmet satın almamakta; hafızalarında yer edecek, estetik, eğlence ve rutinden kaçış unsurları barındıran unutulmaz anılar talep etmektedir (García-Pérez & Castillo-

Ortiz, 2024; Lai vd., 2021). Deneyimsel rekreasyon, bireylerin faaliyetlere pasif birer izleyici olarak değil, bilişsel, duygusal ve duyusal olarak aktif biçimde katıldıkları süreçleri tanımlar. Rekreasyonel deneyimler, destinasyonlardaki fiziksel ortam, sosyal etkileşim ve otantik atmosfer ile şekillenerek "unutulmaz turizm/rekreasyon deneyimlerine" dönüşür (Kim vd., 2012; Sthapit, 2017). Unutulmazlık; yenilik arayışı, yerel kültüre temas, hedonizm, anlamlılık ve katılım gibi boyutlarla doğrudan ilişkilidir (García-Pérez & Castillo-Ortiz, 2024; Kim vd., 2012). Turistler veya rekreasyon katılımcıları, bu yoğun deneyimler aracılığıyla sıradanlığın ötesine geçerek yoğun bir tatmin, psikolojik yenilenme ve aidiyet hissederler (Baydeniz & Kılıcı, 2022; Sthapit, 2017). Özellikle festivaller, karnavallar ve tematik atölyeler gibi rekreasyonel etkinlikler, bireylerin günlük yaşamın kurallarından sıyrıldığı "liminal" veya "karnavalesk" alanlar yaratır. Bu alanlar, katılımcılar arasında geçici ama güçlü bir sosyal dayanışma ve eşitlik hissi uyandırır (Getz, 2010, s. 7). Deneyimsel rekreasyonun en önemli dinamiklerinden biri de birlikte yaratım sürecidir. Prahalad ve Ramaswamy (2004) ile Vargo ve Lusch (2004) tarafından vurgulandığı üzere, katılımcılar artık kendilerine sunulanı doğrudan tüketen kişiler değil, yerel halkla, hizmet sunucularıyla ve diğer katılımcılarla etkileşime girerek kendi deneyimlerinin (ve dolayısıyla elde ettikleri değerin) aktif üreticileridir (Rachão vd., 2020). Bu aktif katılım, rekreasyonel faaliyetin anlamını, öğrenme çıktısını ve bireyde bıraktığı hedonik değeri maksimize etmektedir.

3. REKREASYONEL GASTRONOMİ KAVRAMI

Turizm ve boş zaman çalışmaları bağlamında gastronomi, bireylerin seyahatleri sırasında veya kendi yaşadıkları çevrede yiyecek ve içeceklerle kurdukları etkileşimi kapsayan çok boyutlu bir olgudur (Ellis vd., 2018). Rekreasyonel gastronomi, yeme eyleminin yalnızca biyolojik bir gereksinimi karşılamanın ötesine geçerek, haz, öğrenme, sosyalleşme ve kültürel keşif gibi güdülerle boş zamanın merkezine yerleştirilmesini ifade eder (Warde & Martens, 2000). Bu bölüm, rekreasyonel gastronominin kavramsal sınırlarını, faaliyet alanlarını, temel özelliklerini ve bireyleri bu deneyimlere iten motivasyonları incelemektedir.

3.1. Rekreasyonel Gastronominin Tanımı

Literatürde yemek odaklı turizm ve rekreasyon faaliyetlerini tanımlamak için mutfak turizmi, gastronomi turizmi ve gurme turizmi gibi kavram-

lar sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır (World Tourism Organization [UNWTO], 2012; Wolf, 2014). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, gastronomi turizmini, ziyaretçilerin seyahatleri sırasında yemek, ilgili ürünler ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimleriyle karakterize edilen bir turizm türü olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2012). Daha güncel ve kapsamlı bir perspektifle Dixit (2019, s. 14), gastronomi turizmini; uluslararası, bölgesel veya yerel düzeyde seyahat ederken her türlü çekici, otantik ve unutulmaz mutfak deneyiminin bilinçli olarak takip edilmesi şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımdan yola çıkılarak rekreasyonel gastronomi; bireyin gündelik yaşam rutinlerinden uzaklaşarak, yiyeceğin ve içeceğin tarihi, kültürel, estetik ve duyusal boyutlarını gözlemler, uygulamalı katılımlar ve şenlikli paylaşımlarla deneyimlediği otantik bir boş zaman faaliyeti olarak kavramsallaştırılabilir (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016). Hall ve Sharples (2003), bireylerin yemeğe duydukları ilgiye göre bu faaliyetleri birincil güdü (yüksek ilgi), destinasyonun yerel yaşam tarzını anlamak için ikincil güdü (orta ilgi) ve yalnızca farklı bir deneyim arayışı (düşük ilgi) olmak üzere farklı kategorilerde ele almaktadır. Dolayısıyla rekreasyonel gastronomi, sadece üst düzey restoranlarda yemek yemeyi değil, gıdanın kültürel bir referans noktası olarak tüketildiği geniş bir ilgi yelpazesini kapsar (Kivela & Crotts, 2006).

3.2. Rekreasyonel Gastronomi Faaliyetleri

Rekreasyonel gastronomi faaliyetleri, bireylerin yiyecek ve içeceklerin üretildiği, hazırlandığı ve tüketildiği çok çeşitli alanlarda gerçekleştirdikleri, boş zamanlarını anlamlandıran geniş bir etkinlik yelpazesini barındırır. Modern turizm ve boş zaman endüstrisi içinde bu faaliyetler; pasif gözlemden aktif katılıma kadar uzanan yapılarıyla turistlerin destinasyonla veya kendi yaşam alanlarıyla kurdukları kültürel bağı güçlendirmektedir (Ellis vd., 2018; Güneş, 2019). Literatürde bu eylemler temelde gastronomi festivalleri, yemek yapma atölyeleri, tadım etkinlikleri, sokak lezzeti deneyimleri, gastronomi turları ve ev içi hobi amaçlı yemek yapma pratikleri olarak sınıflandırılmaktadır (Williams vd., 2014; World Food Travel Association [WFTA], 2020).

Gastronomi festivalleri ve tadım etkinlikleri, rekreasyonel gastronominin en sosyal ve katılımcı ayaklarından birini oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin yerel kültür, müzik, eğlence ve yöresel yiyeceklerle bir araya geldiği bu tür şenlikler, sosyal aidiyet duygusunun en yoğun yaşandığı geçici sosyalleşme alanlarıdır (Getz, 2010). Festivaller, bireyleri rutin yaşamlarından uzaklaş-

tırarak, sadece karın doyurmak için değil, kültürel bir kutlamanın parçası olmak amacıyla çekim merkezleri yaratır (Mason & Paggiaro, 2012). Buna paralel olarak düzenlenen içki, içecek veya yöresel ürün tadım etkinlikleri de turistlerin duyusal deneyimlerini zenginleştirerek belirli bir coğrafyanın tarımsal ve kültürel mirasını doğrudan deneyimlemelerine olanak tanır (Back vd., 2020; Crespi-Vallbona & Mascarilla-Miró, 2020). Bu etkinlikler, yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki sınırları kaldırarak güçlü bir toplumsal kaynaşma zemini sunar.

En etkileşimli faaliyetlerin başında gelen yemek yapma atölyeleri, turistlerin yalnızca hazır bir yemeği tüketmedikleri, aynı zamanda pazar alanlarından yerel malzemeleri tanımayı ve satın almayı öğrendikleri, şefler eşliğinde hazırlama ve pişirme tekniklerinde uzmanlaştıkları aktif eğitim ortamlarıdır (Walter, 2017). Bireyler bu atölyelerde, mutfak pratiklerinin arkasındaki kültürel inançları ve tarihi derinliği kavrama fırsatı bulurlar. Bu süreç, sıradan bir yemek tüketiminden ziyade, yüksek düzeyde katılım gerektiren dönüştürücü bir rekreasyon deneyimi sunarak turistlerin destinasyonla kurdukları bağı güçlendirir ve hizmetin birlikte yaratım sürecini teşvik eder (Agyeiwaah vd., 2019; Yoo vd., 2022). Atölye çalışmaları aynı zamanda turistin eve döndüğünde bu beceriyi sürdürmesini sağlayarak seyahat deneyiminin kalıcılığını artırır.

Kültürel doygunluğu oldukça yüksek bir diğer faaliyet alanı ise sokak lezzeti deneyimleridir. Turistlerin yerel halkın gündelik yaşam pratiklerine doğrudan dâhil oldukları sokak yemekleri, otantikliği ve sosyal etkileşimi en filtresiz haliyle sunan mutfak deneyimleri olarak öne çıkmaktadır (Tsai & Wang, 2017). Sokak satıcılarından veya gece pazarlarından yemek yemek, turistlere standartlaştırılmış ve turistikleştirilmiş restoran deneyimlerinin aksine, bölgenin gerçek mutfak kimliğini yakından tanıma ve o yerin yerlisi gibi hissetme imkânı vermektedir (Chaisatit vd., 2020; Gupta & Sharma, 2024).

Gastronomi turları ve rotaları, yiyeceğin doğadan tabağa geliş serüvenine odaklanan, genellikle tarımsal alanları, üretim tesislerini ve tarihi gıda pazarlarını kapsayan mekânsal rekreasyon faaliyetleridir. Meyve toplama, şarap bağlarını gezme veya geleneksel peynir ve zeytinyağı tesislerini ziyaret etme gibi eylemler, gıdanın kaynağından elde edilme sürecine bireyin aktif olarak katılım göstermesini sağlar (Horng & Tsai, 2012; Calderón Bailón & Hernández Rojas, 2017). Tematik bir güzergâh üzerinden ilerleyen bu turlar, destinasyonun coğrafi yapısı ile mutfak kültürü arasındaki sıkı ilişkiyi turistlere yaşatarak öğretir ve aynı zamanda kırsal kalkınmaya doğrudan bir ekonomik girdi sağlar.

Son olarak, rekreasyonel gastronomi sadece turizm destinasyonlarında gerçekleşen faaliyetlerle sınırlı kalmayıp, hobi amaçlı yemek yapma pratikleri ile ev içi serbest zaman kullanımlarını da kapsar. Modern bireyler, boş zamanlarında televizyondaki veya dijital platformlardaki yemek programlarını izleyerek yeni tarifler denemekte, mutfağı bir kişisel gelişim ve rahatlama alanı olarak görmektedir (Güneş, 2019). Kendi mutfağında yemek yapmak, bahçe işleriyle uğraşarak kendi gıdasını yetiştirmek veya evde yöresel lezzetler üreterek bunları sosyal çevresiyle paylaşmak, bireylerin gündelik hayatlarında başvurdukları önemli birer ciddi boş zaman faaliyeti halini almıştır (Cleave, 2020). Bu ev içi hobi pratikleri, bireylerin kültürel merakını besleyerek gelecekteki seyahat motivasyonlarını şekillendirmekte ve onları potansiyel birer gastronomi turistine dönüştürmektedir.

3.3. Rekreasyonel Gastronominin Özellikleri

Rekreasyonel gastronomi, diğer turizm ve boş zaman etkinliklerinden ayrılan, kendine has dinamikleri olan oldukça spesifik karakteristik özelliklere sahiptir. Bu özelliklerin başında çok duyulu deneyim yapısı gelir. Yeme ve içme eylemi, diğer pek çok seyahat aktivitesinden farklı olarak tat, koku, görme, dokunma ve işitme olmak üzere insanın beş duyusuna birden aynı anda hitap eden fiziksel ve duygusal bir süreçtir (Sthapit, 2017). Yiyeceğin damakta bıraktığı tat, sunumunun görsel estetiği veya pişerken çıkardığı sesler, turistlerin hafızalarında sıradan bir geziye kıyasla çok daha güçlü, kalıcı ve duygusal anılar bırakmasını sağlar (Kauppinen-Räisänen vd., 2013). Bu kavramın bir diğer ayırt edici özelliği ise birlikte yaratım ve aktif katılım süreçleridir. Günümüz deneyim ekonomisinde turistler artık kendilerine sunulan hizmetleri pasif bir şekilde kabul eden tüketiciler değildir. Aksine; yerel halkla, hizmet sunucularıyla ve diğer turistlerle doğrudan etkileşime girerek kendi deneyimlerini aktif bir biçimde üreten katılımcılara dönüşmüşlerdir (Binkhorst & Den Dekker, 2009; Rachão vd., 2020). Rekreasyonel gastronomi, turistin yemeğin yapım aşamasına dâhil olmasını, şefle sohbet etmesini veya yerel bir üreticiden ürünün hikayesini dinlemesini gerektiren etkileşimli bir yapıya sahiptir. Bu aktif katılım süreci, turistin yeni beceriler kazanmasını sağlayarak deneyimin kişisel katma değerini ve öğrenme çıktısını doğrudan artırmaktadır (Prebensen & Xie, 2017).

Otantiklik ve yöresellik, rekreasyonel gastronominin çekirdeğini oluşturan bir diğer vazgeçilmez özelliktir. Turistler, küreselleşen ve standartlaşan yiyecekler yerine, ziyaret ettikleri bölgenin kültürel mirasıyla doğrudan

temas kurmalarını sağlayan özgün ve otantik tatların peşindedirler (Sims, 2010). Bu durum, yalnızca yemeğin geleneksel bir reçeteyle yapılmasından ibaret değildir. Yemeğin kalitesini ve lezzetini belirleyen iklim ve toprak gibi fiziksel çevre koşullarının yanı sıra, o yemeği üreten yerel halkın sunduğu sosyal etkileşimin eşsiz bir birleşimini de ifade eder (Cohen & Avieli, 2004; Sjölander-Lindqvist vd., 2021). Son olarak, rekreasyonel gastronomi yüksek bir deneyimsel değere sahiptir. Deneyim ekonomisi perspektifinden bakıldığında bu faaliyetler basit turistik bir işlev değil; hizmet mükemmelliği, estetik ve oyunculuk gibi unsurları da barındırır (Tsai & Wang, 2017). Yemeğin sunumundaki sanatsal özen, tüketildiği mekânın mimarisi, fiziksel atmosferi ve yeme-içme eyleminin içine entegre edilmiş eğlence unsurları, bu deneyimin koparılamaz parçaları olarak kabul edilir (Pine & Gilmore, 1999; Mathwick vd., 2001). Dolayısıyla rekreasyonel gastronomi; mekân, ürün ve insanın uyumlu bir şekilde bir araya gelerek turistler için estetik ve eğlenceli bir sahne performansı sunduğu, bütüncül bir boş zaman etkinliğidir.

3.4. Rekreasyonel Gastronominin Motivasyonları

Bireyleri rekreasyonel gastronomi faaliyetlerine yönlendiren güdüler, çok boyutlu teorik yaklaşımlarla açıklanmaktadır (Smith & Costello, 2009). Fields (2002), McIntosh vd. (1995) tarafından geliştirilen motivasyon modelini gastronomiye uyarlayarak dört temel motivasyon kaynağı belirlemiştir. Bunlar; bedenin ve zihnin yenilenmesini sağlayan fiziksel motivasyonlar, yerel yaşam tarzını ve farklı kültürleri öğrenmeyi amaçlayan kültürel motivasyonlar, aile ve arkadaşlarla bir arada olma isteğini yansıtan kişilerarası motivasyonlar ve farklılaşma ile statü kazanma arzusunu içeren statü/prestij motivasyonlarıdır (Fields, 2002). Örneğin, özel ve egzotik bir yemeği tüketmek, kişinin sosyal statüsünü çevresine yansıtmasının bir aracı olarak görülmektedir (Fields, 2002). Smith ve Costello (2009), bir gastronomi etkinliğine katılan ziyaretçileri itici motivasyonlarına göre yemek odaklılar ve etkinlik arayıcılar olarak iki türe ayırmıştır. Yemek odaklılar yemeğin kalitesi, eşsizliği ve yeni lezzetleri tatma motivasyonuyla hareket ederken, etkinlik arayıcılar sosyalleşme, eğlence, çeşitlilik arayışı ve merak duygusu gibi daha geniş güdülerle yönlendirilmektedir.

Bir başka güçlü teorik temel ise Tüketim Değerleri Teorisi'dir. Bu teoriye göre turistlerin yerel yemek tüketimleri yemeğin lezzeti ve sağlığa faydası (işlevsel değer), destinasyon faaliyetlerinden alınan neşe ve haz (duygusal değer), yeni bir kültürü öğrenme arzusu (epistemik değer) ve prestij değeri

tarafından güçlü bir biçimde motive edilmektedir (Choe & Kim, 2018). Öte yandan bu motivasyonları kısıtlayan en büyük engel, bireylerin bilinmeyen veya yeni yiyecekleri tüketmeye karşı geliştirdikleri kaçınma duygusu olan yemek neofobisi olarak kavramsallaştırılmaktadır (Tuorila vd., 2001; Choshaly, 2025). Son olarak, Stebbins'in (2007) ciddi boş zaman yaklaşımı, özellikle yemek yapma atölyeleri gibi katılımcı gastronomi faaliyetlerindeki motivasyonu açıklamakta oldukça etkilidir. Bu modele göre bireyler, sadece anlık eğlence ve rahatlama için değil, aynı zamanda bilgi dağarcıklarını genişletmek, özel aşçılık becerileri kazanmak ve kendi kimliklerini yansıtmak gibi uzun vadeli hedeflerle rekreasyonel gastronomi faaliyetlerine katılmaktadırlar (Stebbins, 2007; Prayag vd., 2020). Bu durum, gastronominin basit bir karın doyurma eyleminden, yüksek düzeyde katılım ve beceri gerektiren ciddi bir boş zaman arayışına dönüştüğünü iddia etmektedir (Prayag vd., 2020).

4. REKREASYONEL GASTRONOMİ TEMALI ARAŞTIRMALARIN ALANYAZINDAKİ GÖRÜNÜMÜ

Yemek odaklı rekreasyon etkinliklerinin akademik alanyazındaki görünümünü ortaya koymak amacıyla yerli ve yabancı kaynaklarda "rekreasyonel gastronomi", "rekreasyon ve gastronomi", "recreational gastronomy" ve "food related recreational activities" anahtar kelimeleri kullanılarak kapsamlı bir tarama gerçekleştirilmiştir. Tarama sonucunda erişilen ve doğrudan yemek–boş zaman kesişimini konu edinen 24 yayın, bu bölümde tematik bir çerçevede özetlenmiştir. İncelenen çalışmalar 2010–2026 yılları arasında yayımlanmış olup, Türkiye, Kanada, Avustralya, İsveç, Yeni Zelanda, Ukrayna, Rusya, Portekiz ve ABD gibi farklı ülkelerde yürütülmüştür. Yöntemsel açıdan nitel (görüşme, doküman analizi, içerik analizi), nicel (anket, gözlemsel denetim), karma desen ve kavramsal/derleme çalışmalarının birlikte yer aldığı bu tarama, rekreasyonel gastronominin tek bir disiplinle sınırlı kalmadığını; turizm, halk sağlığı, doğal kaynak yönetimi, etno-botanik ve tüketici davranışı alanlarını kesen çok disiplinli bir araştırma sahası olduğunu göstermektedir. Aşağıda bu yayınlar beş ana tema altında sentezlenmiştir.

4.1. Gastronomi Temalı Etkinlikler, Festivaller ve Destinasyon Çekiciliği Odaklı Araştırmalar

En kalabalık araştırma teması, gastronomiyi bir rekreasyonel çekicilik unsuru olarak konumlandıran çalışmalardan oluşmaktadır. Karakan (2021), gastronominin rekreasyonel bir materyal olarak önemini kavramsal olarak

tartışmış ve bireylerin artık yalnızca karın doyurmak için değil, öğrenmek ve keyif almak için beslendiği üzerinde durmuştur. Aksu ve arkadaşları (2025) bu tartışmayı deneyim ekonomisi teorisine bağlayarak gastronomik rekreasyonun eğlence, eğitim, estetik ve kaçış boyutlarını eşzamanlı olarak sunduğunu ve yaşam doyumunu artırdığını ileri sürmüştür. Güneş (2019) ise küresel ölçekte yemek kurslarından çiftlik ziyaretlerine uzanan geniş bir etkinlik yelpazesini ele alarak sürdürülebilirlik ve dijitalleşmenin bu alandaki talebi dönüştürdüğünü ortaya koymuştur.

Festival odaklı çalışmalar bu kavramsal zemini ampirik bulgularla desteklemektedir. Onat (2021) ve Akturfan ve Şen (2023), Türkiye ve dünyadaki gastronomi festivallerini rekreasyon turizmi bağlamında inceleyerek bu etkinliklerin toplumsal kaynaşma, kültürel aktarım ve ekonomik büyüme gibi çok boyutlu işlevlerine dikkat çekmiştir. Değerli ve Kırıcı Tekeli (2025) Karaman özelinde paydaş görüşlerine başvurmuş, festivallerin kültürel etkileşimi ve ekonomik canlılığı artırdığını, ancak tanıtım ve altyapı eksikliklerinin turist çekme potansiyelini sınırladığını saptamıştır. Barakazı ve Öncel (2017) "Urfa Sıra Geceleri" örneğinde yöresel yemeklerin tanıtımında rekreatif etkinliklerin oynadığı rolü göstermiş, Er ve Akturfan (2022) ise Karaman Zeyve Pazarı'nda gastronomik ürünlerin rekreasyon merkezi tercihini etkileyen ikinci en önemli faktör olduğunu belirlemiştir. Akturfan ve arkadaşları (2025), aynı ilde 141 kapalı ve 20 açık gastronomi temalı rekreasyon alanı tespit ederek bu temaya mekânsal bir boyutu eklemiştir.

4.2. Doğadan Hasat, Rekreatif Balıkçılık ve Toplayıcılık Odaklı Araştırmalar

İkinci araştırma teması, gıdanın doğrudan doğadan elde edildiği rekreasyon biçimlerini ele almakta ve "eğlence" ile "beslenme" arasındaki ayrımın sanıldığı kadar keskin olmadığını göstermektedir. Cooke ve arkadaşları (2018), rekreatif balıkçılığın küresel ölçekte bir gıda sistemi bileşeni olduğunu, Arjantin ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde balık tüketiminin %15–31'inin bu yolla sağlandığını belgelemiştir. Rice ve arkadaşları (2026) Detroit örneğinde bu bulguyu eşitlik perspektifiyle derinleştirerek gıda temelli motivasyonların beyaz olmayan balıkçılar için belirgin biçimde daha güçlü olduğunu ve paylaşım kültürünün sosyal sermaye ürettiğini ortaya koymuştur. Toplayıcılık (foraging) çalışmaları da benzer bir dönüşümü izlemektedir. Hall (2013), Yeni Zelanda'da ekonomik zorunluluğu bulunmayan bireylerin toplayıcılığı sağlıklı bir rekreasyon biçimi, nostalji aracı ve doğayla bağ kurma yolu

olarak deneyimlediğini bulmuştur. Stryamets ve arkadaşları (2015) ise İsveç, Ukrayna ve Rusya karşılaştırmasıyla bu faaliyetin bağlama göre konum değiştirdiğini göstermiştir. İsveç'te tamamen stres giderici bir rekreasyona dönüşen toplayıcılığın diğer iki ülkede hâlâ ekonomik bir destek işlevi gördüğünü saptamıştır. Tidball ve Tidball (2022) ise bu temayı terapötik boyuta taşıyarak gazilerin %85,9'unun avladıkları ürünleri tükettiğini ve "doğadan sofraya" sürecinin iyileşme ve kimlik inşasının tamamlayıcı parçası olduğunu ortaya koymuştur.

4.3. Rekreasyon Tesislerindeki Gıda Ortamı ve Halk Sağlığı Odaklı Araştırmalar

Üçüncü araştırma kümesi, gastronomiyi bir çekicilik unsuru olarak değil, rekreasyon mekânlarının sağlık açısından sorunlu bir bileşeni olarak ele alan ve büyük ölçüde Kuzey Amerika ile Avustralya kaynaklı olan çalışmalardan oluşmaktadır. Boelsen-Robinson ve arkadaşları (2017), Melbourne'deki su sporları merkezlerinde tüketilen gıdaların %55'inin, çocuklarda ise %92'sinin en sağlıksız kategoride yer aldığını belirleyerek bu mekânların "obezojenik" ortamlar sunduğunu ileri sürmüştür. Caswell ve arkadaşları (2021) Ontario'daki 16 belediye tesisinde sunulan gıdaların %87'sinin sağlıksız olduğunu, plastik su yasağının ise ziyaretçileri şekerli içeceklere yönlendirdiğini saptayarak gönüllü rehberler yerine zorunlu politikaların gerekliliğini vurgulamıştır. Prowse ve arkadaşları (2018) sorunu arz tarafından talep tarafına genişletmiştir. 51 kamu tesisinin %98'inde gıda reklamı bulunduğunu ve bu reklamların %55,6'sının en sağlıksız ürünlere ait olduğunu göstermiştir. Naylor ve arkadaşları (2010) ise müdahale odaklı bir yaklaşımla, kapasite geliştirme temelli bir girişimin otomatlardaki sağlıklı ürün oranını %20 artırdığını, ancak personelin gelir kaybı endişesinin temel bir direnç kaynağı oluşturduğunu ortaya koymuştur. Bu tema, alanyazının turizm eksenli iyimser tonuyla belirgin bir gerilim içindedir ve rekreasyon alanlarının sağlıklı yaşam misyonu ile fiilî gıda sunumu arasındaki çelişkiye işaret etmektedir.

4.4. Deneyim Tasarımı, Ortak Yaratım ve Gıda Tercihleri Odaklı Araştırmalar

Dördüncü araştırma teması, Rekreatif yemek deneyiminin nasıl tasarlandığı ve katılımcıların bu sürece nasıl dâhil olduğu sorusuna odaklanmaktadır. Rachão ve arkadaşları (2020), 67 hakemli makaleyi kapsayan sistematik derlemelerinde yemek pişirme gibi aktif katılım ve öğrenme içeren deneyim-

lerin turist memnuniyetini artırdığını belirlemiş ve yöneticilere gıda deneyimlerine "öğrenme" öğeleri entegre etmelerini önermiştir. Wei ve Nakatsu (2012), gıda deneyimi tasarımını yüzeysel bir eğlence olmaktan çıkararak sosyal ve durumsal doğa, bedensel deneyim ve kültürel anımsama boyutlarıyla iyi oluşu destekleyen derin bir etkileşim alanı olarak kavramsallaştırmıştır. Johansson ve arkadaşları (2024) ise İsveç'te aktif dış mekân rekreasyonu katılımcılarının gıda tercihlerini incelemiştir. Tadın en belirleyici faktör olduğunu, katılımcıların %90'ının gıdayı deneyimin ayrılmaz bir parçası saydığını ve kadınların sürdürülebilirlik ile özel diyetlere daha duyarlı olduğu ortaya koyulmuştur. Gürkan (2026), Wellness işletmeleri bağlamında beslenmenin deneyimi güçlendiren stratejik bir bileşen olduğunu, ancak yüksek maliyet ve nitelikli personel eksikliği nedeniyle uygulamaların talebe bağlı yürütüldüğünü yönetici perspektifinden belgelemiştir.

4.5. Evsel Mutfak Pratikleri, İyi Oluş ve Kriz Dönemleri Odaklı Araştırmalar

Ortaya çıkan son araştırma teması, rekreasyonel gastronominin ticari ve mekânsal bağlamlardan çıkıp ev içine taşındığı çalışmaları kapsamaktadır. Pandemi döneminde mutfak pratiklerinin rekreasyonel ve psikolojik işlevlerini ele alan iki çalışma, birbirini tamamlayan bulgular sunmaktadır. Aşan ve Gargacı Kınay (2021), karantina sürecinde #evdeekmekyapımı etiketiyle paylaşılan 1.710 Instagram gönderisini analiz ederek evde ekmek yapımının hem sağlıklı beslenme ve gıda güvenliği gibi "beslenme" temalarını hem de terapötik etki ve aile bağları gibi "rekreatif" temaları barındırdığını göstermiştir. Güler ve Haseki (2021) ise aynı dönemde Türkiye'deki 30 katılımcıdan yapılandırılmış çevrim içi anketle veri toplayarak mutfak deneyimlerinin psikolojik çıktılarını Stebbins'in "Gündelik ve Ciddi Boş Zaman" kuramı çerçevesinde derinleştirmiştir. Bulguları, bireylerin mutfağa ilk aşamada saf mutluluk ve rahatlama motivasyonuyla, yani hedonik iyi oluş beklentisiyle girdiklerini; ancak süreç ilerledikçe özel beceri ve bilgi kazanımı, kendini gerçekleştirme ve kendini zenginleştirme gibi eudaimonik çıktılarla mutfaktan ayrıldıklarını ortaya koymuştur. Güler ve Haseki'nin (2021) mutfak faaliyetlerinin hem gündelik hem de ciddi boş zaman özellikleri taşıdığı yönündeki sonucu, yemek yapmanın neden aynı anda hem hızlı bir rahatlama hem de kalıcı bir kimlik ve beceri kazanımı sağladığını kuramsal olarak temellendirmektedir. Bu bulgular, Tidball ve Tidball (2022) ile Hall'ün (2013) iyileşme ve nostalji vurgularıyla birlikte okunduğunda, yemek hazırlama sürecinin ken-

disinin, tüketimden bağımsız olarak psikososyal bir rekreasyon aracı olduğu yönünde ortak bir çıkarım sunmaktadır.

4.6. Rekreasyonel Gastronomi Araştırmalarının Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

İncelenen 24 çalışmanın tematik dağılımı birkaç yapısal örüntüyü açığa çıkarmaktadır. İlk olarak, Türkiye kaynaklı yayınların ağırlıklı biçimde festival, destinasyon çekiciliği ve kavramsal derleme eksenine yoğunlaştığı; buna karşılık rekreasyon tesislerindeki gıda ortamının sağlık boyutunu inceleyen denetim temelli çalışmaların neredeyse tamamının Kuzey Amerika ve Avustralya kaynaklı olduğu görülmektedir. İkinci olarak, alanyazında ölçek geliştirme ve yapısal eşitlik modellemesine dayalı ilişkisel testler oldukça sınırlıdır. Çalışmaların çoğu betimleyici, keşfedici veya derleme niteliğindedir. Üçüncü olarak, boylamsal desenler ve deneysel müdahale çalışmaları yok denecek kadar azdır. Bu üç sınırlılık ile bunlardan doğan araştırma boşlukları Şekil 1'de bütüncül olarak gösterilmiştir.

Şekilde görüldüğü üzere, mevcut alanyazının üç temel sınırlılığı doğrudan altı araştırma boşluğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultuda gelecek araştırmalar için şu yönelimler önerilebilir:

(i) Rekreasyonel gastronomi katılımının geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıyla kavramsallaştırılması ve boyutlandırılması.

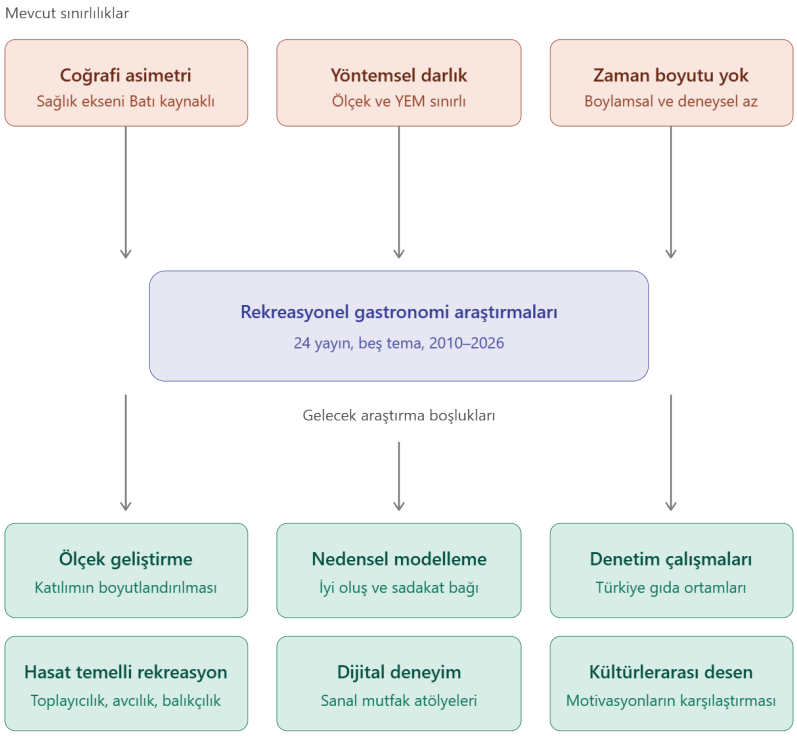
(ii) Gastronomik rekreasyon katılımı ile yaşam doyumu, algılanan iyi oluş, yeniden ziyaret niyeti ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkilerin nedensel modellerle sınanması.

(iii) Türkiye'deki rekreasyon alanlarının gıda ortamlarına yönelik denetim temelli, halk sağlığı odaklı çalışmaların yürütülmesi.

(iv) Toplayıcılık, avcılık ve balıkçılık gibi hasat temelli rekreasyon biçimlerinin Türkiye bağlamında yerel gıda sistemleriyle ilişkisinin araştırılması.

(v) Dijitalleşme, sanal mutfak atölyeleri ve çevrim içi gastronomi deneyimlerinin rekreasyonel değerinin incelenmesi.

(vi) Kültürlerarası karşılaştırmalı desenlerle rekreasyonel gastronomi motivasyonlarının bağlama duyarlılığının sınanması.



Şekil 1. Rekreasyonel gastronomi araştırmalarındaki sınırlılıklar ve araştırma boşlukları

Özellikle hasat temelli rekreasyon boşluğu, alanyazında Hall (2013), Stryamets ve arkadaşları (2015), Cooke ve arkadaşları (2018) ile Rice ve arkadaşları (2026) tarafından güçlü biçimde işlenmiş olmasına rağmen Türkiye bağlamında neredeyse hiç ele alınmamıştır. Oysa Anadolu'da yaygın olan ot toplama, mantar avcılığı, deniz ürünleri hasadı ve amatör balıkçılık gibi pratikler hem rekreasyonel motivasyon hem de yerel gıda egemenliği açısından zengin bir araştırma alanı sunmaktadır.

5. SONUÇ

Bu bölümde, uzun süre birbirinden bağımsız alanlar olarak ele alınan boş zaman, rekreasyon ve gastronomi yazınları bütüncül bir turizm perspektifi altında bir araya getirilmiş ve rekreasyonel gastronomi kavramı tanımı, faaliyet alanları, ayırt edici özellikleri ve motivasyonel temelleriyle birlikte kavramsallaştırılmıştır. Buna ek olarak, belirlenen anahtar kelimelerle ulaşılan 24 yayın beş tema altında sentezlenerek alanın güncel ampirik görü-

nümü ortaya konmuş ve bu görünümden doğan sınırlılıklar ile araştırma boşlukları sistematik biçimde tartışılmıştır. Böylelikle bölüm, hem kavramsal bir çerçeve hem de bu çerçeveyi sınayacak araştırmacılar için bir yol haritası sunmaktadır.

Alanyazın sentezinin ortaya koyduğu en dikkat çekici bulgu, rekreasyonel gastronominin tek bir disiplinin konusu olmadığıdır. Festival ve destinasyon çekiciliği araştırmaları gastronomiyi bir pazarlama ve markalaşma aracı olarak konumlandırırken, hasat temelli rekreasyon çalışmaları aynı olguyu gıda güvenliği ve gıda egemenliği ekseninde ele almakta, halk sağlığı odaklı denetim çalışmaları ise rekreasyon mekânlarındaki gıda ortamını bir risk alanı olarak tanımlamaktadır. Bu üç bakış açısının aynı olguya bu denli farklı anlamlar yüklemesi, alanın kavramsal olarak henüz olgunlaşmadığını göstermektedir. Nitekim yemeğin "eğlence" mi yoksa "beslenme" mi olduğu sorusu, incelenen çalışmaların neredeyse tamamında örtük biçimde yeniden sorulmakta ve her bağlamda farklı yanıtlanmaktadır. Buradan çıkan sonuç, rekreasyonel gastronominin bu ikiliği dışlayan değil, tam tersine kapsayan bir kavram olarak tanımlanması gerektiğidir.

İkinci önemli sonuç, deneyimin derinliğine ilişkindir. İncelenen çalışmalar, gastronomik rekreasyonun anlık haz ile sınırlı kalmadığını; beceri kazanımı, kimlik inşası, terapötik iyileşme ve kültürel aidiyet gibi uzun vadeli çıktılar ürettiğini tutarlı biçimde göstermektedir. Bu bulgu, Stebbins'in ciddi boş zaman yaklaşımının rekreasyonel gastronomi için güçlü bir açıklayıcı çerçeve sunduğunu doğrulamakta ve gastronomik faaliyetlerin destinasyon yönetiminde yalnızca bir "ikram" kalemi değil, turist sadakatini besleyen bir dönüştürücü deneyim tasarımı alanı olarak ele alınması gerektiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte gerçekleştirilen alanyazın taraması, alanın yöntemsel bakımdan zayıf kaldığını da açığa çıkarmıştır. Çalışmaların büyük çoğunluğu betimleyici, keşfedici veya derleme niteliğindedir. Geçerli ölçme araçlarına, nedensel modellere, boylamsal desenlere ve deneysel müdahalelere dayalı çalışmalar yok denecek kadar azdır. Buna coğrafi asimetri de eklenmektedir: Türkiye kaynaklı yayınlar festival ve destinasyon eksenine yoğunlaşırken, hasat temelli rekreasyon ve gıda ortamı denetimi gibi damarlar ulusal alanyazında neredeyse hiç işlenmemiştir.

Sonuç olarak bu bölüm, rekreasyonel gastronomiyi dağınık bir uygulamalar kümesi olmaktan çıkarıp tanımlı sınırları, ayırt edici özellikleri ve kuramsal dayanakları olan bir araştırma alanı olarak konumlandırmayı amaçlamıştır. Uygulama açısından bulgular, destinasyon yöneticilerine yemeği

pasif bir tüketim kalemi değil, katılım ve öğrenme öğeleriyle tasarlanmış bir rekreasyonel çekim aracı olarak kurgulamalarını önermektedir. Akademik açıdan ise bölüm, alanın bir sonraki aşamasının kavram tartışmasından ölçme ve sınamaya geçmek olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (1991). Free time. J. M. Bernstein (Ed.), *The culture industry: Selected essays on mass culture* içinde (ss. 187–197). Routledge.

Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Suntikul, W., & Huang, W.-J. (2019). Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 36*(3), 295–313. https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775

Aksu, H. S., Varol, F., & Madırga, M. E. (2025). Gastronomic recreation: The experiential dimension of local flavors. G. A. Özkök & M. Erbay (Ed.), *Global dynamics in gastronomy and tourism: New perspectives and interdisciplinary approaches* içinde (ss. 55-68). Eğitim Yayınevi.

Akturfan, M., Akturfan, S., Er, Y., Çuhadar, A., & Turkak, V. (2025). Distribution of gastronomy themed recreational areas: The case of Karaman province. *Trakya University Journal of Social Sciences*, *27*(2), 179–193. https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1474365

Akturfan, M., & Şen, A. (2023). Rekreasyon turizmi bağlamında gastronomi temalı festivaller. *Journal of Humanities and Tourism Research*, *13*(1), 230-244. https://doi.org/10.14230/johut1349

Aşan, K., & Gargacı Kınay, A. (2021). Covid-19 salgın döneminde bir rekreasyonel beslenme faaliyeti: #evdeekmekyapımı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *9*(3), 1661-1678. https://doi.org/10.21325/jotags.2021.861

Back, R. M., Okumus, B., & Tasci, A. D. A. (2020). Culinary fans vs culinary critics. *International Hospitality Review, 34*(1), 41-60.

Barakazı, M., & Önçel, S. (2017). Rekreasyonel turizm faaliyeti olarak Urfa sıra geceleri. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, *2*(1), 87-97.

Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Blackwell Publishing.

Baydeniz, E., & Kılıcı, L. (2022). The effect of destination satisfaction and place attachment on behavioral intention: The case of Seferihisar. *Istanbul Management Journal, 93*, 67-88. https://doi.org/10.26650/imj.2022.93.004

Binkhorst, E., & Den Dekker, T. (2009). Agenda for co-creation tourism experience research. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 18*(2–3), 311–327.

Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Local food: A source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(1), 177-194. https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0214

Boelsen-Robinson, T., Chung, A., Khalil, M., Wong, E., Kurzeme, A., & Peeters, A. (2017). Examining the nutritional quality of food and beverage consumed at community aquatic and recreation centres. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, *41*(2), 184-186. https://doi.org/10.1111/1753-6405.12632

Burke, P. (1995). The invention of leisure in early modern Europe. *Past and Present, 146*, 136–150.

Calderón Bailón, J., & Hernández Rojas, R. D. (2017). Una introducción al turismo gastronómico del cantón Manta–Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio, 1*(2), 25–32.

Caswell, S., Naylor, P.-J., Olstad, D., Kirk, S., Mâsse, L., Raine, K., & Hanning, R. (2021). Recreation facility food and beverage environments in Ontario, Canada: An appeal for policy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(15), 8174. https://doi.org/10.3390/ijerph18158174

Chaisatit, N., Hernández, A. D. C. B., Rodríguez, J. O. S., & Campos, M. A. S. (2020). Comida callejera como una alternativa del emprendimiento en el desarrollo turístico-gastronómico en la zona Las Brisas, Manzanillo. *Emprennova, 1*(2), 74–85.

Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management, 71*, 1–10.

Choshaly, S. H. (2025). Determinants of tourist attitudes toward local food and intentions to visit a destination: A case study from Iran. *Turyzm/Tourism, 35*(1), 137–148. https://doi.org/10.18778/0867-5856.2025.04

Cleave, P. (2020). Food as a leisure pursuit, a United Kingdom perspective. *Annals of Leisure Research, 23*(4), 474-491. https://doi.org/10.1080/11745398.2019.1613669

Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research, 31*(4), 755–778.

Cooke, S. J., Twardek, W. M., Lennox, R. J., Zolderdo, A. J., Bower, S. D., Gutowsky, L. F., Danylchuk, A. J., Arlinghaus, R., & Beard, T. D. (2018). The nexus of fun and nutrition: Recreational fishing is also about food. *Fish and Fisheries*, *19*(2), 201–224. https://doi.org/10.1111/faf.12246

Crespi-Vallbona, M., & Mascarilla-Miró, O. (2020). Wine lovers: Their interests in tourist experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 14*(2), 239–258.

Curran, R., Baxter, I. W. F., Collinson, E., Gannon, M. J., & Yalinay, O. (2018). The traditional marketplace: Serious leisure and recommending authentic travel. *The Service Industries Journal, 38*(15-16), 1116-1132.

Değerli, Y., & Kırıcı Tekeli, E. (2025). Rekreasyon ve etkinlik turizmi kapsamında festivallerin değerlendirilmesi: Karaman ilinde bir uygulama. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, *8*(4), 1732-1748. https://doi.org/10.33083/joghat.2025.590

Dixit, S. K. (2019). Gastronomic tourism: A theoretical construct. S. K. Dixit (Ed.), *The Routledge handbook of gastronomic tourism* içinde (ss. 13–23). Routledge.

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management, 68*, 250-263.

Er, Y., & Akturfan, M. (2022). The effect of gastronomic products on the selection of recreation center: The case of Karaman Zeyve Bazaar. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, *7*(19), 2357-2374. http://dx.doi.org/10.35826/ijoecc.635

Esponda Pérez, J. A., Marroquín Figueroa, J. M., Álvarez Trujillo, A. M., Juárez Ibarias, M., & Ramírez Aguilar, I. (2024). Sustainable management of gastronomic tourism in specific destinations: Perspectives and challenges. *Journal of Infrastructure, Policy and Development, 8*(9), 7508. https://doi.org/10.24294/jipd.v8i9.7508

Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. A. M. Hjalager & G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy* içinde (s. 36–50). Routledge.

García-Pérez, L. E., & Castillo-Ortiz, I. (2024). Memorable gastro-tourism experiences: A systematic literature review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights, 5*(2), 100158. https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100158

Getz, D. (1991). Assessing the economic impacts of festivals and events: Research issues. *Journal of Applied Recreation Research, 16*(1), 61-77.

Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research, 5*(1), 1-47.

Gupta, V., & Sharma, K. (2024). Food authenticity, culture, and tourism: Analysing the dimensions of local gastronomic image among foreign tourists in Fiji. *British Food Journal, 126*(12), 4124–4146.

Güler, O., & Haseki, M. İ. (2021). Positive psychological impacts of cooking during the COVID-19 lockdown period: a qualitative study. *Frontiers in Psychology*, *12*, 635957.

Güneş, S. G. (2019). Food-related recreational experiences around the world. M. Nakashidze (Ed.), *IACSS 2019 International Academic Conference on Social Sciences—Conference Proceedings* içinde (ss. 55–65). The International Institute for Academic Development.

Gürkan, A. S. (2026). Wellness ve gastronomi ilişkisi – Sağlık turizminde destekleyici beslenme uygulamalarına yönelik bir araştırma. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, *8*(1), 1-17.

Hall, C. M. (2013). Foraging and heritages of food and nature. *Journal of Heritage Tourism*, *8*(2-3), 227-234. https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.767710

Hall, C. M. (2020). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(7), 1044-1060.

Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Ed.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* içinde (ss. 1–24). Butterworth-Heinemann.

Horng, J.-S., & Tsai, C.-T. (2012). Culinary tourism strategic development: An Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research, 14*(1), 40-55.

Johansson, M., Beery, T., Calvén, A., & Wendin, K. (2024). Food for active outdoor recreation: Convenience, sustainability, and gender perspectives. *Gastronomy and Tourism*, *8*(1), 49–64. https://doi.org/10.3727/216929722X16354101932456

Karakan, H. İ. (2021). Gastronomi temalı rekreasyon etkinlikleri. S. K. Avan, E. K. Şimşek, Ö. Yayla, & M. C. Birinci (Ed.), *Rekreasyon ve turizm araştırmaları* içinde (ss. 41-52). Çizgi Kitabevi.

Kauppinen-Räisänen, H., Gummerus, J., & Lehtola, K. (2013). Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time. *British Food Journal, 115*(5), 666–685.

Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research, 51*(1), 12–25.

Kivela, J., & 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.

Lai, I. K. W., Liu, Y., & Lu, D. (2021). The effects of tourists' destination culinary experience on electronic word-of-mouth generation intention: the experience economy theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26*(3), 231-244. *(Not: Metin içi atıfta yer alan 2020 tarihli yayının literatürdeki eşdeğer veya güncel hali).*

Mair, H., & Sumner, J. (2017). Critical encounters: introduction to special issue on leisure and food. In *Leisure and Food* (pp. 11-20). Routledge.

Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management, 33*(6), 1329–1336.

Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment. *Journal of Retailing, 77*(1), 39–56.

McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. Wiley.

McKeown, J. K., & Miller, M. C. (2020). #tableforone: Exploring representations of dining out alone on Instagram. *Annals of Leisure Research, 23*(5), 645–664.

McLean, D. D., Hurd, A. R., & Rogers, N. B. (2008). *Kraus' recreation and leisure in modern society* (8. Baskı). Jones and Bartlett Publishers.

Naylor, P.-J., Bridgewater, L., Purcell, M., Ostry, A., & Vander Wekken, S. (2010). Publically funded recreation facilities: Obesogenic environments for children and families? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *7*(5), 2208-2221. https://doi.org/10.3390/ijerph7052208

Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management, 28*(1), 253–261.

Onat, G. (2021). Rekreasyon faaliyetleri bağlamında gastronomik etkinliklerin değerlendirilmesi. M. C. Birinci & Ö. Yayla (Ed.), *Rekreasyon ve turizm araştırmaları* içinde (ss. 281-299). Çizgi Kitabevi.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76*, 97–105.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

Polat, M. (2023). The impact of affective gastronomy experience on satisfaction and revisit intention: Evidence from Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 11*(3), 2187-2202.

Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing, 18*(3), 5-14.

Prayag, G., Gannon, M. J., Muskat, B., & Taheri, B. (2020). A serious leisure perspective of culinary tourism co-creation: The influence of prior knowledge, physical environment and service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32*(7), 2453-2472.

Prebensen, N. K., & Xie, J. (2017). Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption. *Tourism Management, 60*, 166–176.

Prowse, R. J. L., Naylor, P.-J., Olstad, D. L., Raine, K. D., Tomlin, D., Kirk, S. F. L., & Mâsse, L. C. (2018). Food marketing in recreational sport settings in Canada: A baseline audit. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, *15*, 47. https://doi.org/10.1186/s12966-018-0673-5

Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management, 25*(3), 297–305.

Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2020). Food-related activities in tourism: A systematic review of the co-creation of experiences. *British Food Journal*, *122*(3), 912-929. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0769

Rice, E. D., Badhon, M. K., Castello, L., Nguyen, V. M., & Nyboer, E. A. (2026). Integrating a food systems perspective into recreational fisheries. *Marine Policy*, *190*, 107144. https://doi.org/10.1016/j.marpol.2026.107144

Sims, R. (2010). Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption. *Journal of Rural Studies, 26*(2), 105–115.

Sjölander-Lindqvist, A., de Jong, A., Puig, R. G., Romeo, G., & Skoglund, W. (2021). Gastronomy and creative entrepreneurship in rural tourism: Encouraging sustainable community development. E. Auclair & G. Fairclough (Ed.), *A research agenda for heritage planning* içinde (ss. 187–197). Edward Elgar Publishing.

Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting visitors to a culinary event: Motivations, travel behavior, and expenditures. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 18*(1), 44-67.

Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review, 25*(2), 251-272.

Stebbins, R. A. (2005). Choice and experiential definitions of leisure. *Leisure Sciences, 27*(4), 349–352.

Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. Aldine Transaction Publications.

Sthapit, E. (2017). Exploring tourists' memorable food experiences: A study of visitors to Santa's official hometown. *Anatolia, 28*(3), 404-421. https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1328607

Stryamets, N., Elbakidze, M., Ceuterick, M., Angelstam, P., & Axelsson, R. (2015). From economic survival to recreation: Contemporary uses of wild food and medicine in rural Sweden, Ukraine and NW Russia. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, *11*(1), 53. https://doi.org/10.1186/s13002-015-0036-0

Sumner, J. (2011). Serving social justice: The role of the commons in sustainable food systems. *Studies in Social Justice, 5*(1), 63–75.

Sumner, J. (2018). Eating our way to sustainability? Leisure, food and community economic development. *Sustainability, 10*(5), 1425.

Tidball, K. G., & Tidball, M. M. (2022). Linking food motivations with therapeutic outdoor recreation outings for veterans. *Journal of Veterans Studies*, *8*(3), 59–69. https://doi.org/10.21061/jvs.v8i3.339

Tsai, C.-T., & Wang, Y.-C. (2017). Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management, 6*(1), 56-65.

Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference, 12*(1), 29–37.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing, 68*(1), 1-17.

Walter, P. (2017). Culinary tourism as living history: Staging, tourist performance and perceptions of authenticity in a Thai cooking school. *Journal of Heritage Tourism, 12*(4), 365–379.

Warde, A., & Martens, L. (2000). *Eating out: Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge University Press.

Wei, J., & Nakatsu, R. (2012). Leisure food: Derive social and cultural entertainment through physical interaction with food. *11th International Conference on Entertainment Computing (ICEC)* içinde (ss. 256-269). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-33542-6_22

Williams, H. A., Williams Jr., R. L., & Omar, M. (2014). Gastro-tourism as destination branding in emerging markets. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, *4*(1), 1-18.

Wolf, E. (2014). *Have fork will travel: A practical handbook for food & drink tourism professionals*. World Food Travel Association.

World Food Travel Association. (2020). *Estimating the economic impact of food & beverage tourism*. https://worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism/

World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism*. UNWTO.

Yoo, J. J. E., Park, J., & Cho, M. (2022). Cocreation of gastronomy experience through cooking classes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *34*(9), 3230–3252.