

EĞİTİM  
yayınevi

# GASTRONOMİDE BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMALAR

EDİTÖRLER:

DOÇ. DR. ADEM ARMAN

ÖGR. GÖR. ÖZKAN ERDEM

# GASTRONOMİDE BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMALAR

EDİTÖRLER

DOÇ. DR. ADEM ARMAN

ÖGR. GÖR. ÖZKAN ERDEM

**EĞİTİM**  
yayınevi

## GASTRONOMİDE BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMALAR

Editörler: Doç. Dr. Adem Arman, Öğr. Gör. Özkan Erdem

**Genel Yayın Yönetmeni:** Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

**Genel Yayın Koordinatörü:** Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

**Sayfa Tasarımı:** Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

**Kapak Tasarımı:** Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

**Yayıncı Sertifika No:** 47830

**E-ISBN:** 978-625-6382-44-2

1. Baskı, Aralık 2022

**Kütüphane Kimlik Kartı**

## GASTRONOMİDE BİBLİYOMETRİK ARAŞTIRMALAR

Editörler: Doç. Dr. Adem Arman, Öğr. Gör. Özkan Erdem

190 s., 165x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-6382-44-2

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/ mekanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

**EĞİTİM**  
yayınevi

**Yayınevi Türkiye Ofis:** İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

**Konya:** Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye  
+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42  
bilgi@egitimyayinevi.com

**Yayınevi Amerika Ofis:** New York: Egitim Publishing Group, Inc.  
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America  
americaoffice@egitimyayinevi.com

**Lojistik ve Sevkiyat Merkezi:** Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye  
sevkiyat@egitimyayinevi.com

**Kitabevi Şubesi:** Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye  
+90 332 499 90 00  
bilgi@egitimkitabevi.com

**İnternet Satış:** www.kitapmatik.com.tr  
+90 537 512 43 00  
bilgi@kitapmatik.com.tr

 **kitapmatik**  
İnternetteki kitaplarınız

## İÇİNDEKİLER

### 1. BÖLÜM

YEREL YEMEKLER ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 7  
*Çiğdem MUTLU*

### 2. BÖLÜM

GASTRONOMİ VE SOSYAL MEDYA ALANINDAKİ MAKALELERİN  
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ.....25  
*Eniser ATABAY, Leyla ATABAY*

### 3. BÖLÜM

RESTORANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA ALANINDA YAPILAN  
ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 37  
*Feyza TEKİNBAŞ ÖZKAYA*

### 4. BÖLÜM

KAHVE KONUSU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 59  
*Filiz ARSLAN*

### 5. BÖLÜM

YİYECEK KORKUSU ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 71  
*Furkan DURSUN*

### 6. BÖLÜM

RESTORANLARDA PERFORMANS DEĞERLEMESİ ÜZERİNE YAPILAN  
ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 93  
*Hakan ÖZKAYA*

### 7. BÖLÜM

SLOW FOOD (YAVAŞ YEMEK HAREKETİ) ALANINDAKİ ÇALIŞMALARIN  
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ..... 107  
*Kerem ÇIRAK*

### 8. BÖLÜM

GASTRONOMİ VE YAPAY ZEKÂ ARAŞTIRMALARINA ENTELEKTÜEL BİR BAKIŞ ..... 127  
*Leyla ATABAY, Eniser ATABAY*

### 9. BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN  
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ..... 139  
*Tuba ŞAHİN ÖREN*

### 10. BÖLÜM

YEME DAVRANIŞI ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ ..... 157  
*Veli Erdiñç ÖREN*

### 11. BÖLÜM

SOKAK LEZZETLERİ KONUSUNDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN  
BİBLİYOMETRİK ANALİZİ..... 171  
*Yaşar Mert DEMİRAL*



## ÖNSÖZ

Gastronomi kavramı; yeme içme bilim ve sanatı olarak ifade edilse de günümüzde hayatın birçok noktasına temas ederek multidisipliner bir çalışma alanı haline gelmektedir. Her ne kadar gastronomi turizmin bir alt disiplini olarak ele alınsa da tarımdan ekonomiye, sosyolojiden tarih ve coğrafyaya, iktisat ve işletmeden fen ve teknolojiye kadar birçok farklı disiplinle çeşitli seviyelerde ortak çalışma alanları oluşturabilmektedir. Bu bağlamda bu eseri hazırlamaktaki temel amacımız; gastronominin ve çalışma konularının hem birbiriyle hem de diğer disiplinlerle olan ilişkilerini ortaya koymak amacıyla genel bir perspektif sunmaktır. Bu amaçla 8 farklı üniversiteden toplam 13 farklı öğretim elemanının katkı sağlamış olduğu bu eser 11 bölümden oluşmaktadır. Söz konusu bölümlerde “Yerel Yemekler, Gastronomi ve Sosyal Medya, Restoranlarda Sürdürülebilir Pazarlama, Kahve, Yiyecek Korkusu, Restoran Performansı, Slow Food, Gastronomi ve Yapay Zekâ, Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi, Yeme Davranışı, Sokak Lezzetleri” gibi konular bibliyometrik bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Bibliyometrik araştırmalar; bir konu, kavram ya da disiplin hakkındaki literatürün gelişim durumunu ortaya çıkarması bakımından son yıllarda sıklıkla tercih edilen yöntemlerin başında gelmektedir. Bu nedenle gastronomi ve ilgili alanlarda çalışmak isteyen araştırmacılara genel bir çerçeve sunması dolayısıyla bu eserin gastronomi alanına katkı sağlaması beklenmektedir.

Doç. Dr. Adem ARMAN

Öğr. Gör. Özkan ERDEM



# 1. BÖLÜM

## YEREL YEMEKLER ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BIBLİYOMETRİK ANALİZİ

Çiğdem MUTLU<sup>1</sup>

### ÖZET

Yerel yemek, bir destinasyonun, bölgenin kimliğini, kültürünü, yaşam tarzını ortaya koyan bir aktördür. Günümüzde bireyler, yerel yemeklerin üretim süreci de dahil olmak üzere deneyim yaşamak için seyahat etmektedirler. Bu çalışmada, yerel yemek kavramının alanyazın tarafından nasıl, nerede, ne zaman ve kimler tarafından incelendiği, birbirleriyle olan ilişkileri veya ön plana çıkan kavramların tespiti bakımından bibliyometrik analizin yapılması amaçlanmıştır. Çalışmanın evreni Web of Science veri tabanı olarak belirlenmiş olup, bu çerçevede 175 farklı kaynak ve 680 yazardan oluşan toplamda 323 bilimsel makale örneklem hacmini oluşturmaktadır. Dergiler, yazarlar, sık kullanılan anahtar kelimeler, atıf alma durumu ve yayınların yapıldığı ülkeler kapsamında birbirleriyle ilişkilerini ortaya koyacak analizler bibliyometrik analiz aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, yerel yemek kavramının tarihsel süreci çok eski zamanlara dayanmamasına rağmen en az yirmidört yıllık bir geçmişi olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, yerel yemek kapsamında 2012 yılından itibaren bilimsel makalelerin arttığı ve 2015 yılından itibaren de ivme kazandığı elde edilen bir diğer sonuçtur. Çin'in yerel yemek kavramı üzerine gerçekleştirdiği çalışmalarla ilk sırada yer almasının yanında İspanya ve Amerika'nın da sırasıyla Çin'i takip ettiği ve bilimsel yayın üretme konusunda dikkat çektikleri ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Yemek, Turizm, Turist, Bibliyometrik Analiz

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, İzmir, Türkiye, orcid.org/0000-0002-0033-4110, cigdem.mutlu@deu.edu.tr



## BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON LOCAL FOOD

### ABSTRACT

Local food is an actor that reveals the identity, culture and lifestyle of a destination, region. Today, it seems that individuals travel to experience it, including the production process of local dishes. In this study, it is aimed to make a bibliometric analysis in terms of how, where, when and by whom the concept of local food is examined by the literature, their relationship with each other or the concepts that come to the forefront. The universe of the study is determined as Web of Science database and within this framework, a total of 323 scientific articles consisting of 175 different sources and 680 authors constitute the sample volume. Analyses that will reveal the relationships between journals, authors, frequently used keywords, citation status and the countries where the publications are made were carried out through bibliometric analysis. As a result of the study, it was revealed that the concept of local food has a history of at least twenty-four years, although its historical process does not date back to ancient times. In addition, it is another result obtained that scientific articles have increased since 2015 and gained momentum since 2019 within the scope of local food. In addition to China being in the first place with its studies on the concept of local food, it has been revealed that Spain and America follow China respectively and draw attention to producing scientific publications.

**Keywords:** Local Food, Tourism, Tourist, Bibliometric Analysis

### GİRİŞ

Günümüzde, değişen yemek anlayışıyla birlikte temel ihtiyaç kapsamından çıkarak turizmin çekici unsuru olmuştur. Yerel yemekler, bir toplumun kimliğini ortaya koyarak bir destinasyonu çekici, cazip hale getirebilmektedir. Bu durum yerel yemekleri turizmin ayrılmaz parçası olmasında önemli bir etkidir. Turizmin bir parçası olan yerel yemekler, bir destinasyonun tanınmasında ve pazarlanmasında da önem arz etmektedir.

Yerel yemek kültürü, soyut kültürel mirasın somut bir yansıması olarak bilinmektedir. Geçmişten günümüze kadar olan süreçte toplumla bütünleşmiş, yaşamış bir kültür olarak turizmin ayrılmaz bir parçası olmayı başarabilmiştir (Acar, 2016). Yiyecek-içecek davranışlarının turizmin en dinamik, en yaratıcı kısımlarından biri olarak turizm deneyiminin odak noktasına yerleşmiştir. Turistlerin çoğu için yerel yemek tüketiminin turizm faaliyetlerinde deneyim kazanmasında oldukça etkili bir araç olduğu düşünülmektedir. Yerel yemeklerin denenmesi, yerel kültürün tanınmasında önemli bir aktör haline gelmiştir (Meladze, 2015).

Miras turizminin önemli bir bileşeni olarak yemeklerin (Ron & Timothy, 2013) diğer miras bileşenleri (din, dil, müzik, folklor, aile hayatı vb.) üzerindeki izleri de görülmektedir (Timothy, 2016). Yemek temelli miras izleri, bir bölgenin turizm ürünlerini güçlendirmek, ziyaretçilerin deneyimlerini geliştirmek ve yerel

yemeklerin üretimi ve işleme sektörlerinin yaşayabilirliğini korumaya, geliştirmeye yardımcı olmak da dahil olmak üzere bölgeler için olumlu ekonomik ve sosyal faydalar sunabilir (Boyne vd., 2003). Bu doğrultuda, turistik destinasyon tercihinde yerel yemek kültürü turistin seyahat motivasyonunu etkileyebilmektedir. Turistlerin seyahat motivasyonları değerlendirildiğinde, gastronomi ve turizm arasındaki ilişkinin ortaya çıktığı söylenebilir. Bu durumun sebebi ise gastronominin sadece yeme içme temel ihtiyacını karşılayan bir ürün olmaktan çıkarak, doğrudan bir turistik motivasyon aracı olması şeklinde ifade edilebilmektedir (Acar, 2016)

Konaklama, seyahat, turistik destinasyonlar, faaliyetler gibi yemek de turizm ürününün temel ve önemli bir unsuru haline gelmiştir. Turistlerin ziyaret ettiği bölgenin yerel yemeklerinin hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması süreçlerini içeren gastronomi (Polat, 2020) ve turizm arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır (Serçek, 2018). Yemek amacıyla gerçekleştirilen turizm faaliyetlerin mevcut kültürel tüketim eğilimleriyle ortak olan yöre, bölge, deniz, yerel ürün, yerel kültür, özgünlüğü temel alan etik ve sürdürülebilir değerlerin üzerinde durmayı içerdiği söylenebilir. Bir destinasyondaki yerel yemekler, turistlere fiziksel, kültürel, sosyal ve prestij deneyimi getirerek katkı sağlayabilmektedir. Diğer bir deyişle, yerel yemekler destinasyon pazarlaması için oldukça önemli bir role sahiptir ve turistik yerlerin marka imajı oluşturabilmesinde stratejik bir unsurdur (Meladze, 2015) Ayrıca, yerel malzemelerin, bölgesel yemek hazırlama tekniklerinin ve belirli kişi ve yerlerle ilişkili yemeklerin tedarik edilmesi turizm için güçlü bir tanıtım ve pazarlama aracı olmasında önem arz etmektedir (Ramshaw, 2016).

Yerel yemek kavramı ivme kazanan, farklı şekillerde ortaya çıkan ve gelişmekte olan bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, yerel yemek kavramı kapsamında yapılan bilimsel yayınların incelenerek ve irdelenerek hangi konuların ağırlıklı olduğu, yerel yemek konusunda hangi yazarların uzman olmaya başladığı, bahsi geçen konu ile ilgili ortaya çıkan ülkelerin hangileri olduğu veya alana sağlanan katkının ne kadar olduğu çerçevede verilerin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu konular dahilinde yerel yemek kavramının yorumlayıcı bir şekilde incelenmesi bibliyometrik analiz aracılığı ile yapıldığı bilinmektedir. Ayrıca, bu çalışmada, araştırmaya konu olan kavramların yoğun olarak hangi değişkenler üzerinden değerlendirildiği ve hangi değişkenler bakımından gizli kalan bilgilerin olduğunu da bütüncül bir yaklaşımla ortaya koyabilmesi sebebiyle “Yerel Yemek” kavramı dahilinde bibliyometrik analiz çerçevesinde inceleme gerçekleştirilmektedir.

### **YEREL YEMEK İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR**

Zhang vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada yerel yemek ve sürdürülebilir turizm deneyimi özgünlük, kalite ve sadakat açısından değerlendirildiği gözlemlenmektedir. Çalışmada özgünlükle kalitenin müşteri memnuniyet ve sadakati için oldukça önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Choe ve Kim (2018), turistlerin yerel yemek tüketim değerinin, turistlerin yerel yemeklere yönelik tutumları, destinasyon

imajı, yerel yemekleri önerme niyeti ve gastronomi turizmi için destinasyonu ziyaret etme niyeti üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında turistlerin tutumlarını etkili bir şekilde açıkladıkları bulgulara ulaşmışlardır.

Turistlerin, özgünlük, seyahat motivasyonu, memnuniyet, özgünlük konularında yerel yemeklere karşı tutumlarını ele alan Morris vd. (2020) turistlerin yerel yemeklere karşı tutumlarıyla seyahat motivasyonu arasında etkili ve açık bir ilişki olduğunu, aktif olarak içerisinde yer aldıkları otantik bir yemek deneyimi yaşamak istediklerini, destinasyonların kendilerine özgü yemeklerini ve yerel yemeklerin deneyimsel değerini vurgulamalarına yönelik tespitlerde bulunmaktadır. Gonda vd., (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada turistlerin yerel ürünlere olan ihtiyaçları ve bölgesel turizm hizmetlerinde yerel yemeklerin rolü değerlendirilmektedir. Yerel ürünlerin turizmde önemli bir rol oynadığı, çoğu turistin seyahatleri boyunca yerel ürünlerle ilgilendikleri, keyifle satın aldıkları ve yerel ürünlerle yapılmış geleneksel, bölgesel yemeklerin destinasyonları cazibe merkezi haline getirdiğini ortaya koymaktadırlar.

Turizm pazarlarının özellikle de yerel mutfakların karşılaşılan zorluklar üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada Kan vd. (2022), devletlerin daha fazla turist çekmek için nostaljik bir estetiğe sahip destinasyon imajının ve destinasyon pazarlamacılarının, mobil seyahat uygulamaları gibi turistler için anında etkileşim mekanizmaları oluşturulmasının önemini vurgulamaktadır. Mohammad vd., (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kültürel miras olarak yerel yemek tüketiminin turistlerin davranışsal niyetleri, algılanan destinasyon imajını etkileyen faktörler, deneyimsel değer ve aralarındaki ilişki değerlendirilmektedir. Yerel yemek tüketim değerinin turistlerin algıları ve davranışları üzerinde önemli olduğu ve bu durumda özellikle kültürel miras olarak yerel yemeklerin ve turizmin tanıtımına katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Yerel yemek üzerine yapılan bilimsel çalışmalarda turist memnuniyeti, turist davranış, algı ve motivasyonları, turist deneyimleri, seyahat motivasyonu, yerel yemeklerin pazarlanması gibi konulara odaklanıldığı belirlenmiştir.

## **YÖNTEM**

Bu çalışmanın amacı “yerel yemek” kavramı kapsamında bibliyometrik analiz kullanılarak bütüncül bir bakış açısıyla alanyazını incelemektir. Bibliyometri, yayınlanmış olan kitap, dergi ve diğer haberleşme araçlarının istatistiksel ve matematiksel tekniklerle incelenmesinde uygulanan bir yöntem olarak açıkladığı görülmektedir (Pritchard, 1969). Bibliyometrik yöntemler özellikle hem bilimsel hem uygulamalı alanlarda, araştırma değerlendirme metodolojisinden ayrı tutulamaz bir unsurdur. Bibliyometrik analiz, yazılı yayınların nicel analizlerinin sağlanması için kullanılan bir yöntem olarak tanımlanabilmektedir (Ellegaard ve Wallin, 2015). Bibliyometrik çalışmalar ağırlıklı olarak bilimsel alanlara uygulanmış olup, temelde bir disiplin içindeki bilimsel yayın ile ilgili yazar, başlık, konu, atıflar vb. gibi çeşitli

meta veri unsurlarına dayandığı belirlenmiştir (Hussain vd., 2011). Bibliyometrik çalışmalar, akademik literatürü analiz etmek için istatistik kullanımıyla karakterize edilmektedir (Ruhanen vd., 2015). Bibliyometri, bir makalenin belirli bir çalışma alanı üzerindeki etkisini ölçmeye yardımcı olabilecek alıntılarının analizini ve bir derginin alandaki önemini değerlendirmekle ilgili kriterleri kapsamaktadır. En basit şekliyle ise atıfların ve yayınların nicel analizlerini içermektedir (Berger ve Baker, 2014). Bir başka tanımda ise atıf analizi, ortak atıf analizi ve içerik analizi gibi teknikler kullanılarak yaygın olarak üstlenilen bilimsel ilerlemeyi ölçmek için akademik literatürün sistematik nicel analizi olarak ifade edilmektedir (Ramos-Rodríguez & Ruiz-Navarro, 2004; Shilbury, 2011; Van Raan, 2004).

Bibliyometrik veya nicel çalışmalar olarak da bilinen yayın örüntüleri çalışmaları, bilimsel üretkenliğin, eğilimlerin, farklı disiplinlerdeki araştırmalara vurgu yapılmasının ve araştırmacıların yayın çıktılarında tercihlerinin fayda sağlayacak göstergeleri olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, bu tarz çalışmaların sonuçlarının, araştırma yönetimi ile planlamasında karar verme konusunda, koleksiyon geliştirmede ve kütüphanelerde kullanılmasında çok yarar sağlayabileceğine de vurgu yapılmaktadır (Jacobs, 2001). Temel bibliyometrik çalışmalar, bir araştırma alanının atıf analizini kullanır. Seçilen analiz birimine bağlı olarak bir araştırma alanının farklı yönleri analiz edilebilir (Dzikowski, 2018).

Bibliyometrik analiz, havayolu işletmeciliği (Tanrıverdi ve Durak, 2022), girişimcilik (Kiyomi vd., 2022), konaklama işletmeciliği (Han vd., 2022), sürdürülebilir turizm (Alonso-Muñoz vd., 2022) dijital turizm ((Kalia vd., 2022), pazarlama (Akbari vd., 2022), sürdürülebilir kalkınma (Ma vd., 2022), yenilenebilir enerji (Rosokhata vd., 2021), jeoturizm (Herrera-Franco vd., 2021), turizm ve otel işletmeciliği (Khan vd., 2021) işletme yönetimi (Mukherjee vd., 2022) gibi birçok farklı alanda kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bibliyometrik analiz, bütüncül bakış açısıyla bir olayı veya kavramı görebilme, değerlendirebilme veya inceleyebilme konusunda önemli bir aktör olarak ifade edilebilir.

### **VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ**

Yerel yemek üzerine yayınlanan bilimsel makalelerin bibliyometrik analizi aracılığıyla incelemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada veri toplamak için Web of Science (WOS) veri tabanı kullanılmaktadır. Bahsi geçen veri tabanı üzerinden “yerel yemek”, “turizm”, “turist” kapsamında gerçekleştirilen bilimsel yayınlara ilişkin çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. WoS veri tabanında öncelikli olarak “local food” olgu ile tarama yaparak çalışmanın amacına yönelik veriler elde edilmek hedeflenmiştir. Bununla birlikte dil kısıtı (sadece İngilizce) ve doküman türü (makale) kısıtı getirilerek arama tarama yapılmıştır. Dil ve doküman türü kısıtı getirilmeden önce elde edilen “local food”, “tourism”, “tourist” ile ilgili 1998-2022 yılları arasında olmak üzere toplamda 294 farklı kaynak ve 923 yazardan oluşan toplamda 406 bilimsel yayına ulaşılmıştır.

Bibliyometrik analizi yapmak amacıyla bu çalışmada R yazılımı kullanılmıştır. Bibliometrix paketi üzerinde veriler analiz edilmeden önce çalışmaya getirilen dil ve doküman türü ilgili kısıtlamalar yeniden uygulanmış sonuç olarak 1998-2022 yılları arasında yayımlanan, 175 farklı kaynak ve 680 yazardan oluşan toplamda 323 bilimsel makale analize tabi tutulmuştur. Çalışma amacına ulaşabilmek amacıyla araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir.

#### Araştırma Soruları

1. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel çalışmalara yönelik genel bilgiler nelerdir?
2. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?
3. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı, anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımı ne şekildedir ve anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları nasıl görünmektedir?
4. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerde atıf alma durumları, dergilerde yıllara göre üretim miktarları ne şekilde sıralanmaktadır ve dergi birlikte atıf ağı nasıl görünmektedir?
5. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yazarlarına ilişkin atıf alma durumu ne şekildedir ve ortak atıf ağı nasıl görünmektedir?
6. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı ülkelere ilişkin dağılım ne şekildedir?
7. WoS veri tabanında yerel yemekler konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri ne şekildedir?

#### BULGULAR VE YORUM

Yerel yemekle ilgili İngilizce olarak yazılmış bilimsel yayınların makaleler bakımından Dünya ölçeğinde sergiledikleri yayımları ortaya koymak için bibliyometrik analiz vasıtasıyla derinlemesine inceleme yapmak amaçlanmaktadır. Bu çerçevede oluşturulan araştırma sorularına dair ele geçen bulgular aşağıda sırasıyla verilmektedir.

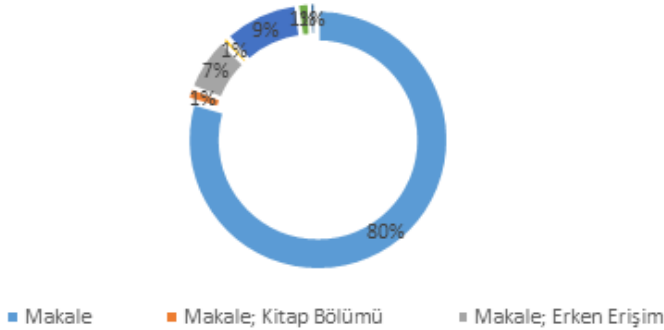
#### Yerel Yemek Çalışmalarının Genel Durumu

Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel çalışmalara dair genel bilgiler Tablo 1 ve doküman türlerini kapsayan bilgiler Şekil 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Genel Bilgiler

Tanım	Sonuçlar
<b>VERİ HAKKINDA ANA BİLGİLER</b>	
Zaman aralığı	1998:2022
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vb.)	119
Belgeler	294
Yıllık büyüme oranı%	17,3
Belge Ortalama Yaşı	3,89
Doküman başına ortalama alıntı	26,39
Referanslar	13150

<b>BELGE İÇERİĞİ</b>	
Anahtar Kelimeler Artı (Kimlik)	581
Yazarın Anahtar Kelimeleri (DE)	1036
<b>YAZARLAR</b>	
Yazarlar	680
Tek yazarlı dokümanların yazarları	49
<b>YAZARLAR İŞBİRLİĞİ</b>	
Tek yazarlı dokümanlar	56
Doküman için Ortak Yazarlar	2,64
Uluslararası ortak yazarlar%	32,31
<b>DOKÜMAN TÜRLERİ</b>	
Makale	323
Makale; Kitap Bölümü	6
Makale ; Erken Erişim	27
Makale ; Bildiri	3
Bildiri	38
Derleme	6
Derleme; Erken Erişim	3

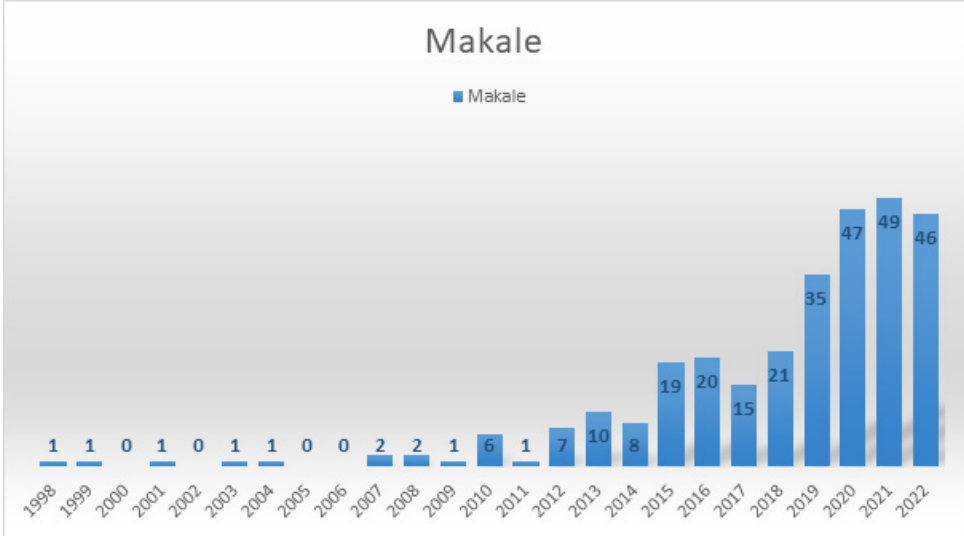


Şekil 1: Doküman Türleri

Tablo 1'e bakıldığında yerel yemek ile ilgili çalışmaların 1998 yılı itibariyle gerçekleşmeye başladığı görülmektedir. Bu kapsamda bahsi geçen çalışmalar 1998 ile 2022 yılları arasında yer almaktadır. Yerel yemekle ilgili son yirmi dört yılda 406 bilimsel çalışma yapıldığı ve bu çalışmaların 323 bilimsel makale türünde gerçekleştiği belirlenmiştir. Bilimsel çalışmaların yıllık büyüme oranına bakıldığında ise % 17,3 olduğu görülmektedir. Buna istinaden, yıllık büyüme oranı doğrultusunda bu alanda yapılan çalışmaların artışı dikkat çekmektedir ve atıfların ise 26,39 olduğu belirlenmiştir.

#### Yerel Yemek Bilimsel Makalelerinin Yıllara Göre Dağılımı

Tablo 2'de uluslararası ölçekte yapılan yerel yemek çalışmalarının yıllara göre dağılımı görülmektedir.

**Tablo 2: Bilimsel Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı**

Yerel yemek ile ilgili 1998 yılı içerisinde 1 ve 1999 yılı içerisinde 1 olmak üzere bu iki yılda toplamda 2 makalenin gerçekleştiği Tablo 2’de görülmektedir. 2007 yılına kadar olan süreçte ise yerel yemek ile ilgili çalışmaların hiç yapılmadığı veya 1 makale olarak gerçekleşen yılların olduğu belirlenmiştir. 2007 ve 2008 yılları içerisinde ise makale sayılarının 2’ye çıkmasına rağmen takip eden yılda yeniden düşüş yaşadığı belirlenmiştir. 2010 yılı içerisinde söz konusu çalışmalar ile ilgili gözlenen artış bir sonraki yıl düşüşe geçmiş olup, özellikle 2012 yılından itibaren başlayan süreçte artışa geçerek 2015 yılı itibariyle ivme kazandığı, çalışma sayılarının arttığı görülmektedir. 2021 yılı itibariyle toplamda 49 ile çalışmaların en yüksek sayıya ulaştığı belirlenmiştir. Tablo 2’ye göre 2022 yılı içerisinde toplam 46 çalışmanın yapılmış olması yerel yemek ile ilgili çalışmaların araştırılmaya devam edildiğinin bir göstergesi olduğu söylenebilmektedir.

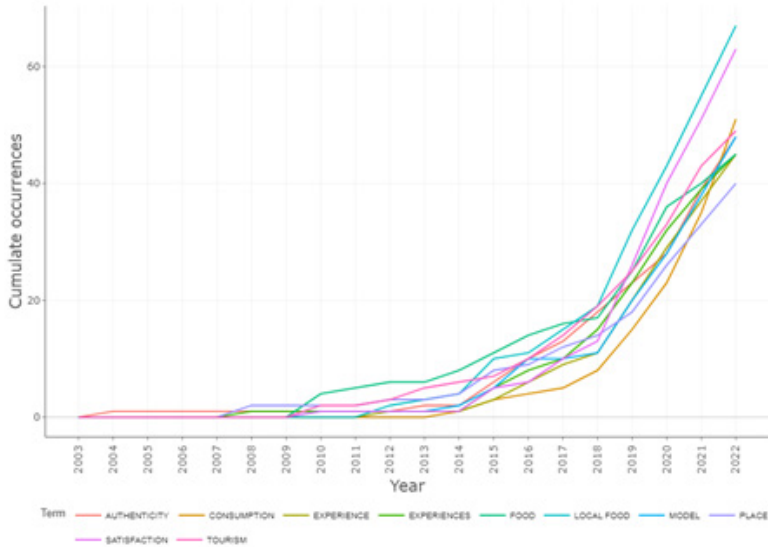
### **Yerel Yemek Bilimsel Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimelerin Dağılımı, Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Kullanımı ve Anahtar Kelimelerin Birlikte Oluşum Ağları**

Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelere dair dağılımı ve öne çıkan anahtar kelimeleri belirlemek için kelime bulutu oluşturulmuştur.



Şekil 2: Anahtar Kelime Bulutu

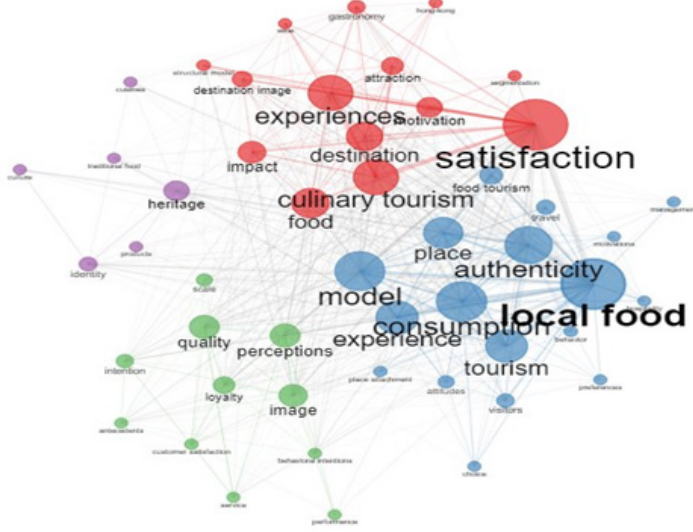
Yerel yemek ile ilgili bilimsel makaleler çerçevesinde yapılan çalışmaların toplam 501 anahtar kelimedenden oluştuğu belirlenmiştir. Anahtar kelimeler, makalelerin amaçlarını, değişkenlere dair kısıtlarını ve kapsamalarını aktaran kodlar olarak görülmektedir. Bu bağlamda, belirli konularla ilgili özel bir araştırma yapmayı ve araştırılan konuya erişmeyi daha kolay hale getirmektedir. Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerde Şekil 2’ye göre en sık kullanılan anahtar kelimelerin “local food”, “satisfaction”, “consumption”, “tourism”, “authenticity”, “model”, “experience”, “experiences”, “food” ve “place” olduğu görülmektedir.



Şekil 3: Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 3'te yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin yıllara göre dağılımları yer almaktadır. Şekil 3'e göre son yıllarda "experiences", "tourism", "satisfaction" ve "consumption" anahtar kelimelerinin kullanımının ivme kazandığı görülmektedir.



Şekil 4: Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı

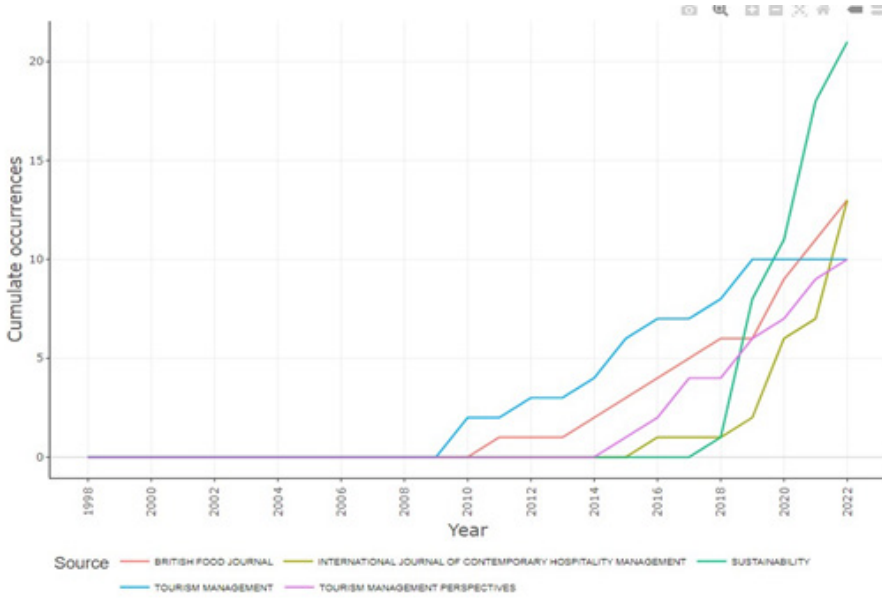
Şekil 4'te yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelere dair anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağı görülmektedir. Şekil 4'e bakıldığında yerel yemek çerçevesinde yapılan çalışmaların anahtar kelime kapsamında incelendiğinde odak noktası olan, öne çıkan tek bir anahtar kelimenin olmadığı belirlenmiştir. Anahtar kelime oluşum ağı incelendiğinde "local food", "satisfaction" ve "experiences" kavramlarının yoğunluk gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, turizm, deneyim, tüketim, yer, yerel yemek gibi kavramlar anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağında bir grup olarak değerlendirilirken, destinasyon imajı, memnuniyet, destinasyon, çekicilik kavramlarının farklı bir ağ ortaya koyduğu belirlenmektedir. Kalite, algı, niyet, imaj, sadakat kavramları açısından bakıldığında ise farklı bir anahtar kelime birlikte oluşum ağı oluşturduğu görülmektedir.

## Yerel Yemek Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Dergilerde Atıf Alma Durumları, Dergilerde Yıllara Göre Üretim Miktarı Dağılımı ve Dergi Birlikte Atıf Ağı

Tablo 2: Dergilerde Atıf Alma Durumu

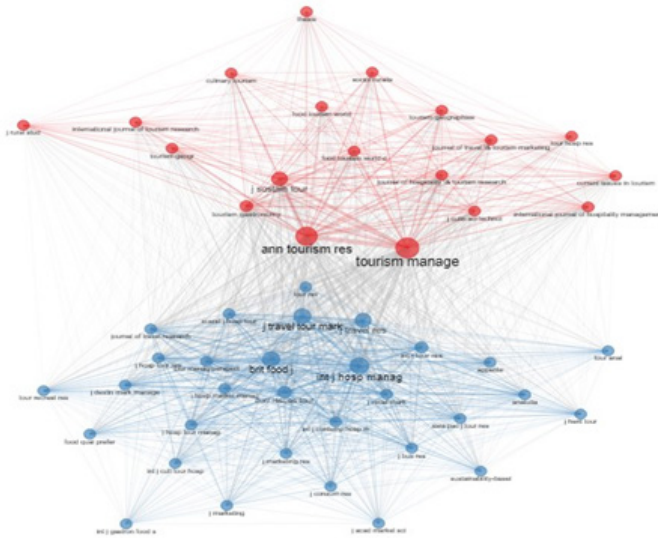
Dergi	Atıf Sayısı
Tourism Management	1354
Annal Tourism Research	886
International Journal of Hospitality Management	508
British Food Journal	360
Journal Of Travel Research	319
Journal of Travel & Tourism Marketing	308
Journal of Sustainable Tourism	302
Current Issues Tourism	237
Journal Of Travel Research	232
International Journal of Contemporary Hospitality Management	210

Tablo 2 yerel yemek çerçevesinde yayınlanan makalelerin, yayınlandığı dergilerde atıf alma durumunu ortaya koymaktadır. Yerel yemek kapsamında toplam olarak 119 farklı derginin bulunmasıyla birlikte Tablo 2’de 10 derginin atıf durumu gösterilmektedir. Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerin yayınlandıkları dergilerdeki atıf alma durumları incelendiğinde atıfı en çok alan çalışmaların “Tourism Management” dergisinde yayınlandığı görülmektedir. Ayrıca, Tablo 2’ye bakıldığında “Annals Tourism Research”, “International Journal of Hospitality Management”, “British Food Journal”, “Journal Of Travel Research”, “Journal of Travel & Tourism Marketing” dergilerindeki çalışmaların sırasıyla atıf alma sıklığı olduğu görülmektedir. Tablo 2’ye bakıldığında yerel yemek kapsamında yapılan bilimsel makalelerin yayınlandığı ilk on dergi değerlendirildiğinde, bahsi geçen dergilerin sosyal bilimler alanında ve yoğun olarak turizm alanında yayın yapan dergileri kapsadığı görülmektedir.



Şekil 5: Dergilerin Yıllık Üretim Dağılımları

Şekil 5'in dergilerin yıllık üretim dağılımları hakkında bilgi verdiği görülmektedir. Şekil 5'e göre dergilerin yıllık üretim miktarları değerlendirildiğinde 2018 yılından itibaren "Sustainability" dergisinin ilk sırada olduğu belirlenmektedir. 2019 yılı itibariyle değerlendirildiğinde "British Food Journal" dergisinin 2. sırada olduğu gözlenmektedir. 2021 yılına bakıldığında da "International Journal Of Contemporary Hospital Management" dergisinin üçüncü sırada bulunmaktadır.



Şekil 6: Dergi Birlikte Atıf

Şekil 6'da yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atıf ağına ilişkin görseli yer almaktadır. Yerel yemek kapsamında yapılan bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin atıf ağlarına bakıldığında ise 2 kümenin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda, 1. Küme (Kırmızı) ve 2. Küme (Mavi) düğüm büyüklükleri oldukça büyük olduğu tespit edilmiştir.

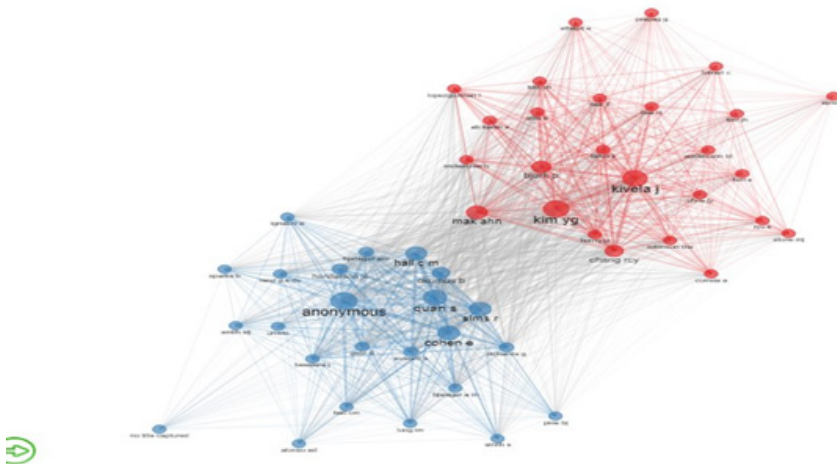
### Yerel Yemek Yayınlanmış Bilimsel Makalelerin Yazarlarına İlişkin Atıf Alma Durumu ve Ortak Atıf Ağı

Tablo 3'te yerel yemek çerçevesinde yer alan bilimsel makalelerin atıf olarak alanyazına katkı veren ilk on yazar görülmektedir.

**Tablo 3:** Yazar Atıf Alma Durumu

Yazar	Atıf Sayısı
Sims R.	98
Eves A.	85
Kim Y.G.	85
Kim S.	67
Park E.	58
Ellis A.	47
Yeoman I.	47
Bjork P.	46
Aitchison C.	37
Everett S.	37

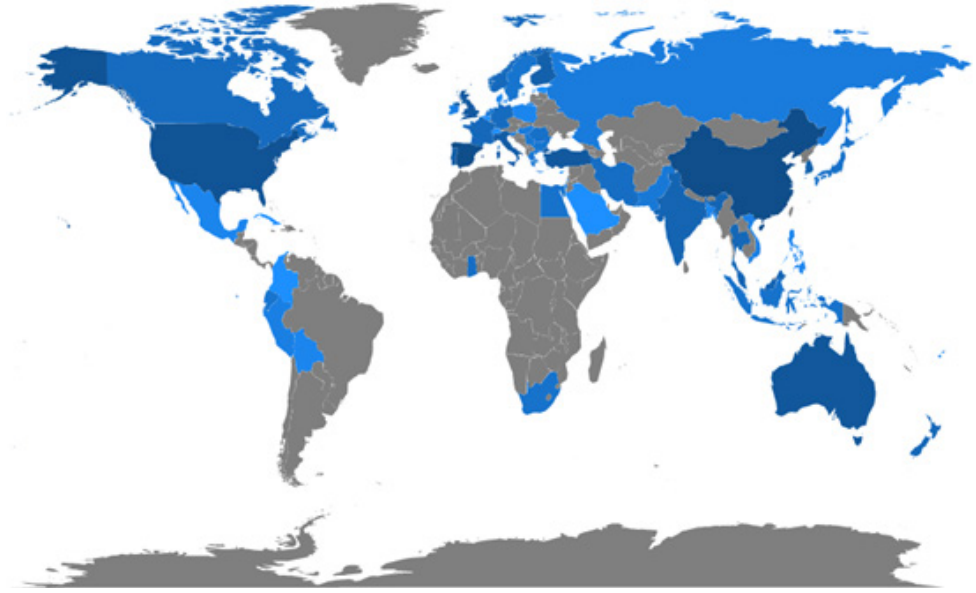
Yerel yemek kapsamında atıf alan bilimsel makalelerin yazar isimleri ve eserlerinin atıf sayısı Tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3'e göre yerel yemek kapsamında yaptıkları bilimsel makalelerde en fazla atıf alan yazarlar sırasıyla "Sims, R.", "Eves, A." ve "Kim, Y.G" olduğu görülmektedir.



**Şekil 7:** Yazar Birlikte Atıf Ağı

Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerin yazarlarına dair yazar birlikte atıf ağı Şekil 7'de verilmektedir. Bu doğrultuda yazar birlikte atıf ağının 2 kümeden oluştuğu görülmektedir. 1. Kümede (Kırmızı) Kivela, J., Kim, Y.G. ve Mak, A.H.N. gibi yazarlar ön planda yer almaktadır. 2. Kümede (Mavi) Quan, S., Cohen, O. Hall, C.M., Sims R. ile anonim çalışmaların yazarlarının ön planda yer alarak dikkat çekmektedir.

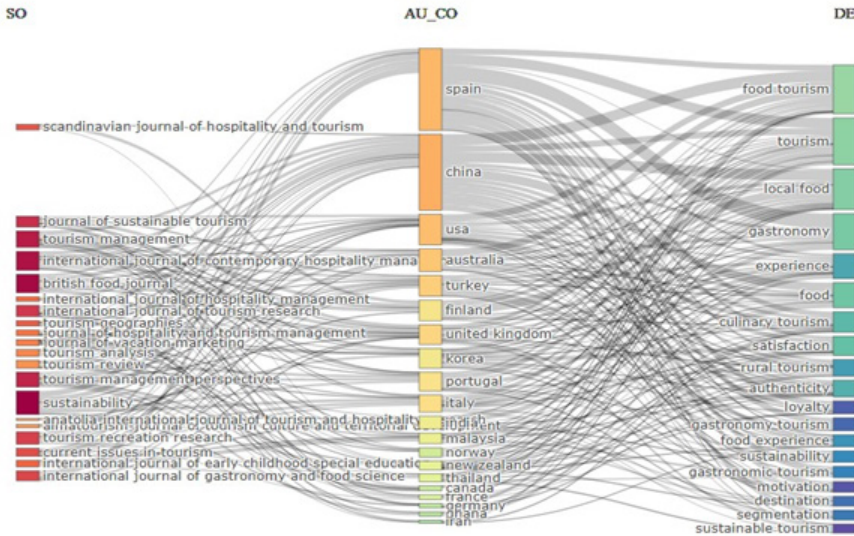
### Yerel Yemek Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Ünelere İlişkin Dağılım



Şekil 8: Ünelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Ünelere göre bilimsel üretim dağılımı, diğer bir deyişle, yerel yemek kapsamında yapılan bilimsel makalelerin ülkeler bakımından nasıl bir dağılım gösterdiğine dair görsel Şekil 8'de görülmektedir. Bu doğrultuda Çin 128 bilimsel makale ile ilk sırada yer almaktadır. Çin'i takip eden ülkenin ise 122 bilimsel makale ile İspanya olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, diğer bilimsel makale ortaya koyan ülkeler sırasıyla Amerika (78), Avustralya (60), İngiltere (51) şeklinde ülkelere göre bilimsel dağılım gösterdiği belirlenmiştir. İngiltere ile aynı sayıda bilimsel makale üretim dağılımında Türkiye'nin (51) de sıralamada yer aldığı belirlenmiştir.

## Yerel Yemek Bilimsel Makalelerin Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime İlişki Durumu



Şekil 9: Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime Üçlü Alan Grafiği

Şekil 9'da yerel yemek kavramı çerçevesinde ortaya koyulan bilimsel makaleler, dergi, ülke ve anahtar kelimeler anlamında oluşturulan üçlü alan grafiği verilmektedir. Bu bağlamda, dergi bilgileri sol alanda, yazarların ülke bilgileri orta alanda ve anahtar kelimeleri içeren bilginin ise sağ alanda yer aldığı görülmektedir. “Sustainability” dergisinde yerel yemek kapsamında yapılan bilimsel makalelerin sık olarak yayınlandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte “food tourism”, “tourism” ve “local food” kavramlarının yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir.

### SONUÇ VE TARTIŞMA

Yerel yemek, kültürel mirasın bir parçası olarak destinasyonların kalkınmasında stratejik bir araç olarak dikkat çekmektedir. Değişen turist algıları doğrultusunda seyahat motivasyon kaynağı olarak turizmin önemli parçalarından biri haline geldiği bilinmektedir. Ayrıca, yerel yemek, gidilen destinasyonun ekonomik, sosyal anlamda da kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, turistlerin farklı arayışları sonucu turizmin kilit unsuru olan yerel yemek destinasyon pazarlamasında aracı rolü üstlenmektedir. Bu bağlamda, yerel yemek kavramının çalışmada değerlendirilen, irdelenen ve analiz edilen veriler doğrultusunda gelişime açık olduğu ve gelişiminin giderek daha da ivme kazandığı görülmektedir. Bu durum WoS veri tabanında yapılan analizler sonucunda özellikle 2012 yılından sonra çalışmaların yükselen bir grafik gösterdiği ortaya çıkmaktadır.

Yerel yemek ile ilgili 1998 ile 2022 yılları arasında 406 bilimsel çalışma yapıldığı ve bu çalışmaların 323'ü ise bilimsel makale türünde yapıldığı tespit

edilmiştir. Bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımlarına bakıldığında 2012 yılından sonra artmaya başlayan yayın sayılarının özellikle 2015 yılından sonra hız kazandığı belirlenmiştir. Ayrıca, yerel yemek kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerde en yoğun kullanılan anahtar kelimelerin memnuniyet, turizm, deneyim, destinasyon, tüketim olduğu tespit edilmiştir. Anahtar kelime oluşum ağı değerlendirildiğinde ise yerel yemek, turizm, tüketim konuları birlikte ele alınırken, destinasyon imajı, memnuniyet, destinasyon, çekicilik konularının da birlikte değerlendirildiği görülmektedir.

Yerel yemek ile ilgili bilimsel makalelerin aldıkları atıfların en yoğun görüldüğü derginin *Tourism Management* olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte dergilerin birlikte atıf alma durumlarına bakıldığında toplamda iki kümenin ortaya çıkmıştır. Bu kümelerdeki en büyük düğüme sahip olan dergilerin “*Tourism Management*” ve “*Annal Tourism Research*” olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu dergileri düğüm büyüklüğü açısından “*International Journal of Hospitality Management*”, “*British Food Journal*” ve “*Journal of Travel Research*” takip etmektedir.

Yerel yemek çerçevesinde yapılan bilimsel makalelerin yazarları arasından “Sims, R.” 98 atıf ile en çok atıf alan yazar olarak ilk sırada yer almaktadır. Bu yazarı, Eves, A. ile Kim, Y.G. 85 atıf ile takip ettiği belirlenmiştir. Yazarların atıf alma durumları incelediğinde yerel yemek ile ilgili konulara ilginin olduğu söylenebilmektedir. Yerel yemek ile ilgili yapılan çalışmaların ülkelere göre dağılımında ilk sırada Çin’in (128) yer aldığı görülmektedir. Çin ile birlikte İspanya (122), Amerika (78), Avustralya (60) diğer ön plana çıkan ülkeler olarak belirlenirken Türkiye’nin (51) de bu sıralama da yer aldığı tespit edilmiştir. Dergi, ülke ve anahtar kelimeler kapsamında yayın yapılan çalışmalar birbiriyle olan durumlarına bakıldığında yerel yemek ile ilgili kavramların konu edildiği tespit edilmiştir. Türkiye ise deneyim, yemek gibi unsurlara değindiği yapılan analizler ortaya çıkmıştır. Yapılan yayınların en fazla olduğu derginin *Sustainability* ve anahtar kelime olarak ise genellikle yerel yemek, turizm, gastronominin kullanıldığı görülmektedir.

Bilimsel yayınlar doğrultusunda yerel yemek kavramının mevcut durumun belirlenmesi için yapılan bu çalışmanın kısıtı yerel yemek ile ilgili yapılan bilimsel makalelerin WoS veri tabanı üzerinden incelenmesidir. Ayrıca, incelenen bilimsel makalelerin sadece İngilizce dilinde olanların değerlendirilmesi, turizm ve turist kavramları ile kısıtlanarak incelenmesi de çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Söz konusu kısıtlar kaldırılarak veya değiştirilerek farklı veri tabanları üzerinden bibliyometrik analiz aracılığıyla daha detaylı incelemeler yapılabilir. Çalışma konusu ile ilgili yapılacak bilimsel çalışmalara yeni, farklı bir bakış getirebileceği düşünülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (Gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86, <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.8>
- Akbari, M., Foroudi, P., Zaman Fashami, R., Mahavarpour, N., & Khodayari, M. (2022). Let us talk about something: The evolution of e-WOM from the past to the future. *Journal of Business Research*, 149, 663-689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.061>
- Alonso-Muñoz, S., Torrejón-Ramos, M., Medina-Salgado, M. S., & González-Sánchez, R. (2022). Sustainability as a building block for tourism – future research: tourism agenda 2030. İçinde *Tourism Review*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2021-0568>
- Berger, J. M., & Baker, C. M. (2014). Bibliometrics: An Overview. *Rajiv Gandhi University of Health Sciences Journal of Pharmaceutical Sciences*, 4(3), 81-92. <https://doi.org/10.5530/rjps.2014.3.2>
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2003). Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154. [https://doi.org/10.1300/J073v14n03\\_08](https://doi.org/10.1300/J073v14n03_08)
- Choe, J. Y. (Jacey), & Kim, S. (Sam). (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>
- Dzikowski, P. (2018). A bibliometric analysis of born global firms. *Journal of Business Research*, 85, 281-294. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.054>
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact? *Scientometrics*, 105(3), 1809-1831. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1645-z>
- Gonda, T., Angler, K., & Csóka, L. (2021). The Role of Local Products in Tourism. *European Countryside*, 13(1), 91-107. <https://doi.org/10.2478/euco-2021-0006>
- Han, Y., Yang, Y., & Mohamed, R. (2022). A bibliometric analysis of work engagement in the hospitality and tourism industry. İçinde *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0235>
- Herrera-Franco, G., Montalván-Burbano, N., Carrión-Mero, P., Jaya-Montalvo, M., & Gurumendi-Noriega, M. (2021). Worldwide research on geoparks through bibliometric analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1-32. <https://doi.org/10.3390/su13031175>
- Hussain, A., Fatima, N., & Kumar, D. (2011). *Bibliometric analysis of the "Electronic Library" journal (2000-2010) Webology*, 8 (1), 1-9, <https://www.webology.org/abstract.php?id=223>, (E.T.: 17.10.2022).
- Jacobs, D. (2001). *A bibliometric study of the publication patterns of scientists in South Africa 1992-96, with particular reference to status and funding*. Information Research, 6(3), <http://informationr.net/ir/6-3/paper104.html>, (E.T.: 17.10.2022).
- Kalia, P., Mladenović, D., & Acevedo-Duque, Á. (2022). Decoding the Trends and the Emerging Research Directions of Digital Tourism in the Last Three Decades: A Bibliometric Analysis. *SAGE Open*, 12(4). <https://doi.org/10.1177/21582440221128179>
- Kan, T., Hsu, P. Y., & Ku, E. C. S. (2022). Promoting traditional local cuisines for tourists: evidence from Taiwan. *British Food Journal*, 124(8), 2481-2496. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2021-0582>
- Khan, K. I., Nasir, A., & Saleem, S. (2021). Bibliometric Analysis of Post Covid-19 Management Strategies and Policies in Hospitality and Tourism. İçinde *Frontiers in Psychology* (C. 12). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.769760>
- Kiyomi, A., Bayoumi, K., el Din, N. S., Abuhassna, H., & Abdullah Ali, E. (2022). Bibliometric Analysis of Entrepreneurship Education Research from 2012 to 2022. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i11/15646>



- Ma, Z., Hu, C., Huang, J., Li, T., & Lei, J. (2022). Forests and Forestry in Support of Sustainable Development Goals (SDGs): A Bibliometric Analysis. *Forests*, 13(11), 1960. <https://doi.org/10.3390/f13111960>
- Meladze, M. (2015). THE IMPORTANCE OF THE ROLE OF LOCAL FOOD IN GEORGIAN TOURISM. İçinde *European Scientific Journal* (C. 2). <http://georgia.travel/uploads/angarishiweli/eng.pdf>
- Mohammad, N., Hanafiah, M. H., & Zahari, M. S. M. (2022). The influence of heritage food consumption and experiential value on Terengganu's destination image and tourists' behavioural intention. *Journal of Heritage Tourism*. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2022.2110886>
- Morris, S., Dwyer, T., & Mulligan, J. (2020). Destination Management: The Influence of Local Food. *The Irish Journal of Management*, 39(2), 99-112. <https://doi.org/10.2478/ijm-2020-0005>
- Mukherjee, D., Kumar, S., Mukherjee, D., & Goyal, K. (2022). Mapping five decades of international business and management research on India: A bibliometric analysis and future directions. *Journal of Business Research*, 145, 864-891. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.011>
- Polat, M. (2020). YÖRESEL YEMEK İMAJININ DESTİNASYON TERCİHİNE ETKİSİ. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 183-194. <https://doi.org/10.17295/ataunidcd.712430>
- Ramos-Rodríguez, A. R., & Ruiz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. <https://doi.org/10.1002/smj.397>
- Ramshaw, G. (2016). Food, heritage and nationalism. In D.J. Timothy (eds), *Heritage cuisines: traditions, identities and tourism* (53-64). London, NY: Routledge.
- Ron, A. S., & Timothy, D. J. (2013). The land of milk and honey: Biblical foods, heritage and holy land tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 234-247. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.767817>
- Rosokhata, A., Minchenko, M., Khomenko, L., & Chygryn, O. (2021). Renewable energy: A bibliometric analysis. *E3S Web of Conferences*, 250. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125003002>
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. Lee J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978790>
- Serçek, S. (2018). Turistlerin Yerel Yemek Tüketimindeki Motivasyon Faktörlerinin İncelenmesi (Investigation of the Motivational Factors of Local Food Consumption by Tourists). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 463-481. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.319>
- Shilbury, D. (2011). A bibliometric study of citations to sport management and marketing journals. *Journal of Sport Management*, 25(5), 423-444. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.5.423>
- Tanrıverdi, G., & Durak, M. Ş. (2022). A visualized bibliometric analysis of mapping research trends of airline business models (ABMs) from 1985 to 2021. *Journal of Aviation*. <https://doi.org/10.30518/jav.1172121>
- Timothy, D. J. (2016). Heritage cuisines, foodways and culinary traditions. In D.J. Timothy (eds), *Heritage cuisines: traditions, identities and tourism* (1-24). London, NY: Routledge.
- Van Raan, A. F. J. (2004). Sleeping Beauties in science. İçinde *Budapest Scientometrics* (C. 59, Issue 3). Kluwer Academic Publishers.
- Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11(12), 3437. <https://doi.org/10.3390/su11123437>

## 2. BÖLÜM

### GASTRONOMİ VE SOSYAL MEDYA ALANINDAKİ MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Eniser ATABAY<sup>1</sup> ve Leyla ATABAY<sup>2</sup>

#### GİRİŞ

Sosyal medya, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber önemli bir fenomen haline gelmiştir. Özellikle 2000’li yılların başlarından itibaren hayatımıza girmeye başlayan Web 2.0 teknolojileriyle birlikte farklı türlerde insanlığa hizmet eden sosyal medya birçok alana nüfus etmeyi başarmıştır. Ayrıca birçok sektör ve akademik disiplin sosyal medyayı bir araç olarak kullanmaya başlamıştır ya da sosyal medyada iletişimin bir tarafı olmak zorunda kalmıştır. Bu bağlamda gastronomi hem bir akademik disiplin hem de uygulama alanı düzeyinde sosyal medyanın konusu olmayı başarmıştır. Zira sosyal medyanın beraberinde getirdiği dijital dönüşüm, taraflara daha önce hiç sahip olmadıkları kadar demokratik bir ortam sağlamıştır (Onorati ve Giardullo, 2020). Gastronomiyi akademik ya da sektörel düzeyde “üreten” tarafların dijital dönüşüme ayak uydurmalarının yanında tüm toplumsal tarafların da sosyal medyayı bir iletişim aracı olarak kullanmaya başlaması gastronomiye olan ilginin artmasına yardımcı olmuştur. Günümüz şartlarında öncelikli olarak geleneksel medya aracılığıyla sunulsa bile, gastronomik bir değerın ya da eylemin çok kısa sürede sosyal medyada varlık göstermesi kaçınılmazdır. Bu bakımdan gastronominin popülaritesinin arttığı ileri sürülmektedir (Chaney ve Ryan, 2012). Ayrıca gastronomi yalnızca yiyecek ve içeceği tarif eden bir kavram değildir. Deneyim, tasarım, kültür gibi pek çok sosyal ve yapısal bileşene sahiptir. Bu durumdan hareketle “gastronomik” bir olay

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi, eniseratabay@akdeniz.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8481-1086>

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, leylaatabay88@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8098-231X>

ya da olgunun sosyal medyada yer almasının farklı iticileri olduğu düşünülebilir. Gastronomi kavramını besleyen bileşenlerin çokluğu, gastronomi ve sosyal medya araştırmalarının artmasında önemli bir zemin yarattığı görülse de literatür incelendiğinde gastronomik bakış açısıyla yazılmış çalışmaların oldukça az sayıda olduğu anlaşılmaktadır. Turizm ürünü ve hizmetlerine yönelik sosyal medyayı ele alan çok sayıda çalışma mevcuttur (Fong, Lei ve Law, 2017). Ancak gastronomik unsurları bu ürün ve hizmetler kapsamında ele alan çalışmaların sayısının yeterli olmadığı düşünülmektedir (Erdem ve Yay, 2017).

Literatürde gastronomik değerleri sosyal medya aracılığıyla kitlelere aktarmanın tüketicilerle duygusal bir bağ kurmaya olanak tanıyacağını vurgulayan sosyal psikoloji temelli çalışmalar olsa da (Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020), birçok çalışma pazarlama odaklıdır ve bu durum gastronominin akademik araştırmalar bağlamında yeni bir alan olmasıyla açıklanabilir. Gastronominin genç bir akademik disiplin olması sosyal medyanın gastronomik unsurlarla birleştirilmesi için birçok fırsatın olduğuna işaret etmektedir. Bunun yanında literatürdeki büyük boşluk göze çarpmaktadır. Bu boşluktan yola çıkarak alanyazına yönelik kavramsal, sosyal ve entelektüel birikimleri tespit etmek adına bibliyometrik çalışmaların varlığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bibliyometrik çalışmalar bir araştırma alanına yönelik panoramik fotoğraflar sunmasıyla dikkat çekmektedir. Bu fotoğraflar aracılığıyla araştırmalardaki akademik yönelimler, yazarlara ait sosyal ve entelektüel keşifler, alandaki kavramların gelişimi ve yönelimi gibi temel bulgular elde edilmektedir. Ayrıca bu bulgular literatürün genel fotoğrafıyla karşılaştırılarak mevcut araştırmalara yönelik kritikler sunulması ve ileride yapılacak araştırmalara ışık tutulması amaçlanmaktadır.

Kitabın bu bölümünde bibliyometrik analizler yardımıyla gastronomi ve sosyal medya konusunu ele alan çalışmalar incelenmiştir. Web of Science gibi nitelikli veri tabanlarında taranan yayınların panoramik görüntüsünün sunulması amaçlanmıştır. Literatürün neyi, ne şekilde ele aldığı sosyal, kavramsal ve entelektüel düzlemde incelenmiştir. Çalışmanın bu yönüyle gelecekte sosyal medya ve gastronomi konularını birlikte ele alacak araştırmacılara yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## **LİTERATÜR TARAMASI**

Geleneksel medyadan çok daha hızlı ve inovatif bir şekilde gelişen sosyal medyanın 2000'li yılların başından itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak hızla evrildiği gözlemlenmektedir (Shearer ve Mitchell, 2021). Özellikle taşınabilir teknolojilerin ve internetin gelişimi tüketicilerin sosyal medya araçlarını kullanımını oldukça artırmıştır. Mobil uygulamaların yaygınlığı ve gelişiminde gözlemlenen artış turistik ve gastronomik ürünlere erişimi tüketiciler açısından kolaylaştırmıştır (Wang ve Xiang, 2012). Tüketici tarafındaki bu gelişimin literatürü aynı paralellikte etkilediğini söylemek güçtür. Zira yaklaşık 20 yıllık erken bir araştırma geçmişine rağmen sosyal medya araştırmalarının çokluğu

dikkat çekse de sosyal medya ve gastronomi araştırmalarını aynı anda ele alan çalışmalar oldukça eksik ve emekleme sürecindedir.

Literatürde rastlanan az sayıda çalışma kategorik olarak ele alınacak olursa çalışmaların çoğunda sosyal medya kullanımına yönelik tavsiyelere rastlamanın mümkün olduğu görülmüştür. Alonso, Bressan ve Sakellarios (2017) gastronomik ürünlerin pazarlama faaliyetleri için sosyal medyanın önemini vurgulamıştır. Souza Bispo ve Almeida (2020) ise özellikle pazarlama iletişimi kapsamında sosyal medyayı ele almış ve gurmelik müessesesi, ürün farklılaştırma ve müşterilerle iletişim kurmak için sosyal medya aracının kullanımına vurgu yapmıştır. Yu ve Sun 2019 ile Sommit ve Boonpaisarnsatit, (2020) ise sosyal medyayı destinasyon yönetimi bağlamında ele almıştır. Yu ve Sun (2019) Tayvan mutfağının tanıtımı için DMO yöneticilerinin Instagram hesabı aması gerekliliğini vurgularken, Sommit ve Boonpaisarnsatit, (2020) yerel bitkilerin destinasyon pazarlaması kapsamında sosyal medya aracılığıyla tanıtılabileceğini ileri sürmüştür.

Daha önce de belirtildiği gibi kimi araştırmalar sosyal medyanın yalnızca bir pazarlama aracı olmasından öte bir kavram olduğunu ele almıştır. Söz gelimi Onorati ve Giardullo (2020) ise İtalya'daki restoranlara yönelik yorumları 25 aylık bir zaman diliminde analiz etmiş ve yeni sosyal sınıfların ortaya çıkışını aktarmıştır. Söz gelimi sosyal medyanın oynadığı yemek tadına yönelik arabuluculuk süreci ile işelleştirilmiş sosyal sınıf eğilimlerine dayanan bir gastronomik sınıfın ortaya çıkışını ele almıştır. Ayrıca bunların bilinçli yeme kalıplarını etkileyen yeni sosyal sınıfların oraya çıkışını etkilediğini vurgulamaktır. Başka bir örnekten ise şarap imalathanelerinin ticari iletişimden kaçınarak kullanıcılarla farklı iletişim biçimleri geliştirebilecekleri ele alınmıştır. Bu kapsamda sosyal medyanın tüketicilerle duygusal ve deneyimsel bir bağ kurmak adına işlevselliği vurgulanmaktadır (Cristfo vd., 2020).

Çalışmalarda ele alınan sosyal medya platformları incelendiğinde çoğunlukla olarak dünya genelindeki popülaritesi yüksek olan platformların tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca turizm temelli platformların da kullanıldığı tespit edilmiştir. Instagram kullanıcılarının fotoğraf ve video odaklı paylaşımlar yapmalarına olanak sağlayan ve dünya genelinde oldukça popüler olarak tercih edilen bir platform olmasının yanı sıra birçok araştırmacının da ilgi odağı olmuştur (Rejeb vd.,2022). Gastronomi ve sosyal medya kullanımına yönelik çalışmalar da Instagram platformunun da incelendiği anlaşılmaktadır (Yu ve Sun, 2019; Gajic vd. 2020; Yu ve Egger, 2021), Twitter ise en etkin mikro-blog platformu olarak kullanıcıların gastronomik deneyimlerini paylaşmaya olanak sağlayan dünyaca ünlü bir sosyal medya aracıdır (Fust-Forn ve Masip, 2022). Araştırmalarında twitter platformunu inceleyen çalışmalar genellikle gastronomi deneyimini Twitter gönderileri aracılığıyla ele almıştır (Cristfo vd., 2020; Vişan-Ludeņa, ve de Campos, 2021). Spesifik olarak bir seyahat ve turizm aktiviteleri değerlendirme platformu olan

Tripadvisor’da ise restoranlara yönelik yorumlar yer almaktadır. Bu kapsamda turistik destinasyonlarda bulunan restoranların ve yeme içme aktivitelerinin yorumlarını inceleyen Tripadvisor platformu tabanlı araştırmaların da sayısı giderek artmaktadır (Onorati ve Giardullo, 2020).

Sosyal medya platformlarındaki gönderiler genellikle metin verileri içerse de platformlarda farklı içerik türlerine de rastlanmaktadır. Yapılan bazı araştırmalar görsel verilerin yorumlardan daha fazla bilgi barındırabileceğini iddia etmiştir (Li, Huang, ve Christianson, 2016). Bu platformlardaki metin tabanlı gönderiler dışında kalan zengin içerikler (fotoğraf, beğeni, video, emoji vb.) farklı çalışmaların araştırma konusu olmuştur (Viñán-Ludeña, ve de Campos, 2021; Yu ve Egger, 2021). Literatürdeki önemli boşluklardan biri de bu içeriklerin etki türü ve düzeylerinin ölçümüne yönelik araştırmalardır. Ayrıca platformlarda gönderilerin biçimsel türlerine ek olarak içerik türleri de farklı olabilmektedir. Söz gelimi kimi çalışmalar şarap (Cristófo vd., 2020) ve bira (Alonso vd., 2017) gibi alkol tabanlı gastronomik ürünlere yönelik içerikleri ele alırken kimi çalışmalar aromatik bitkiler (Sommit ve Boonpaisarnsatit, 2020) ve sokak yemeklerine (Fusté-Forné, 2021, Wiatrowski vd., 2021), yönelik içerikleri ele almıştır. Bu kitap bölümünün bir sonraki başlığında literatürdeki mevcut durumunun nasıl resmedeceğini açıklanacaktır.

## YÖNTEM

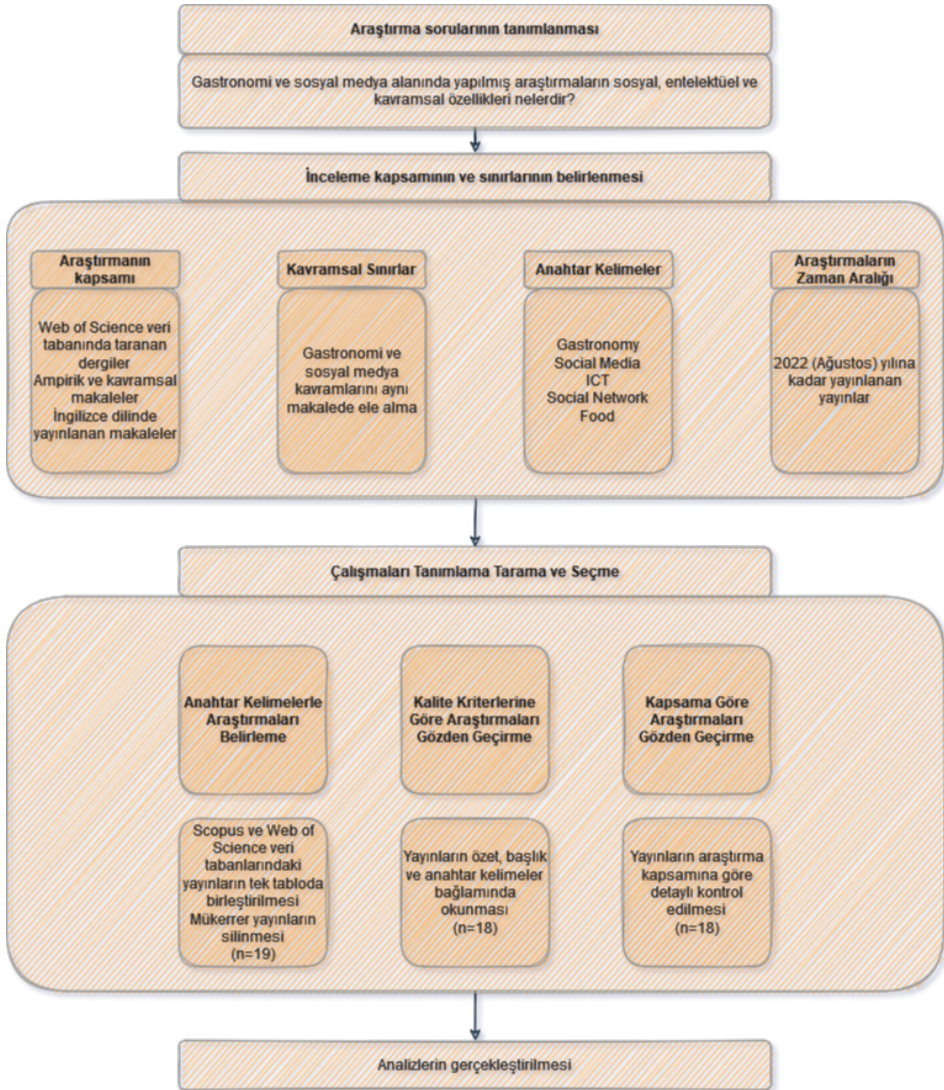
Bu çalışmada bibliyometrik analiz teknikleri tercih edilerek literatürün kavramsal, betimsel ve sosyal bir tasvirini sunulmaya çalışılmıştır. Bibliyometrik analiz bir araştırma literatürünün gelişimin durumunu ortaya koymak adına sıklıkla tercih edilen bir araştırma yöntemidir (Güzeller ve Çeliker, 2018). Bu yöntem yardımıyla, yazar, dergi, araştırma alanlarına yönelik bir literatür bütününe ya da parçasını ele almak mümkündür. Ayrıca bibliyometrik analizler hem nicel tabanlı istatistik teknikleri kullanabilirken, hem de nitel tematik kategoriler ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir (Saab vd. 2019). Çalışma kapsamında R istatistik programında yer alan paketlerden biri olan bibliometrix (Aria ve Cuccurullo, 2017) tercih edilmiştir. Ayrıca bu paketin shiny uygulaması kullanılarak raporlar ve görseller oluşturulmuştur. Gastronomi ve sosyal medya kavramlarının birlikte kullanıldığı çalışmalara erişmek için bazı dahil etme ve hariç tutma kriterlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu bakımdan çalışmanın araştırma sorusunu cevaplandırması düşünülen tarama stratejisi için aşağıda yer alan maddeler göz önünde bulundurulmuştur.

- Gastronomi ve Sosyal Medya kavramlarının özet, anahtar kelime, başlıkların herhangi birinde yer alması
- Çalışmaların Web of Science (Wos) veri tabanında yer alması
- Çalışmaların İngilizce dilinde yayınlanması
- Çalışmaların makale formatında olması
- Farklı veritabanındaki çalışmaların elenmesi

- Mükerrer çalışmaların elenmesi
- Farklı dillerde yayınlanmış çalışmaların elenmesi
- Makaleden farklı formata sahip çalışmaların elenmesi

Böylece 15.07.2022 tarihinde aşağıdaki arama parametreleri kullanılarak yapılan veritabanı taramasında ilk etapta 45 adet çalışmaya erişilmiştir. Seçim kriterleri göz önüne alınarak yapılan eleme sonucunda toplam 18 çalışma araştırma kapsamında incelenmiştir.

**Web of Science arama parametresi:** ( $ALL=(\text{"social media"} \text{ and } \text{gastronomy})$ )  
 $AND (DT=(\text{"ARTICLE"})) \text{ AND } LA=(\text{"ENGLISH"})$ )



Şekil.1: Bibliyometrik Tarama Süreci

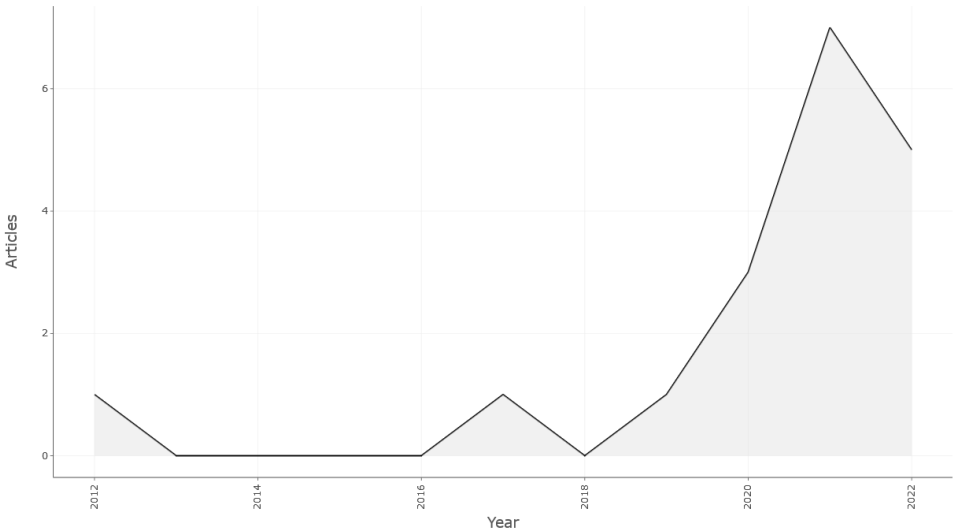
## BULGULAR

### Araştırmaların Genel Yapısal Özellikleri

2012-2022 Web of Science (WoS) veri tabanlarında yayınlanan Gastronomi ve sosyal medya konulu araştırma sayısının 18 olduğu görülmektedir. Çalışmalar 10 yıllık bir geçmişe sahip olsa da özellikle son 2 yılda önemli ölçüde atılım göstermiştir (Şekil 2). Araştırmaların 12 farklı dergide yer aldığı ve yıllık büyüme oranının 17,46 olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir. Literatürde yayınlanan çalışmaların ortalama 6,7 atıf aldığı ve 42 yazar tarafından alanyazına sunulduğu anlaşılmaktadır. Yayınların %16,67'lik kısmı tek yazarlı çalışmalardan oluşurken, %83,33'lük dilimi ise ortalama 2,44 eş yazarın katkısı ile çok yazarlı olarak yayınlanmıştır. Çalışmalarda yüzde 40'a yakın uluslararasılık oranı mevcuttur. Bu sayının görece yüksek olduğu ileri sürülebilir.

**Tablo 1:** Araştırmalar Hakkında Genel Bilgi

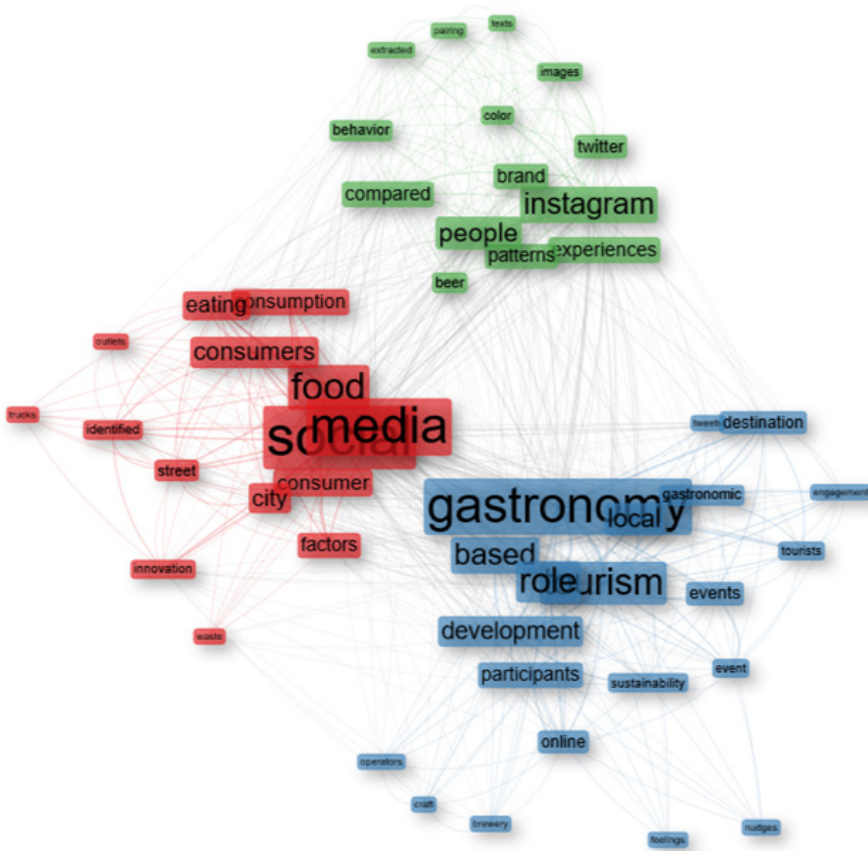
Açıklama	Sonuçlar
Yayın Yılı Aralığı	2012:2022
Kaynak Dergi Sayısı	12
Makale Sayısı	18
Yıllık Büyüme Oranı	17,46
Ortalama Yayın Yaşı	1,72
Ortalama Atıf Sayısı	6,667
Kaynakça Sayısı	1076
Yazar Sayısı	42
Tek Yazarlı Makale	3
Yayın Başına Eş-Yazar	2,44
Uluslararası Eş-Yazar Oranı	38,89



**Şekil 2:** Yıllara Göre Yayın Dağılımı

### Araştırmaların Kavramsal Yapıları

Gastronomi ve sosyal medya kavramının birlikte yer aldığı çalışmaların kavramsal yapılarını ele almak için eş-kelime (co-word) analizine başvurulmuştur. Eş kelime analizi araştırmalarda kelimelerin birlikte kullanımını temel alarak geliştirilmiş ve bibliyometri literatüründe yaygın olarak kullanılan bir analiz çeşididir (Arslan, 2022). Alanyazında birlikte kullanılan kelimelerin oluşturduğu kümeleri ortaya çıkaran bir analizdir. Analiz sonucunda kırmızı küme daha çok yemek tüketimi ve tüketicisi üzerine odaklanan sosyal medya çalışmaları kapsarken, yeşil küme marka deneyimi ve görsel öğeleri de ön planda tutan çalışmaları ele almıştır. Mavi küme ise gastronomi turizmini kapsayan bir görü sunmaktadır (Şekil 3). Çalışma sayısı az olduğu için kümelerin henüz kesin sınırlarla ayrılmaması beklenen bir sonuçtur.



Şekil 3: Eş Kelime Analizi

### Araştırmaların Entelektüel Yapıları

Araştırma alanının entelektüel yapısını ortaya çıkarmak için çalışmalarda yer alan kaynakçalar temel alınmıştır. Her bir çalışma içindeki kaynakçaların başlıklarından elde edilen farklı kelimeleri temsilen Keyword plus kavramı kullanılmaktadır.



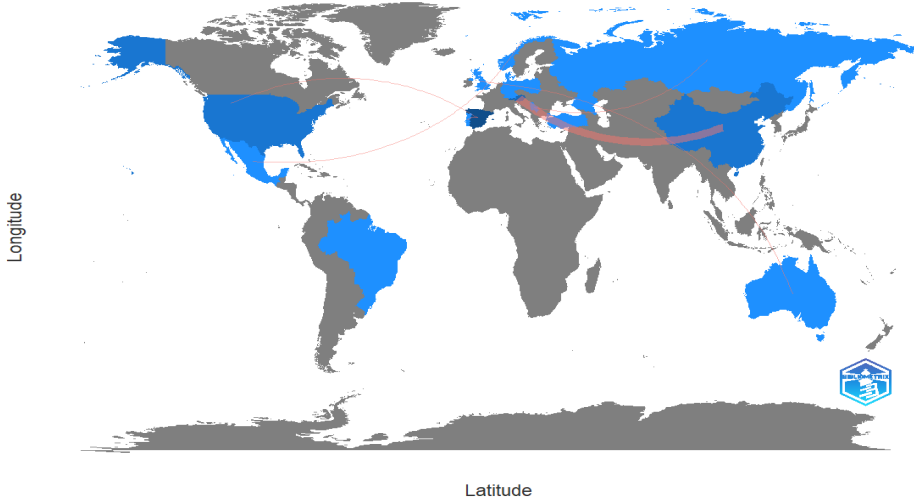
Çalışmalardaki keywordplus'lardan elde edilen verilerle genel bir fotoğraf sunmak için kelime bulutu çizilmiştir. Elde edilen kelime bulutu incelendiğinde turizm literatürünün gastronomi ve sosyal medya araştırmalarına önemli ölçüde destek olduğu anlaşılmaktadır. Aynı şekilde bilgi iletişim teknolojilerini kullanan diğer davranış temelli disiplinlerin de literatürü entelektüel olarak desteklediği görülmektedir.



Şekil 4: Entelektüel Yapıya Yönelik Kelime Bulutu

#### Araştırmaların Sosyal Yapıları

Araştırmaların sosyal yapılarını ortaya çıkarmak için iş birliği ağlarını kontrol etmek gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomi ve sosyal medya üzerine yapılan çalışmalarda iş birliği ağlarını incelemek için dünya haritası üzerinde bibliometrik paketi yardımıyla görselleştirmeler yapılmıştır. Analizde koyu renkli ülkeler yayın sıklığı yüksek olan ülkeleri temsil etmektedir. Ülkeler arasındaki bağlantıların kalınlığı ise iş birliğinin sıklığını temsil etmektedir. Şekilde görülen Avusturya ve Çin arasındaki iş birliği yoğunluğu dikkat çekicidir.



## TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan bu çalışmada gastronomi alanında sosyal medya araştırmalarına yönelik bibliyometrik analiz yardımıyla kavramsal, entelektüel ve sosyal bir görü elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırmalara yönelik genel betimsel analizlerin yanı sıra, kavramsal yapıları ortaya çıkarmak için anahtar kelime tabanlı eş-kelime ağları, entelektüel yapıya yönelik keywordplus tabanlı kelime bulutu analizi ve sosyal yapılarını görselleştirmek adına iş birliği ağları raporlanmıştır.

Beklenen ve daha önceki araştırmalarda bildirilen (Atabay, 2021) bir sonuç olarak gastronomi ve sosyal medya çalışmalarının henüz emekleme aşamasında olduğu anlaşılmaktadır. Bunun en temel sebebi araştırmaların çok erken bir geçmişte sahip olması ve gastronominin çok yeni bir araştırma disiplini sayılmasıdır. Böylece alanyazında çok büyük bir boşluk ve aynı ölçüde fırsatlar olduğu gözlemlenmiştir. Gastronomi ve sosyal medya araştırmalarını ele alan araştırmacı sayısı görece azdır (42). Her ne kadar araştırmacı sayısının düşük olduğu tespit edilse de sosyal medya çalışmaları son yılların atılım gösteren fenomenlerinden biridir. Ayrıca bu çalışmaların çoğunlukla saha araştırması gerektirmemesi ve görece bürokratik birçok işleme ihtiyaç duyulmamasının ileriki yıllarda araştırmacı ve araştırma sayısını artıracığı düşünülmektedir. Genç bir araştırma alanı olmasına rağmen atfı sayısının görece fazla olması bu durumu destekleyen bir bulgudur.

Kavramsal bulgular incelendiğinde araştırmalardaki davranış bilimleri, pazarlama ve yönetim disiplinlerinin etkisi görülmektedir. Kavramsal bulgulardaki boşluk ve kümeler arasındaki muğlak geçişler alanyazında disiplinlerin henüz fazla etkin olamadığına bir işarettir. Ayrıca farklı disiplinlerin etkisi de göze çarpmaktadır. Birçok araştırmacı literatürün kuramsal ve kavramsal olarak gelişiminin önemine vurgu yapmaktadır (Yu ve Zhang, 2020). Entelektüel bulgular ise turizm

araştırmalarının gastronomi ve sosyal medya araştırmalarına ilham olduğunu ya da literatürüne katkı sağladığını ortaya çıkarmıştır. Turizm literatürünün görece daha fazla araştırma geçmişine sahip olması ve konaklama deneyiminin önemli bir kısmının yiyecek içecek deneyimiyle desteklenmesi bu bulgunun ilerleyen yıllarda da etkisini gösterebileceğine işaret etmektedir. Sosyal bulgular Avusturya ve Çin arasındaki iş birliğinin yoğunluğuna dikkat çekmektedir. Avusturya ve Çin hem coğrafi hem kültürel olarak birbirine uzak ülkeler olsa da Çin kökenli araştırmacıların farklı ülkelerle iş birliği kurma eğilimi daha önceki araştırmalarda da ortaya çıkmıştır (Jonkers ve Tijssen, 2008).

Çalışmanın en büyük sınırlılığının dahil etme ve hariç tutma kriterlerine göre belirlenen çerçevenin dışına çıkılmaması olarak gösterilebilir. Zira çalışmamızda yalnızca Web of Science veri tabanında yer alan İngilizce makaleler taranmıştır. Bu durum genellikle bibliyometrik araştırmaların temel kısıtları arasındadır. Özellikle belirli programlar aracılığıyla analiz yapmak için belirli veritabanlarının standart meta verilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak Web of Science birçok otorite tarafından en nitelikli yayınların yer aldığı veritabanlarından biri olarak gösterilmektedir (Choudhri vd., 2015). Böylece alanyazındaki tüm yayınlardan ziyade etkili yayınlara yönelik bir görüş sunulduğu söylenebilir. Bunlara ek olarak herhangi bir veritabanında ya da arama yönteminde tespit edilmesi güç olan bazı yayınların araştırmaya dahil edilmeme olasılığı da mevcuttur. Ayrıca yeni yapılan ya da dergilerde kabul alıp listelenmemiş araştırmalara ulaşmak da mümkün değildir. Bu çalışma Atabay (2021) yılında gerçekleştirilen çalışmanın farklı bir pencereden ele alınması ve bibliyometrik analizlerle zenginleştirilmesi niteliğinde bir çalışma olmuştur. İleriki çalışmalar retrospektif değerlendirmelerin ötesinde ortaya çıkan boşlukları iyi değerlendirme fırsatına sahiptir. Zira bu çalışma temelde gastronomi ve sosyal medya alandaki çalışmalara projeksiyon tutmaktadır ve araştırmacıların hangi temel çalışmalarla ilerleyebileceğini göstermektedir.

**KAYNAKÇA**

- Alonso, A. D., Bressan, A. ve Sakellarios, N. (2017). Exploring innovation perceptions and practices among micro and small craft breweries: A three-country study. *International Journal of Wine Business Research*, 29(2), 140-158.
- Arslan, F. (2022). Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11), 1544-1556.
- Atabay, E., (2021). Gastronomi ve Sosyal Medya Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar. *Gastronomide Sistematik Araştırmalar* (pp.117-129), İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International journal of hospitality management*, 31(2), 309-318.
- Choudhri, A. F., Siddiqui, A., Khan, N. R., & Cohen, H. L. (2015). Understanding bibliometric parameters and analysis. *Radiographics*, 35(3), 736-746.
- Cristófol, F. J., Aramendia, G. Z. ve de-San-Eugenio-Vela, J. (2020). Effects of Social Media on Enotourism. Two Cases Study: Okanagan Valley (Canada) and Somontano (Spain). *Sustainability*, 12(17), 6705.
- Erdem, Ö. ve Yay, Ö. (2017). Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249.
- Fong, L. H. N., Lei, S. S. I. ve Law, R. (2017). Asymmetry of hotel ratings on TripAdvisor: Evidence from single-versus dual-valence reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(1), 67-82.
- Fusté-Forné, F. (2021). Street food in New York City: Perspectives from a holiday market. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100319.
- Fusté-Forné, F., & Masip, P. (2022). Gastronomy on Twitter: drawing representations from a food event. In *Handbook on Tourism and Social Media* (pp. 382-394). Edward Elgar Publishing.
- Gajic, T., Radovanovic, M., Tretiakova, T. ve Syromiatnikova, J. (2020). Creating brand confidence to gastronomic consumers through social networks—a report from Novi Sad. *Journal of Place Management and Development*, 14(1), 32-42.
- Güzeller, C. O., & Çeliker, N. (2018). Bibliometric analysis of tourism research for the period 2007-2016. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6(1), 1-22.
- Jonkers, K., & Tijssen, R. (2008). Chinese researchers returning home: Impacts of international mobility on research collaboration and scientific productivity. *Scientometrics*, 77(2), 309-333.
- Onorati, M. G. ve Giardullo, P. (2020). Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor. *Food, Culture & Society*, 23(3), 347-365.
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., & Treiblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. *Telematics and Informatics*, 101876.
- Shearer, E., & Mitchell, A. (2021). *News use across social media platforms in 2020*. [https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2021/01/PJ\\_2021.01.12\\_News-and-Social-Media\\_FINAL.pdf](https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2021/01/PJ_2021.01.12_News-and-Social-Media_FINAL.pdf) (20.07.2021).
- Sommit, K. ve Boonpaisansatit, N. (2020). Experiential Tourism Development on Lanna Local Plant-Based Gastronomy. *ABAC Journal*, 40(4), 23-38.
- de Souza Bispo, M. ve Almeida, L. L. (2020). Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in João Pessoa-Brazil. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20, 100209.
- Wang, D., & Xiang, Z. (2012). The new landscape of travel: A comprehensive analysis of Smartphone Apps. In M. Fuchs, F. Ricci, & L. Cantoni (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2012* (pp. 308–319). Vienna, Austria: Springer Vienna.
- Wiatrowski, M., Czarniecka-Skubina, E. ve Trafiałek, J. (2021). Consumer Eating Behavior and Opinions about the Food Safety of Street Food in Poland. *Nutrients*, 13(2), 594.

- Viñán-Ludeña, M. S. ve de Campos, L. M. (2021). Analyzing tourist data on Twitter: a case study in the province of Granada at Spain. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2020-0209>
- Yu, J. ve Egger, R. (2021). Color and engagement in touristic Instagram pictures: A machine learning approach. *Annals of Tourism Research*, 103204.
- Yu, C. E. ve Sun, R. (2019). The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau. *Tourism Management*, 75, 257-268.
- Yu, C. E. ve Zhang, X. (2020). The embedded feelings in local gastronomy: a sentiment analysis of online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 11(3), 461-4

### 3. BÖLÜM

## RESTORANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Feyza TEKİNBAŞ ÖZKAYA<sup>1</sup>

### GİRİŞ

Yoksulluğun ve açlığın sonlandırılmasını, sağlıklı ve kaliteli yaşam ve nitelikli eğitim hakkına herkesin erişebilmesini, çevrenin korunmasını, iklim krizine karşı önlemlerin alınmasını, sorumlu üretim ve tüketim bilincinin oluşturularak davranışa dönüştürülmesini, ulaşılan refahın toplumdaki tüm bireyler tarafından adil paylaşımını ve barışı hedefleyen Birleşmiş Milletler (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (URL-1), 2030 yılına kadar tüm ülkeler, tüm o ülkelerde yaşayan insanlar ve ekonomik sistem içinde yer alan her boyuttaki işletme için öncelikli alanlardan biri durumundadır.

Kamu politikaları, akademik çalışmalar ve sivil girişimler aracılığıyla sıklıkla ele alınan bir konu olan gıda tüketiminde sürdürülebilirliğin artırılması da her geçen gün önemi artan güncel konulardan biridir. Tüketicilerin gıdaların sürdürülebilir tüketimi konusundaki farkındalık ve bilinç düzeylerinin artmasına katkıda bulunan çabalar sonucunda tüketicilerin gıda tüketim tercihlerinin de sürdürülebilir gıda tüketimi yönünde yoğunlaştığı görülmektedir (Bulut vd., 2019). Tüketicilerin sorumlu tüketim konusundaki bilinç düzeyleri, sorumlu üretim davranışı gösteren işletmeleri tercih etmelerine de neden olmaktadır. Tüketicilerin hassasiyetleri kadar işletmelerin kıt kaynaklarla üretim gerçekleştiriyor olması ve üretim faktörlerinin doğal çevreye bağlı olması tüketicilerden bağımsız olarak sorumlu üretim davranışında bulunmalarını zorunlu kılmaktadır. İşletmeler daha fazla üretip

<sup>1</sup> Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu, 0000-0002-3157-8062, feyza.tekinbas@deu.edu.tr.

daha fazla satmak ve daha fazla kâr elde etmek arzusundayken bir yandan da aynı hızla üretim için ihtiyaç duydukları sınırlı kaynakları tüketmektedirler. Bu nedenle sürdürülebilir uygulamalar işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesinde hayati önem taşıyan unsurlardan biridir.

1970'lerde "sürdürülebilir pazarlama" olarak geniş bir kapsamda olmasa da çevresel kaygıları pazarlama uygulamalarına ve ilkelerine entegre eden, özellikle zararlı ürünlere olan bağımlılığın azaltılmasına odaklanan "ekolojik pazarlama" kavramı dikkat çekmektedir. Ekolojik pazarlama aşaması Peattie (2001) tarafından tanımlanan ilk aşamadır. İkinci aşama yeşil tüketicilerin talepleri ve rekabet avantajı yaratacak fırsatlardan yararlanmak adına çevreye verilen zararı azaltmayı amaçlayan daha geniş kapsamlı olan çevresel girişim gelmektedir. Son aşamada ise ekonomik sürdürülebilirlik yaratmak için üretim ve tüketim süreçlerinde ortaya çıkabilecek tüm çevresel maliyetleri karşılamaya çalışan pazarlara ve pazarlama faaliyetlerine daha başka ve geniş bir açıdan yaklaşan sürdürülebilir pazarlama gelmektedir (Peattie, 2001).

Restoranlarda yürütülen sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri uzun vadeli olarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine hizmet ederken bir yandan da işletmenin tüketicinin zihninde diğer restoranlardan ayrı bir yerde bulunmasına da neden olacaktır. Bu yüzden bu alanda yürütülen akademik çalışmaların sonuçlarının literatüre katkı sağlamasının yanında bu sonuçların sektördeki uygulayıcılarla paylaşarak yaygınlaştırılması bu alanda yürütülen faaliyetlerin geliştirilmesine de katkı sağlayacaktır. Bu nedenle restoranlarda sürdürülebilir pazarlama faaliyetlerinin kapsamının belirlenmesi, hangi konularla birlikte ele alındığının anlaşılması önem arz etmektedir.

### **RESTORANLARDA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA ALANINDA YAPILMIŞ BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALAR**

"Sürdürülebilir/çevreci/yeşil pazarlama" ve "restoran" anahtar kelimeleriyle daha önceden yapılan bibliyometrik analizler incelendiğinde yayınların üç farklı şekilde gruplandırılarak değerlendirilebileceğini söylemek mümkündür.

Gruplardan ilki "sürdürülebilir turizm" ve "turizm pazarlaması" çalışmalarını inceleyen yayınlardır. Özel ve Kozak (2012), 2000-2010 yılları arasında Türkçe olarak yayınlanan turizm pazarlaması ile ilgili makaleleri bibliyometrik açıdan analiz etmişlerdir. Cavalcante vd. (2021), turizm pazarlamasında sürdürülebilir uygulamalara ilişkin bibliyometrik analize yaparak mevcut durumu, trendleri ve diğer göstergeleri belirlemiştir. Bulgulara göre bu alandan başı çeken ülkenin İspanya olduğu tespit edilmiştir. Pahrudin vd. (2022) sürdürülebilir turizm alanında turizm yönetimi ve pazarlaması konusundaki literatürü incelemiştir. Sürdürülebilir turizm bağlamında turizm sektöründeki farklı araştırma alanlarının (otel, destinasyon, seyahat acenteleri vb.) alanlarda da araştırmalar yapılması gerekliliğini vurgulamışlardır. Liu (2022) ise, konaklama ve turizm pazarlaması çalışmalarını

bibliyometrik ve görsel olarak analiz etmiştir. En etkili akademisyenleri, kurumları, entelektüel yapıyı ve çalışma konularının eğilimlerini belirleyerek konaklama ve turizm pazarlaması alanında gelecekteki araştırma fırsatlarına işaret etmiştir.

İkinci gruptaki çalışmalar ise çevresel pazarlama, yeşil pazarlama ve sürdürülebilir pazarlama yayınları ile ilgili olan araştırmalardır. Dikkat çekici çalışmalardan birisi 2011 yılında Leonidou ve Leonidou tarafından hazırlanan “Research into environmental marketing/management: a bibliographic analysis” adlı makaledir. Çevresel pazarlama alanındaki eğilimleri ortaya çıkarmak amacıyla 1969-2008 yılları arasındaki yayınları inceleyerek bu alandaki eğilimler ve değerlendirmeler yazarlar tarafından sunulmuştur. Yeşil pazarlama alanında Silva ve Razzolini (2021), 1991-2020 yılları arasında Scopus’ta indekslenen yeşil pazarlamaya ilişkin bilimsel yayınları inceleyerek bu yayınların özelliklerini ortaya koymuşlardır. Tüketici davranışı, yeşil pazarlama, sürdürülebilir kalkınma ve yeşil ürünler zamansal temalar olarak belirlenmiştir. Saleem vd. (2021), 1977-2020 yılları arasında yayımlanan 1.025 bilimsel yayını inceleyerek yeşil pazarlama alanındaki trendleri, üretken dergileri, ülkeleri, kurumları, yazarları, anahtar kelimeleri, yazarlık kalıplarını ve uluslararası iş birliklerini ortaya koymuşlardır. Kar ve Harichandan (2022) Scopus ve WoS veri tabanlarında listelenen 1.121 araştırma ve inceleme makalesini dahil ettikleri çalışmalarında sürdürülebilir ve yeşil pazarlama literatürünün özellikle 2015 yılından itibaren yükselişte olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca eko-turizm, sürdürülebilir ve yenilikçi pazarlama teknikleri ve yeşil etiketleme gibi konuların giderek daha fazla önem kazandığını da vurgulamaktadırlar. Geng ve Mammaituexun (2022) de sürdürülebilir tüketimde yeşil pazarlamaya ilişkin yayınların artan bir ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir pazarlama alanında Bhattacharyya (2022), 1969-2019 yılları arasındaki 50 yıllık süreçte sürdürülebilirlik bağlamında pazarlama ile ilgili olan çalışmaları araştırıp sentezleyerek ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirerek sürdürülebilir pazarlama alanında birleşik bir literatür sunmak ve var olanları sınıflandırmak için bir çalışma ortaya koymuştur.

Son olarak üçüncü gruptaki çalışmalar ise, gastronomi ve restoran alanında yapılmış çalışmalara ilişkin bibliyometrik analizlerdir. Vogel vd. Qualis Capes’te sınıflandırılan iki turizm dergisinde yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizini yaparak Brezilya’da gastronomi alanındaki bilimsel yayınlara ilişkin bulguları ortaya koymuşlardır. Rodríguez-López vd. (2020), konaklama, eğlence ve spor alanlarında restoranlarla ilgili yayınlanmış akademik araştırmaların analizini yaparak önceki ve güncel temalar arasındaki bağlantıları ve eğilimleri ortaya koymuşlardır. Müşteri memnuniyetinin önemli bir tema olduğunu belirtirken, sağlıklı beslenmeye olan ilginin arttığına, marka değerinin, kültürün ve yenilikçiliğin yeni araştırma konuları olduğuna vurgu yapmışlardır. Goral vd. (2022) sürdürülebilirlik yaklaşımının gastronomi alanındaki etkilerini yeşil restoranlar üzerinden incelemişlerdir. Yaptıkları bibliyometrik analizler sonucunda bu alanda son 2 yayımlanan çalışmaların



en az üç kat arttığını ortaya koymuşlardır. “Yeşil uygulamalar” (green practices) ve “yeşil restoran” (green restaurant) kavramları en sık kullanılan ve diğer anahtar kelimelerle en güçlü bağlantıya sahip olan kelimeler olarak belirlenmiştir. Son olarak Rejeb vd. (2022), WoS veri tabanında restoran araştırmalarının kapsamlı bir bibliyometrik analizini yapmışlardır. Sonuçlar, restoran araştırmalarının son beş yıl içinde katlanarak büyüdüğünü ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda tüketici davranışı, tüketici memnuniyeti, tüketici-marka ilişkileri, kurumsal sosyal sorumluluk ve yeşil restoranlar gibi konuların da restoran araştırmalarında güncel konular olduğunu belirlemişlerdir.

## YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanındaki yayıncılık trendleri, üniversitelerin, dergilerin, ülkelerin ve yazarların üretkenlikleri, yayınların atıflar üzerinden performansları, ülkeler arasındaki iş birlikleri, anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları bibliyometrik analiz gerçekleştirilerek ortaya konulmaktadır. Bibliyometrik analiz bilimsel ve özellikle uygulamalı alanlarda araştırma ve değerlendirme metodolojisinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve günümüzde bilimsel dünyada yerini sağlamlaştıran (Ellegaard ve Wallin, 2015) bir yöntem halini almıştır.

Çok yüksek sayıda yayının değerlendirilmesini mümkün kılan bibliyometrik analizler sonucunda, yayınların bilimsel kalitesi hakkında nicelleştirilmiş bulgular da elde edilmektedir. Bibliyometrik yöntemlerin yerinde kullanılmasıyla, bir konuda yapılan araştırmaların uluslararasılaşma derecesi, araştırmacıların prestijli dergilerde yayın yapma yeteneği ve ayrıca yayın sayısı, yayın türü, görünürlük ve atıf etkisi hakkında sağlam temelli bulgular elde edilebilir. Bibliyometrik analiz yapılırken ve bulguları yorumlanırken dikkatli davranılmalıdır. Bilimsel kalitenin tek ölçüsünün yayınların atıf etkisi olmadığı, aynı zamanda araştırmanın toplumsal etkilerinin de değerlendirilmesi gerektiği mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır (Wallin, 2005).

İşletme araştırmalarında da giderek daha fazla kullanılan bibliyometrik analizin başarısı büyük ölçüde metodolojinin doğru uygulanmasına bağlıdır. Bibliyometrik araştırmalarda pek çok tuzak vardır . Örneğin bibliyometrik analizin doğru sonuçlar vermesi için verilerin çeşitli şekillerde normalleştirilmesi gereklidir. Bibliyometrik araştırmaların doğru bir şekilde yürütülmesi ve sonuçlarının uygun şekilde yorumlanması için teknik beceri, eleştirel bakış açısı ve incelenen bilimsel alanı hakkında geniş bilgi sahibi olunması gereklidir (Donthu vd., 2021).

Restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanında yapılan yayınlar, uzun süredir veri sağlayan en yetkili bilimsel ve teknik literatür indekisleme aracı olarak kabul edilen Web of Science veri tabanındaki (Yao vd., 2014) kaynaklar üzerinden analize tabi tutulmuştur. Analizin kapsamının geniş tutulabilmesi adına, analizde kullanılan anahtar kelimeler; başlık, özet, yayınlarda yazarlar tarafından belirtilen

anahtar kelimeler ve Web of Science'teki algoritma aracılığıyla tespit edilen anahtar kelimeleri de kapsayan "Topic Search" sorgusu ile taranmıştır. Sorgu adımları Şekil 1'de özetlenmektedir. İlk sorgu TS= ((green) or (sustain\*)) and (marketing)) and TS=(restaurant\*) şeklinde yapılmıştır ve 315 yayın tespit edilmiştir. Kelimelerin sonundaki yıldız (\*) işaretleri aynı köke sahip olan kelimeleri tek seferde sonuçlara dahil etmek amacıyla kullanılmaktadır. İkinci sorguda çevresel pazarlama kavramının da benzer anlamlarda kullanılmasından dolayı "environmental" kelimesi sorguya dahil edilmiştir ve yayın sayısı 441'e çıkmıştır. İkinci sorguya benzer nedenlerle üçüncü sorguya "ecological" ve "eco-\*" ifadeleri eklenmiştir ve bu sorguda 470 yayın tespit edilmiştir. Konuya ilişkin tüm anahtar kelimelerin sorguya dahil edilmesinin ardından dördüncü aşamada sadece Social Sciences Citation Index (SSCI) tarafından taranan yayınlar seçilerek filtreleme yapılmıştır ve bu işlem sonucunda 230 yayın kalmıştır. Beşinci aşamada doküman türü olarak makalenin seçilmesiyle yayın sayısı 222'ye düşmüş ve son aşamada erken erişimi olan makalelerin hariç tutulması ile analizi gerçekleştirilecek 213 makale ile veri seti oluşturulmuştur. Veri setinin başlangıç tarihi 213 makale içinde en eski tarihli makalenin tarihi olan 1992 yılı olarak belirlenmiştir. Bu veri setine ilişkin bulgular 1992 yılından 2022 yılı Kasım ayına kadar yayınlanan makalelere ilişkin analiz sonuçlarını ortaya koymaktadır. Analizler VOSviewer ve Biblioshiny for Bibliometrix yazılımları kullanılarak yapılmış ve sonuçların görselleştirilmesinde yine bu yazılımlardan yararlanılmıştır.



Şekil 1: Veri Setinin Oluşturulması Süreci

## BULGULAR

Analize toplamda 1992-2022 yılları arasında yayınlanmış 213 makale dahil edilmiştir. Bu yayınlar toplamda 105 farklı kaynaktan yer almaktadır. WoS veri tabanında anahtar kelimeler iki farklı şekilde sunulmaktadır. Bunlardan ilki, yayınlarda yazarlar tarafından belirtilen anahtar kelimelerdir. Diğeri ise, yayınların başlıklarında yer alan kelimelerin tekrarlanma sıklıklarına göre sistem tarafından

otomatik olarak belirlenen (Zhang vd., 2016) Keyword Plus (KP) olarak tanımlanan anahtar kelimelerdir. 213 yayında yazarlar tarafından 887 farklı kelime anahtar kelime olarak verilirken algoritma tarafından 783 kelime anahtar kelime olarak belirlenmiştir. Yayın başına ortalama alıntı sayısı 23,33'tür. Yayınlardaki toplam yazar sayısı 687 iken yazar görünürlüğü 744'tür. Bu durum bazı yazarların bu alanda birden fazla yayında katkısı olduğunu ortaya koymaktadır. Yayınların sadece 15 tanesi (%7,04'ü) tek yazarlıyken yaklaşık %93'ü çok yazarlıdır. Çok yazarlı yayınların yüzdesel olarak üstünlüğü yazar başına düşen yayın sayısı (0,313) ve yayın başına düşen yazar sayılarından (3,2) da anlaşılabilir. Yayınlar göre ortak yazarlar 3,49'dur. Son olarak iş birliği indeksi ise 3,36 olarak belirlenmiştir.

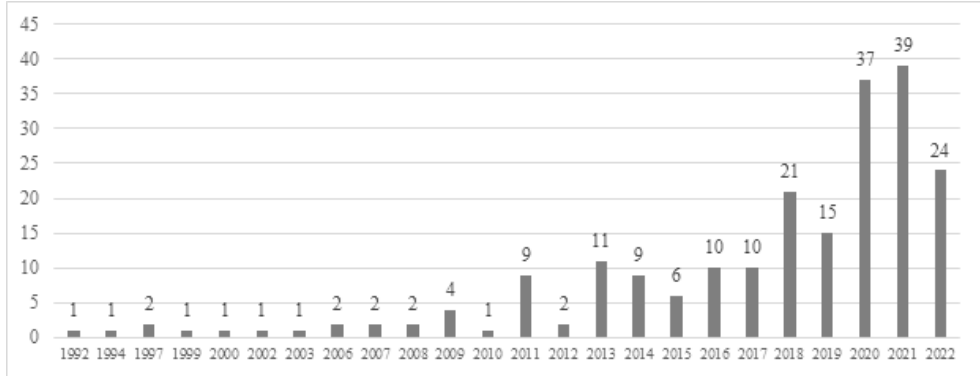
**Tablo 1:** Analize Dahil Edilen Yayınlarla İlişkin Temel İstatistiksel Analiz Tablosu

Açıklama	Sonuçlar
<i>Yayınlarla İlişkin Genel Bilgiler</i>	
Zaman Dilimi	1992 - 2022
Makale	213
Kaynaklar (Dergi)	105
Yazarların Anahtar Kelimeleri	887
Anahtar Kelimeler (Başlıklardan otomatik olarak belirlenen)	783
Makale Başına Ortalama Alıntı Sayısı	23,33
<i>Yazarlarla İlişkin Bilgiler</i>	
Yazarlar	687
Yazar Görünürlüğü	744
Tek Yazarlı Yayınların Yazarları	15
Çok Yazarlı Yayınların Yazarları	666
<i>Yazar İş Birlikleri</i>	
Tek Yazarlı Yayınlar	15
Yazar Başına Düşen Yayın	0,313
Yayın Başına Düşen Yazar Sayısı	3,2
Yayınlar Göre Ortak Yazarlar	3,49
İş Birliği İndeksi	3,36

**Kaynak:** Biblioshiny for Bibliometrix

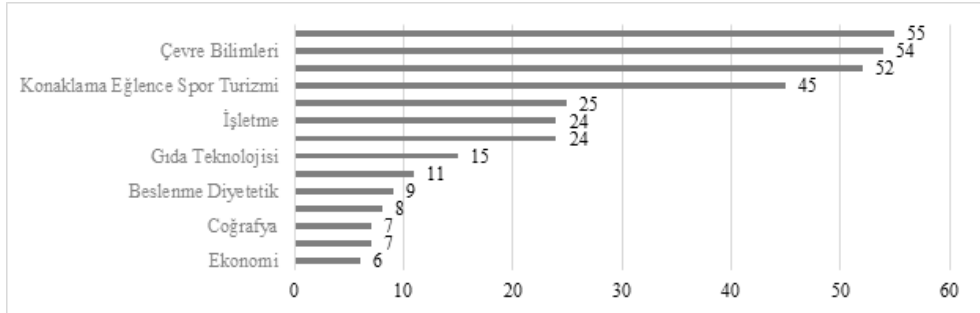
### Yıllara Göre Makale Sayıları

Tablo 2'de bu alanda yapılan çalışmaların yıllara göre değişimi gösterilmektedir. Buna göre 2006 yılından itibaren sayısı bazen tek bir makale ile sınırlı kalsa da kesintisiz olarak yayın yapıldığı görülmektedir. Özellikle 2018 yılından itibaren alana yoğun bir ilgi olduğu dikkat çekmektedir. 2022 yılı da dahil olmak üzere son beş yılda yayınlanan makaleler bu veri setindeki makalelerin yaklaşık %64'ünü oluşturmaktadır. Veri setindeki makalelerin 39 tanesi 2021 yılında yayınlanmıştır. 2022 yılı tamamlandığında ve tüm yayınlar tekrar gözden geçirildiğinde 2020 yılından itibaren artarak devam eden bir ilgi olup olmadığını söylemek mümkün olacaktır.



Şekil 2: Yıllara Göre Makale Sayıları

### Web of Science Kategorilerine Göre Yayın Sayıları



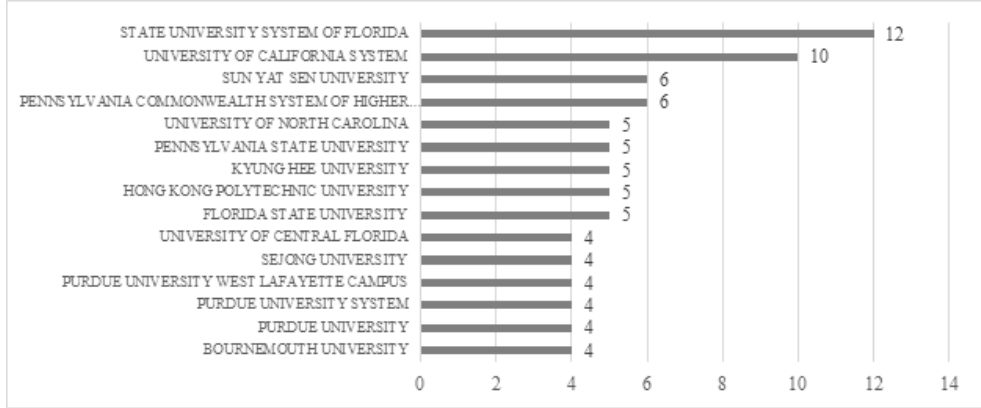
Şekil 3: Makalelerin WoS Kategorilerine Göre Dağılımı

Restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanında yapılan çalışmalarını analiz etmek için yapılan sorgu sonucunda Web of Science kategorilerine göre en fazla yayının Çevre Çalışmaları (55) kategorisi ile ilişkilendirildiği bunu Çevre Bilimleri (54), Yeşil Sürdürülebilir Bilim Teknolojisi (52), Konaklama Eğlence Spor Turizmi (45), Yönetim (25) ve İşletme (24) kategorilerinin izlediği Şekil 3'te görülmektedir. Ayrıca iş sağlığı ve güvenliği, gıda teknolojisi, tarım, beslenme ve diyetetik, sosyoloji, coğrafya gibi kategorilerle de yayınların ilişkilendirilmesi bu alanda yapılan çalışmaların farklı disiplinlerle de iş birliği yaptığının bir göstergesidir. Bir çalışma birden fazla alanla ilişkilendirilebildiği için bu grafikte yer alan kategorilere ilişkin yüzdesel bir hesaplama kafa karıştırıcı olabileceği nedeniyle yer verilmemiştir.

### Üretken Üniversiteler

Üretken üniversiteler grafiğinde makalelere katkı sunan yazarların çalıştıkları kurumlara göre sıralanmasında ilk 15'e giren üniversiteler gösterilmektedir. Buna göre State University System of Florida üniversitesi 12 kere katkı sunarken bunu University of California System 10, Sun Yat Sen ve Pennsylvania Commonwealth System of Higher Education üniversiteleri altışar katkı ile takip etmektedir. İlk 15'e giren üniversitelerin 10 tanesi ABD kökenli üniversitelerdir. Güney Kore'den (Kyung Hee University ve Sejong University) iki üniversite, Tayvan (Sun Yat Sen

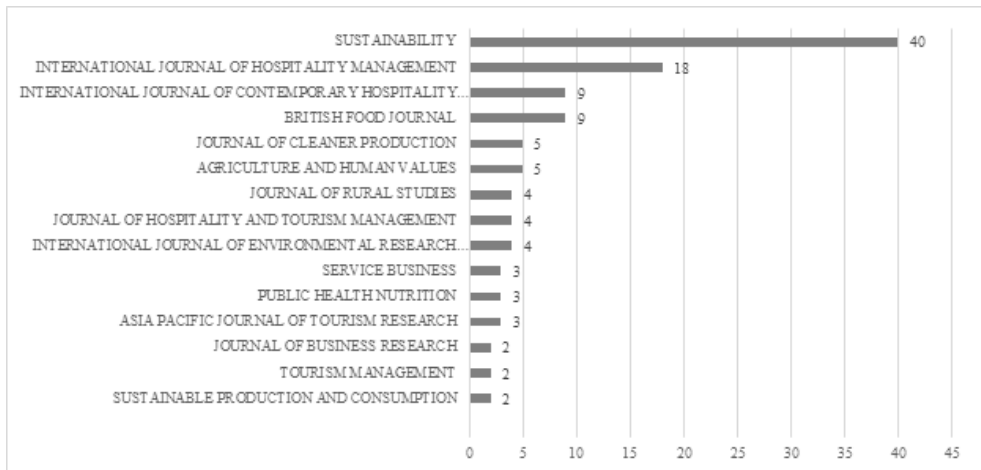
University), Hong Kong (Hong Kong Polytechnic University) ve Birleşik Krallık'tan (Bournemouth University) birer üniversite ABD'nin ardından gelmektedir. İlk 15'e giren üniversiteler ağırlıklı olarak devlet üniversitelerinden oluşmaktadır. İncelenen veri setindeki makalelere Türkiye'den katkı koyan yazarlar ise Akdeniz Üniversitesi'nden araştırmacılarıdır. Veri seti içinde Akdeniz Üniversitesi iki kez yer almaktadır.



Şekil 4: Üniversitelerin Görünürlükleri

### Üretken Dergiler

Veri setinde yer alan makaleler daha önce de belirtildiği üzere 105 farklı dergide yer almaktadır. Bu dergiler içinde en fazla yayına sahip dergi 40 makale ile "Sustainability" adlı dergidir. Bu alanda yapılan 213 çalışmanın yaklaşık % 19'u "Sustainability" adlı dergide yer almaktadır. Bunu sırasıyla 18 makale (%8,45) ile "International Journal of Hospitality Management" ve dokuz makale (%4,225) ile "International Journal of Contemporary Hospitality Management" ve "British Food Journal" adlı dergiler takip etmektedir.



Şekil 5: Yayınladıkları Makale Sayılarına Göre Dergilerin Sıralaması

Her ne kadar dergilerdeki yayın sayısı dergilerin alana katkılarının bir göstergesi olsa da dergilerin etkinliğinin değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Dergilerin etkinliğinin ölçülmesinde dergilerdeki makalelerin aldıkları toplam atıf sayıları bir performans göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Ancak daha erken yıllarda yayınlanan makalelere sahip dergilerin yeni yayınlanan makalelere sahip dergilere göre daha fazla atıf alma şansları bulunmaktadır. Bu durumda dergi performanslarının sadece atıf sayıları üzerinden değerlendirilmesi gerçekçi bir karşılaştırmaya imkan vermemektedir. Bu nedenle dergilerin etkinliğinin ölçülmesinde dergilerde yayınlanan makalelerin toplam atıf sayıları normalize edilerek ortaya çıkan atıf sayıları dikkate alınmıştır. Normalize edilmiş atıflar, daha erken yıllarda yayınlanan makalelere sahip olan dergilerin atıf almak için daha fazla şansları olmasından dolayı doğacak avantajı ortadan kaldırmaktadır (Eck ve Waltman, 2022). Bu anlamda dergilerin alana katkısının değerlendirilmesinde gerçekçi bir karşılaştırma imkanı sunmaktadır.

Tablo 2’de yayın sayılarına göre ilk 15’te yer alan dergilerin toplam atıf ve normalize edilmiş atıf sayıları gösterilmektedir. Tablo 2’ye göre yayın sayısı açısından ikinci sırada bulunan “International Journal of Hospitality Management” adlı dergi normalize edilmiş atıf sayısı açısından buradaki 15 dergi arasında ilk sırada yer almaktadır. “Sustainability” dergisi 34,3968 normalize edilmiş atıf sayısı ile dergi etkinliğinde ikinci sırada yer almaktadır. “British Food Journal” dergisi dokuz makale ve 83 toplam atıfla, dört makale ve 73 toplam atıfa sahip olan “Journal of Hospitality and Tourism Management” adlı derginin üzerinde yer almaktadır. Ancak normalize edilmiş atıflar dikkate alındığında veri setindeki dergiler içinde “Journal of Hospitality and Tourism Management” adlı derginin 9,8858 normalize edilmiş atıf sayısı ile 4,6697 normalize edilmiş atıf sayısına sahip “British Food Journal” adlı dergiden daha etkin olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 2:** Dergilerin Makale Sayısı, Toplam Atıf Sayısı ve Normalize Edilmiş Atıf Sayılarına Göre Etkinliği

Dergi Adı	Makale Sayısı	Toplam Atıf Sayısı	Normalize Edilmiş Atıf Sayısı
Sustainability	40	356	34,3968
International Journal of Hospitality Management	18	1221	37,3413
International Journal of Contemporary Hospitality Management	9	342	11,2496
British Food Journal	9	83	4,6697
Journal of Cleaner Production	5	166	10,0899
Agriculture and Human Values	5	106	3,2471
Journal of Hospitality and Tourism Management	4	73	9,8858
Journal of Rural Studies	4	184	5,4132

International Journal of Environmental Research and Public Health	4	23	0,7299
Public Health Nutrition	3	45	3,5376
Asia Pacific Journal of Tourism Research	3	70	2,2779
Service Business	3	39	1,5431
Sustainable Production and Consumption	2	39	4,9806
Tourism Management	2	116	2,7446
Journal of Business Research	2	38	2,4387
Psychology & Marketing	2	75	2,1694

### En Çok Atıf Alan Dergiler

Dergilerin alana sundukları katkı üzerinden etkinlikleri değerlendirilirken o alandaki makalelerin hazırlanma sürecinde referans kaynak olarak gösterilmesi de önemli bir unsurdur. Buradan hareketle restoranlarda sürdürülebilir pazarlamaya ilişkin olarak oluşturulan veri setlerinin kaynakçaları incelenerek bu veri setinde en çok atıf alan dergiler belirlenmiştir. Tablo 3'te de görüldüğü üzere "International Journal of Hospitality Management" bu veri setindeki makalelerin yazarlarının en çok başvurduğu kaynak olmuştur. "International Journal of Marketing", "International Journal of Contemporary Hospitality Management" ve "Journal of Cleaner Production" dergileri 200'ün üzerinde makalesi kaynakçada gösterilen dergiler olmuştur. İlk 10 derginin kapsamı dikkate alındığında, turizm, işletmecilik, pazarlama ve sürdürülebilirlik gibi alanlarda, beklendiği üzere arama kelimeleriyle uygun olan içeriklerdeki dergilere yoğun olarak atıf yapıldığı görülmektedir.

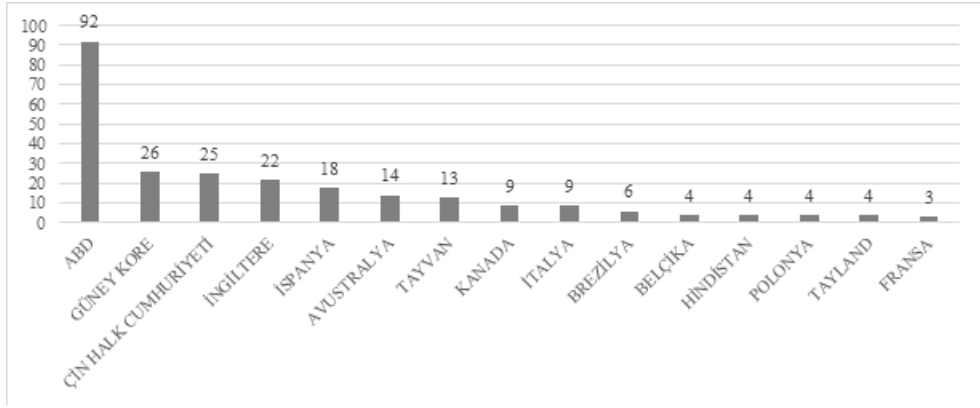
**Tablo 3:** Makalelerin Kaynakçasında En Çok Atıf Yapılan Dergiler

Kaynak	Makaleler
International Journal of Hospitality Management	507
Journal of Marketing	238
International Journal of Contemporary Hospitality Management	209
Journal of Cleaner Production	201
Tourism Management	183
Journal of Business Research	181
Sustainability	159
Journal of Business Ethics	128
Journal of Consumer Research	124
Journal of Marketing Research	123

### Ülkelerin Üretkenlikleri

Ülkelere göre yazarların üretkenliklerinin belirlenmesinde yazarların milliyetleri değil çalıştıkları kurumların bulunduğu ülkeler dikkate alınmaktadır. 56 farklı ülkeden katkının sunulduğu restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanında Şekil 6'da da görüldüğü üzere açık ara en büyük katkının ABD'li yazarlar tarafından

konulduğu görülmektedir. ABD'yi Güney Kore, Çin Halk Cumhuriyeti, İngiltere ve İspanya'dan katkı koyan yazarlar takip etmektedir. Bu sıralamada Türkiye 2 yazar ile 30. sırada yer almaktadır.



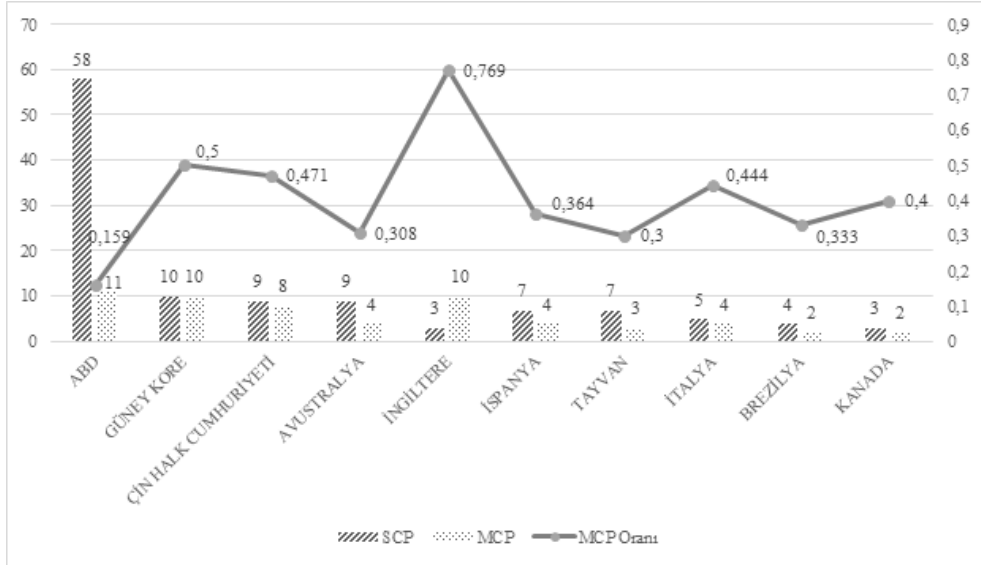
Şekil 6: Ülkelerin Üretkenlikleri

### Ülkeler Arası İş Birliği

Ülkelere ilişkin bir değerlendirme yapılırken ülkelerin üretkenlikleri kadar önemli olan bir diğer konu ülkeler arasındaki iş birliğidir. Farklı ülkelerden farklı bakış açısına sahip yazarların bir araya gelerek hazırladıkları makaleler alanın gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır.

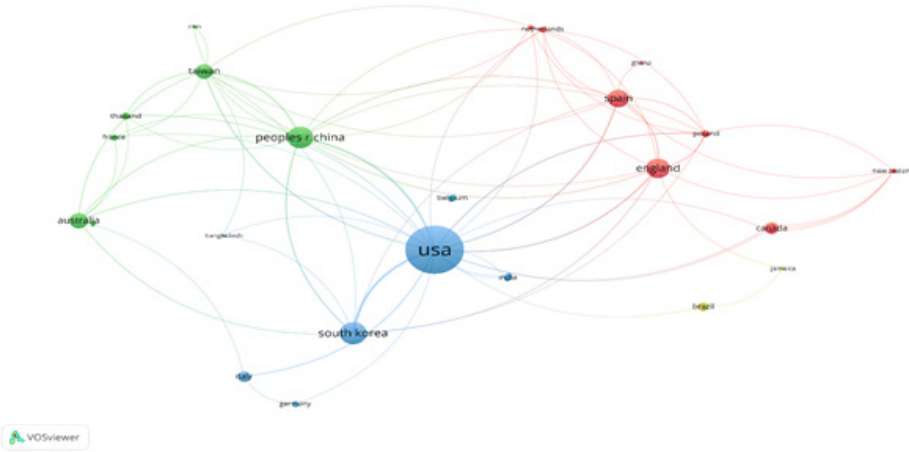
Şekil 6'da yazışmadan sorumlu yazarların (corresponding authors) ülkelerine göre makale sayıları dikkate alındığında ilk 10'a giren ülkeler gösterilmektedir. SCP (single country publication) olarak ifade edilen sütunlar tüm yazarların aynı ülkeden olduğu makale sayılarını ifade ederken, MCP (multiple country publication) şeklinde ifade edilen sütunlar ise farklı ülkelerden yazarların katkısıyla hazırlanan makale sayılarını göstermektedir. MCP oranı ise çok ülkeli makalelerin o ülkeden yayınlanan toplam makalelere oranlanmasıyla hesaplanan, makalelerin yayınlanmasında yazar iş birliklerini ortaya koymaya yarayan bir göstergedir. Yazışmadan sorumlu yazarların ülkelerine göre en fazla yayın yapan ülke yine ABD olmuştur. ABD'nin toplam 69 makalesinin 58 tanesi tek ülkeli 11 tanesi çok ülkeli makalelerdir. Çok ülkeli makalelerin toplam makalelere oranı (MCP Oranı) 0,159'dur. Yayın sayısı açısından ikinci sırada yer alan Güney Kore'den 20 makalenin 10 tanesi (MCP oranı = 0,5) çok ülkeli iken üçüncü sırada yer alan Çin Halk Cumhuriyeti'nden toplam 17 makalenin 8 tanesi (MCP Oranı = 0,471) çok ülkeli'dir. Grafikte ülkeler arası iş birliğinde en dikkat çeken ülke İngiltere olarak görülmektedir. İngiltere'de üretilen 13 makalenin 10 tanesi çok ülkeli makaledir ve İngiltere 0,769 ile en yüksek MCP oranına sahip ülke konumundadır.





Şekil 6: Ülkeler Arası İş Birliği

Ülkeler arası iş birlikleri Şekil 7'de görselleştirilmiştir. Buna göre dört farklı küme ortaya çıkmıştır. İlk 10'da yer alan ülkelerden ABD, Güney Kore ve İtalya mavi kümede yer alırken; İngiltere, İspanya ve Kanada kırmızı kümede; Çin Halk Cumhuriyeti, Tayvan ve Avustralya yeşil kümede bir arada yer almaktadır. Brezilya ise sarı kümede yer almaktadır.

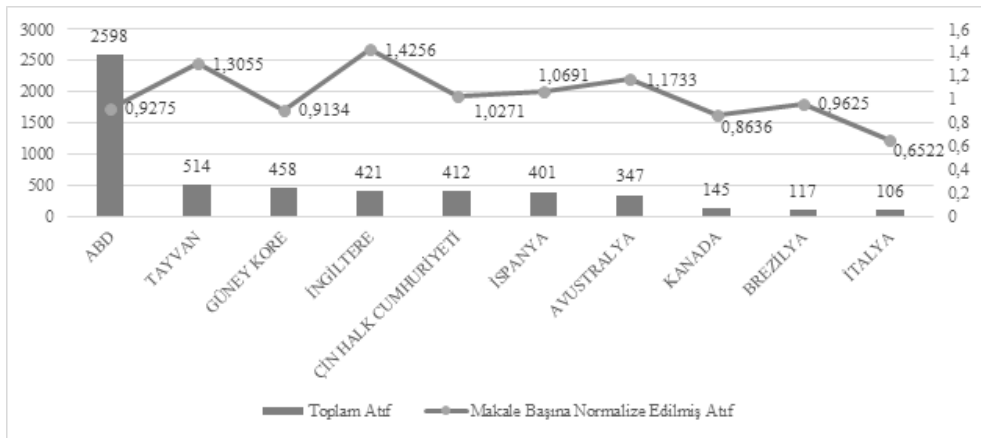


Şekil 7: Ülkeler Arası İş Birlikleri Ağı

### Ülkelerin Etkinlikleri

Ülkelerin katkılarını yayın sayıları ve iş birlikleri açısından değerlendirdikten sonra dikkat edilmesi bir diğer unsur ülkelerin etkinlikleridir. Ülkelerin etkinliklerinin anlaşılması için bu ülkelerden yapılan yayınların normalize edilmiş atıf sayıları dikkate alınarak bir çıkarımda bulunmak mümkündür.

Şekil 8’de ülkelerin aldıkları toplam atıf sayıları ve makale başına normalize edilmiş atıf sayıları gösterilmektedir. Ülkelerin aldıkları toplam atıflara göre en yüksek atıf sayısı 2.598 atıfla ABD’ye aittir. ABD’yi; Tayvan, Güney Kore, İngiltere, Çin Halk Cumhuriyeti ve İspanya 400’ün üzerinde aldığı atıflarla takip etmektedir. Toplam atıf sayılarına göre ilk 10 ülke arasında yer alan ülkelerin etkinliğini değerlendirmek için makale başına düzeltilmiş atıf sayıları dikkate alındığında 1,4256 atıf ile İngiltere birinci sıradadır. İngiltere’nin ardından 1,3055 atıf ile Tayvan, 1,1733 atıf ile Avustralya, 1,0691 atıf ile İspanya ve 1,0271 atıf oranı ile Çin Halk Cumhuriyeti gelmektedir. ABD toplam atıf sayısında bir üstünlüğe sahip olsa da makale başına normalize edilmiş atıf sayısında 0,9275 atıf ile bu beş ülkenin gerisinde kalmaktadır.



Şekil 8: Ülkelerin Atıf Sayılarına Göre Performansları

### Yayınların Etkinliği

Veri setinde yer alan 213 makale içinde tek yazarlı makale sayısı Tablo 4’te görüldüğü üzere 15’tir. Bu sayı toplam makale sayısının yaklaşık % 7 sini oluşturmaktadır. Üç yazarın iş birliği içinde çalıştığı makaleler veri setinde en fazla sayıya sahiptir. Üç yazarlı makaleler veri setinin % 30,5’ini temsil etmektedir. Veri setinde yer alan makalelerin yaklaşık %11’inde yazar sayısı 6 ve üzeridir. Çok yazarlı makaleler veri setine dahil edilen tüm makalelerin yaklaşık % 93’üne denk gelmektedir. Bu durum bu alanda yapılan çalışmalarda yazar iş birliklerinin yoğun olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Yazar Sayılarına Göre Makaleler

Makalelerdeki Yazar Sayısı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12	13	Toplam
Makale Sayısı	15	48	65	45	17	10	4	5	1	1	1	1	213

Restoranlarda sürdürülebilir pazarlama sorgusu sonucu ortaya çıkan 213 makale toplamda 4,987 atıf almıştır. Yazarların bu veri setindeki diğer makalelerine yaptıkları atıflar hariç tutulduğunda toplam atıf sayısı 4,861’dir. Veri setindeki her bir makale başına ortalama 23,41 atıf düşmektedir.

**Tablo 5:** Atıf Performanslarına Göre Yayınlar

Yayın	Toplam Atıf Sayısı	Yıllık Ortalama Atıf Sayısı	Normalize Edilmiş Atıf Sayısı	Yayın	Toplam Atıf Sayısı	Yıllık Ortalama Atıf Sayısı	Normalize Edilmiş Atıf Sayısı
Wu vd. (2009)	367	26,21	3,11	Moon (2021)	39	19,50	5,73
<i>Kim vd. (2013)</i>	<b>227</b>	<b>22,70</b>	<b>4,16</b>	Filimonau vd. (2020)	65	21,67	5,11
Cohen vd.(2012)	166	15,09	1,84	Chou vd. (2022)	6	6,00	4,83
<i>Jang vd. (2011)</i>	<b>157</b>	<b>13,08</b>	<b>3,85</b>	Pizam vd. (2019)	74	18,50	4,58
Jeong vd. (2014)	115	12,78	3,18	Madeira vd. (2021)	30	15	4,40
Lee vd. (2016)	114	16,29	2,62	<i>Kim vd. (2013)</i>	<b>227</b>	<b>22,70</b>	<b>4,16</b>
Moudon vd. (2007)	112	7	1,17	<i>Jang vd. (2011)</i>	<b>157</b>	<b>13,08</b>	<b>3,85</b>
Ward vd. (1992)	107	3,45	1	Yigitcanlar vd. (2020)	46	15,33	3,62
Dipietro vd.(2013)	102	10,20	1,87	Niu vd.(2021)	24	12	3,52
Martinez vd. (2015)	96	12	2,78	Thompson vd. (2022)	4	4	3,22

Veri setindeki tüm makaleler atıf sayısına göre sıralandığında (Tablo 5'in sol tarafı) 367 atıfla Wu vd. (2009) ve 227 atıfla Kim vd. (2013)'e ait olan makaleler ilk iki sırada yer almaktadır. Bu makaleleri sırasıyla 166 atıflı Cohen vd. (2012)'ye ait makale ve Jang vd. (2011)'e ait 157 atıflı makaleler takip etmektedir. Tablo 5'in sol tarafında da görüldüğü üzere makalelerin atıf sayısında, yayınlandığı yıl üzerinden geçen süre önemli bir etkiye sahiptir. Daha önce de belirtildiği üzere bu etkiyi ortadan kaldırmak ve daha gerçekçi değerlendirmeler yapabilmek için normalize edilmiş atıf sayılarını dikkate almak seçilebilecek değerlendirme kriterlerinden biridir. Tablonun sağ tarafında veri setindeki makalelerin normalize edilmiş atıf sayılarına göre ilk 10'a giren makaleler yer almaktadır. Buna göre toplam atıf sayısına göre ilk 10'da yer alan makalelerden sadece Kim vd. (2013) tarafından yazılan makale ile Jang vd. (2011) tarafından yazılan makaleler normalize edilmiş atıf sayısına göre ilk 10'a girebilmiştir. Normalize edilmiş atıf sayılarına göre Moon (2021) tarafından hazırlanan makale 5,73 atıf ile tüm makaleler arasında en yüksek değere sahiptir. Normalize edilmiş atıf sıralamasına göre ilk 10'da yer alan makalelerden sadece ikisi hariç 2019 ve sonraki yıllarda yayınlanan makalelerdir. Bu durum son yıllarda bu alandaki yayınlara olan ilginin artmasına paralel olarak son yıllarda yayınlanan makalelerin etkinliğinin de arttığının bir göstergesidir. Veri setinde hiç atıf almayan 17 makale bulunmaktadır. Bu makaleler arasında sadece bir

tanesi 2011 tarihli bir makaledir. Diğerleri ise ağırlıklı olarak 2022 yılı olmak üzere son 3 yıldaki makalelerden oluşmaktadır.

Makalelerin toplam atıfları kadar bu veri setindeki diğer makalelere sundukları katkı da makalelerin alandaki etkilerini ortaya koymak açısından önemli bir göstergedir. Veri setinde yer alan bir yayının yine aynı veri setinde yer alan yayınlarda kaç kez alıntılındığını göstermek için “yerel atıf” kavramı kullanılmaktadır (URL2: <https://rdrr.io/cran/bibliometrix/man/localCitations.html>). Tablo 6’da görüldüğü üzere en çok yerel atıf alan Jang vd. (2011) tarafından yazılan ve International Journal of Hospitality Management adlı dergide yayınlanan makale toplam 157 atıftan 12’sini bu veri setindeki makalelerden almıştır. Dipietro vd. (2013) 9,80 ile, Flimonau vd. (2020) 9,23 ile toplam atıfları içinde en yüksek oranda yerel atıflara sahip olan yazarlardır.

**Tablo 6:** Yerel Atıf Sayılarına Göre Makaleler

Yazarlar	Yayınlandığı Dergi	Yerel Atıflar	Küresel Atıflar	Yerel Atıfların Küresel Atıflara Oranı
Jang Yj, 2011	International Journal of Hospitality Management	12	157	7,64
Dipietro Rb, 2013	International Journal of Contemporary Hospitality Management	10	102	9,80
Kim Yj, 2013	International Journal of Hospitality Management	8	227	3,52
Jeong E, 2014	International Journal of Hospitality Management	8	115	6,96
Wu Chj, 2009	International Journal of Hospitality Management	6	367	1,63
Line Nd, 2016	International Journal of Hospitality Management	6	73	8,22
Filimonau V, 2020	Journal of Cleaner Production	6	65	9,23
Lee C, 2016	Tourism Management	5	114	4,39

### Yazarların Performansları

Bu veri setindeki makalelerin hazırlanmasında toplam 687 yazar katkı sağlamıştır. Tablo 7’de de görüldüğü üzere 644 yazarın bu veri setindeki makalelerden sadece birer tanesinde katkısı bulunmaktadır. 32 yazar ikişer makaleye, 10 yazar üç makaleye ve sadece bir yazar altı makaleye katkıda bulunmuştur.

**Tablo 7:** Makale Sayılarına Göre Yazarlar

Makale Sayısı	1	2	3	6	Toplam
Yazar Sayısı	644	32	10	1	687

Yazarların performanslarının değerlendirilmesinde yayın performanslarının değerlendirilmesinde olduğu gibi atıf sayısı ve normalize edilmiş atıf sayısı dikkate

alınarak yine iki farklı açıdan değerlendirme yapmak mümkündür. Tablo 8’de bu değerlendirmeye ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablonun sol tarafındaki yazarlar toplam atıf sayısına göre en fazla atıf alan 20 yazardır. Tablonun sağ tarafında ise yazar başına normalize edilmiş ortalama atıf sayısına göre sıralamada ilk 20’ye giren yazarlar gösterilmektedir. Toplam atıf sayısına göre ilk ikideki yazarlar 367 atıfla en çok atıf alan yayının yazarları olan Cedric Hsi-Jui Wu, ve Rong-Da Liang’dır. İlk beşe giren diğer üç yazar ise en çok atıf alan ikinci makalenin yazarları David Njite, Yong Joong Kim ve Murat Hançer’dir. Toplam atıf sayılarına göre ilk 20’de yer alan bu üç yazar ve Yoon Jung Jang yayın başına normalize edilmiş atıf sayılarına göre de ilk yirmiyeye giren yazarlar arasında yer almaktadır. Tablonun sol tarafında yer alan diğer 16 yazar, yayın başına normalize edilmiş atıf sayılarına göre ilk 20’de kendilerine yer bulamamıştır. Yayın başına normalize edilmiş atıf sayısına göre 5,7262 ile en fazla atıf alan yazar Sun-Jung Moon olmuştur. Moon’u, Magdalena Kubal-Czerwinska ve Kinga Krzesiwo 5,1124 atıf ile takip etmektedir. Toplam atıf sayısına göre ilk 20’ye giren yazarların yayın yılı ortalaması 2013,325 iken yazar başına normalize edilmiş atıf sayısına göre yayın yılı ortalaması 2019’dur. Bu durum, alana katkısı yüksek olan yayınların özellikle son yıllarda yoğun olarak yapıldığını göstermektedir.

**Tablo 8:** Atıf Performanslarına Göre Yazarlar

<i>Yazar Adı</i>	<i>Y.S.</i>	<i>T.A.S.</i>	<i>Ort. Yay. Yılı</i>	<i>Y.B.O.A.S.</i>	<i>Y.B.N.E.A.S</i>	<i>Yazar Adı</i>	<i>Y.S.</i>	<i>T.A.S.</i>	<i>Ort. Yay. Yılı</i>	<i>Y.B.O.A.S.</i>	<i>Y.B.N.E.A.S</i>
Wu, Cedric Hsi-Jui	1	367	2009	367	3,1102	Moon, Sun-Jung	1	39	2021	39	5,7262
Liang, Rong-Da	1	367	2009	367	3,1102	Kubal-Czerwinska, Magdalena	1	65	2020	65	5,1124
Njite, David	1	227	2013	227	4,1617	Krzesiwo, Kinga	1	65	2020	65	5,1124
Kim, Yong Joong	1	227	2013	227	4,1617	Yu, Tai-Yi	1	6	2022	6	4,8333
Hancer, Murat	1	227	2013	227	4,1617	Kuo, Ya-Ting	1	6	2022	6	4,8333
Bonn, Mark A.	3	201	2015.333	67	1,7416	Tasci, Ash D. A.	1	74	2019	74	4,5841
Kim, Woo Gon	2	195	2012	97.5	2,2734	Pizam, Abraham	1	74	2019	74	4,5841
Cohen, D. A.	1	166	2012	166	1,8444	Palrao, Teresa	1	30	2021	30	4,4048
Babey, S. H.	1	166	2012	166	1,8444	Mendes, Alexandra Sofia	1	30	2021	30	4,4048
Jang, Yoon Jung	1	157	2011	157	3,8501	Madeira, Arlindo	1	30	2021	30	4,4048
Jang, Soocheong (Shawn)	2	120	2017.5	60	1,9594	Njite, David	1	227	2013	227	4,1617
Jeong, Eunha	1	115	2014	115	3,1846	Kim, Yong Joong	1	227	2013	227	4,1617

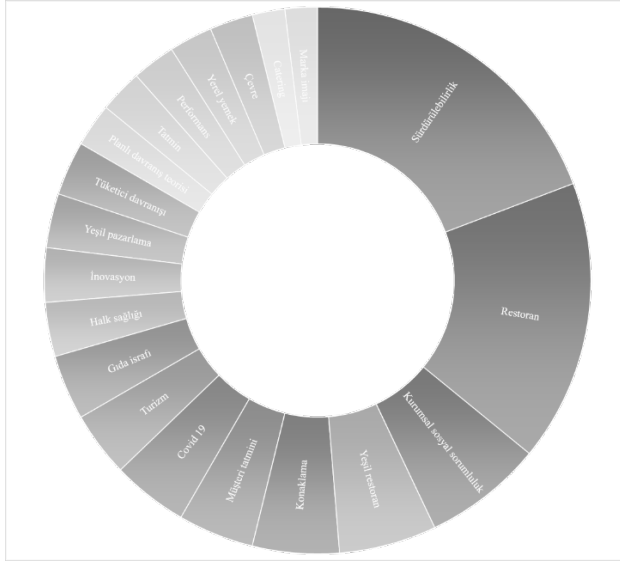
Ha, Sejin	1	115	2014	115	3,1846	Hancer, Murat	1	227	2013	227	4,1617
Day, Jonathon	1	115	2014	115	3,1846	Jang, Yoon Jung	1	157	2011	157	3,8501
Sardeshmukh, Shruti R.	1	114	2016	114	2,6207	Yigitcanlar, Tan	1	46	2020	46	3,618
Lee, Craig	1	114	2016	114	2,6207	Cugurullo, Federico	1	46	2020	46	3,618
Hallak, Rob	1	114	2016	114	2,6207	Niu, Baozhuang	1	24	2021	24	3,5238
Llach, Josep	3	114	2016.333	38	1,2178	Mu, Zihao	1	24	2021	24	3,5238
Del Mar Alonso-Almeida, Maria	3	114	2016.333	38	1,2178	Li, Qiyang	1	24	2021	24	3,5238
Weathers, Robert D.	1	112	2007	112	1,1728	Ji, Ping	1	24	2021	24	3,5238

Y.S.: Yayın sayısı T.A.S.: Toplam atıf sayısı Y.B.O.A.S.: Yazar başına ortalama atıf sayısı Y.B.N.E.A.S.: Yazar başına normalize edilmiş atıf sayısı

### Anahtar Kelimelere İlişkin Değerlendirmeler

Bölümün ilk kısımlarında da belirtildiği üzere veri setinin belirlenmesinde iki farklı türde anahtar kelime sorguya dahil edilmiştir. Bunlardan bir tanesi yazarlar tarafından belirlenerek makalelere eklenen “yazar anahtar kelimeleri”dir. Bir diğeri ise WoS veri tabanındaki algoritma aracılığıyla belirlenen “Keyword Plus” olarak ifade edilen anahtar kelimelerdir. Anahtar kelimelere ilişkin bu bölümde yer verilen değerlendirmeler yazarlar tarafından belirlenen 887 “yazar anahtar kelimesi” üzerinden yapılmıştır.

Şekil 9’da yazarlar tarafından en sık kullanılan anahtar kelimeler görülmektedir. Sorguya paralel olarak “sürdürülebilirlik” ve “restoran” en sık kullanılan anahtar kelimeler olmuştur. Bu kelimeleri sırasıyla “kurumsal sosyal sorumluluk”, “yeşil restoran”, “konaklama”, “müşteri tatmini”, “Covid-19”, “turizm”, “gıda israfı”, “halk sağlığı”, “inovasyon”, “yeşil pazarlama”, “tüketici davranışı”, “Planlı Davranış Teorisi”, “tatmin”, “performans” “yerel yemek”, “çevre”, “catering” ve “marka imajı”dır anahtar kelimeleri takip etmektedir.



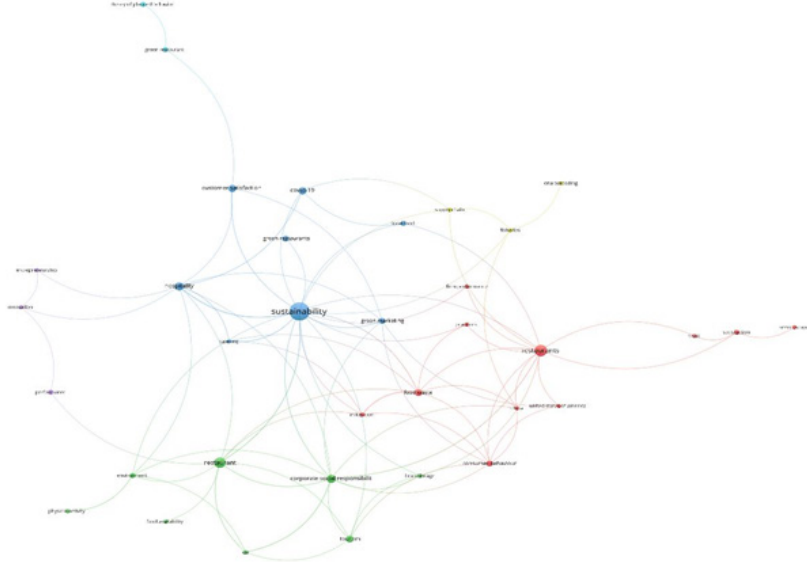
**Şekil 9:** En Sık Kullanılan Yazar Anahtar Kelimeleri

Veri setindeki anahtar kelimelerin analizi, kelimelerin birlikte bulunma durumları göz önünde bulundurularak ayrıca yapılmıştır. Makalelerde en az üç kere kullanılmış anahtar kelimelerin ikililer şeklinde birlikte bulunmaları, her birlikteliğin aynı şekilde ağırlıklandırıldığı sayım şekli olan tam sayım ile analiz edilmiştir. Analizde normalleştirme metodu olarak “Linlog/modularity” seçeneği kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre en çok kullanılan 35 kelime arasında 83 bağlantı tespit edilmiştir ve bu bağlantılar Şekil 10’da görselleştirilmiştir.

Şekil 10’da da görüldüğü üzere altı farklı anahtar kelime kümesi ortaya çıkmıştır. Bu kümeler ve bu kümelerde yer alan kelimeler şu şekildedir.

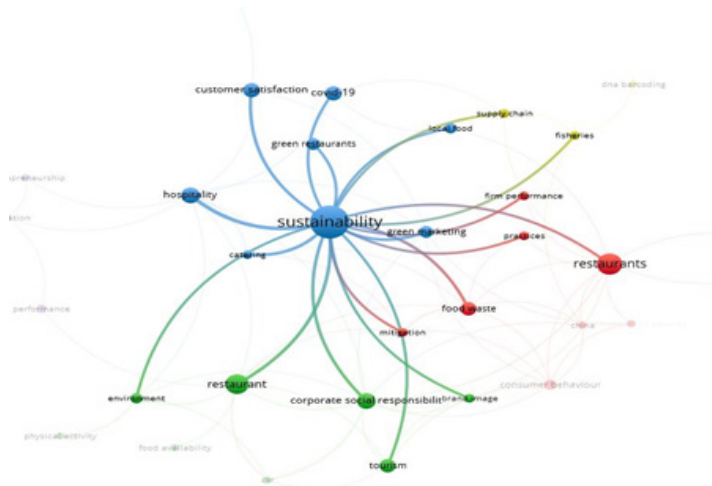
1. Mavi Küme: sürdürülebilirlik (sustainability), konaklama (hospitality), kovid-19 (covid-19), müşteri memnuniyeti (customer satisfaction), yeşil pazarlama (green marketing), yeşil restoranlar (green restaurants), yerel yemek (local food), catering (catering)
2. Kırmızı Küme: restoranlar (restaurants), yemek atıkları (food waste), tüketici davranışı (consumer behaviour), memnuniyet (satisfaction), Çin (china), firma performansı (firm performance), hafifletme (mitigation), uygulamalar (practices), hizmet manzarası (servicescape), güven (trust), Amerika Birleşik Devletleri (United States of America)
3. Yeşil Küme: restoran (restaurant), kurumsal sosyal sorumluluk (corporate social responsibility), turizm (tourism), çevre (environment), marka imajı (brand image), csr (csr), yiyecek mevcudiyeti (food availability), fiziksel aktivite (physical activity)
4. Sarı Küme: dna barkodlama (dna barcoding), balıkçılık (fisheries), tedarik zinciri (supply chain)

5. Turkuaz Küme: yeşil restoran (green restaurant), planlı davranış teorisi (theory of planned behavior)
6. Mor Küme: performans (performance), girişimcilik (entrepreneurship), yenilik (innovation)



Şekil 10: Yazar Anahtar Kelimeleri Arası Birlikte Oluşum Ağları

Şekil 11’de ise anahtar birlikte oluşum ağının merkezinde yer alan “sürdürülebilirlik” (sustainability) anahtar kelimesinin birlikte kullanıldığı kelimeler daha yakından incelenmiştir. Buna göre mavi kümede yer alan sürdürülebilirlik anahtar kelimesinin sarı, kırmızı ve yeşil kümelerdeki anahtar kelimelerle de birlikte kullanıldığı görülmüştür.

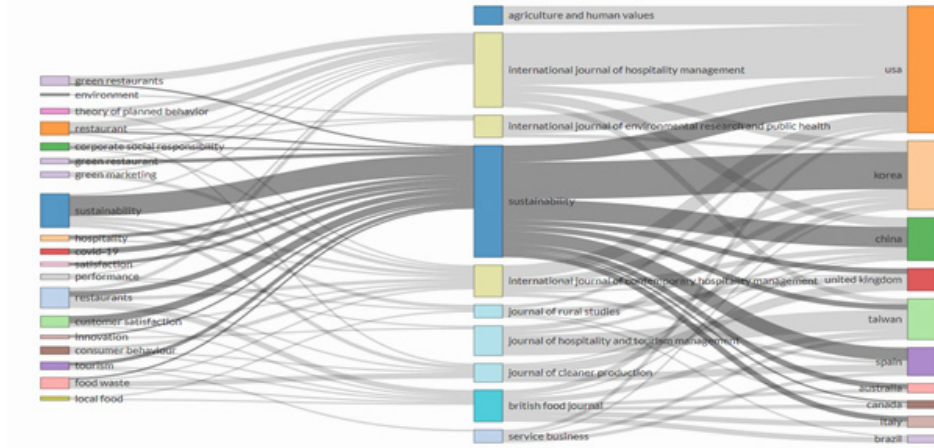


Şekil 11: Sürdürülebilirlik Anahtar Kelimesinin Birlikte Kullanıldığı Anahtar Kelimeler



## Makalelerin Anahtar Kelime, Dergi ve Ülke Açısından Bir Arada Değerlendirilmesi

Şekil 12’de veri setinde yer alan makalelerde en sık kullanılan 20 anahtar kelime, bu veri setinde en çok makaleye sahip ilk 10 dergi ve ülke yayın performanslarında ilk 10’a giren ülkelerin üçlü alan gösterimine yer verilmektedir. İlk 20’deki anahtar kelimelerin büyük çoğunluğu “Sustainability” adlı dergide yayınlanan makalelerde verilen anahtar kelimeler olmuştur. “Sustainability” dergisinde ilk 10’a giren bütün ülkelerden makaleler yer almıştır. “Sustainability” dergisinde “sürdürülebilirlik” (sustainability) anahtar kelimesinden sonra en çok kullanılan anahtar kelime “müşteri memnuniyeti” (customer satisfaction) olmuştur. “Yeşil pazarlama” (green marketing) anahtar kelimesi ise en çok “International Journal of Contemporary Hospitality Management” adlı dergideki makalelerde kullanılmıştır. ABD’den yapılan yayınların büyük oranda “International Journal of Hospitality Management” adlı dergide, Güney Kore’den ve Çin Halk Cumhuriyeti’nden yapılan yayınların büyük oranda “Sustainability” adlı dergide ve Tayvan’dan yapılan yayınların büyük oranda “Journal of Hospitality and Tourism Management” adlı dergide yayımlandığı görülmektedir.



Şekil 12: Anahtar Kelime-Dergi-Ülke Üçlü Alan Gösterimi

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanında 1992-2022 yılları arasında yayınlanan 213 SSCI makale bibliyometrik analize tabi tutularak makalelerin sayılarında yıllar içinde meydana gelen değişimler, makalelerin ilişkilendirildikleri kategoriler, üniversitelerin üretkenlikleri, dergilerin üretkenlikleri ve normalize edilmiş atıf sayılarına göre etkinlikleri, ülkelerin üretkenlikleri ve etkinlikleri, ülkeler arası iş birlikleri, yayınların etkinliği, yazarların atıf performansları ve anahtar kelimelere ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır.

30 yıl süresince bu alanda yayınlanan makalelerin %64'ünün son beş yılda yayınlanmış olması bu alana olan ilginin son yıllarda arttığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Gıda tüketim alışkanlıklarındaki kültürel etki, sürdürülebilirlik konusunda tarladan çatala uzanan süreçteki kayıpların önlenmesi ve sağlıklı beslenme konusundaki bilinçli tüketiciler, restoranlarda sürdürülebilir pazarlama alanında yapılan çalışmalarda çok yönlü bir bakış açısı gerektirmektedir. WoS kategorilerine göre yapılan sınıflandırmada çalışmaların işletme, pazarlama, turizm ve sürdürülebilirlik alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak iş sağlığı ve güvenliği , gıda teknolojisi, tarım, beslenme ve diyetetik, sosyoloji, coğrafya gibi konuları kapsayacak şekilde disiplinler arası iş birliklerinin olduğu da bir anlamda alanın gerekliliklerini sağlayan bir yapı da olduğu da görülmektedir.

Üniversitelerin üretkenlikleri değerlendirildiğinde ABD üniversitelerinin bu alanda yoğun olarak katkı verdikleri dikkat çekmektedir. Özellikle turistik lokasyona sahip bölgelerin (Florida) üniversiteleri olması dikkat çekicidir.

“Sustainability” dergisi en çok makale yayınlayan dergidir. “International Journal of Hospitality Management” adlı dergi ise hem üretken dergilerin etkinliğinde hem de veri setindeki makalelerin kaynakçalarında en öne çıkan dergi olarak kendini göstermektedir. Bu alanda yapılan çalışmalara yön veren bir dergi olarak bu alanda çalışan araştırmacılar için hem iyi bir kaynak hem de araştırmacıların etkinliğinin ortaya konulmasında önemli bir yer tutmaktadır. Veri setine dahil edilen makalelerin kaynakça bölümleri incelendiğinde en çok atıf alan ilk 10 derginin kapsamı dikkate alındığında, turizm, işletmecilik, pazarlama ve sürdürülebilirlik gibi alanlarda, beklendiği üzere arama kelimeleriyle uygun olan içeriklerdeki dergilere yoğun olarak atıf yapıldığı görülmektedir. En çok atıf alan makalelerin yazarları olarak ve en çok atıf alan yazarlar olarak oluşturulan tablolarda Türk akademisyenler dikkat çekse de bu yazarların üretkenlikleri bağlı buldukları kurumların ülkelerine katkı olarak gösterilmektedir. Makalelerin yaklaşık % 93'ü çok yazarlı makalelerdir. Bu alanda yapılan çalışmalarda yazar iş birliklerinin ne kadar yoğun olduğu buradan da anlaşılmaktadır. Ülke iş birlikleri açısından bir değerlendirme yapıldığında (MCP Ratio dikkate alınarak) Birleşik Krallık, Güney Kore ve Çin Halk Cumhuriyeti bu alanda iş birliklerine açık ülkeler olarak görülmektedir. Yazarların, makalelerin ve dergilerin etkinlikleri değerlendirilirken mutlaka göz önünde bulundurulması gereken unsurlardan bir tanesi bir makalenin daha erken tarihte yayınlanmış olmasından doğacak atıf alma ihtimalinin normalize edilmiş atıflar sayesinde ortadan kaldırılması ve daha gerçekçi bir değerlendirme ve karşılaştırma yapılmasıdır.

Çalışmanın katkılarına rağmen, bazı sınırlılıkları vardır. Bu çalışmada veri setine dahil edilen çalışmalar WoS veri tabanından seçilmiştir. Farklı veri tabanlarında farklı yayın türleri de veri setine dahil edilerek analizin sonuçları ve kapsamı genişletilebilir. Ayrıca bu veri setindeki makaleler İngilizce makalelerden oluşmaktaydı. Farklı dillerde de araştırma yapılarak sonuçlar genişletilebilir.

## KAYNAKÇA

- Bhattacharyya, J. (2022), «The structure of sustainability marketing research: a bibliometric review and directions for future research», *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2021-0239>
- Bulut, Z. A., Tekinbaş Özkaya F., Karabulut, A. N., & Atağan, G. Gıda ürünlerinin sürdürülebilir tüketimi bağlamında tüketici tipolojisi geliştirme çalışması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 73-90.
- Cavalcante, W. Q. D. F., Coelho, A., & Bairrada, C. M. (2021). Sustainability and tourism marketing: A bibliometric analysis of publications between 1997 and 2020 using vosviewer software. *Sustainability*, 13(9), 4987.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Eck, Nees Jan van ve Waltman, Ludo. (2022). VOSviewer Manual version 1.6.18. Universiteit Leiden.
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact?. *Scientometrics*, 105(3), 1809-1831.
- Geng, Y., & Maimaituerxun, M. (2022). Research Progress of Green Marketing in Sustainable Consumption based on CiteSpace Analysis. *Sage Open*, 12(3), 21582440221119835.
- Goral, M., Bulut, Z., Basar, B., & Kement, U. (2022). The trace of sustainability approach in gastronomy science: Bibliometric analysis of studies on green restaurants. *University of South Florida (USF) M3 Publishing*, 16(9781955833103), 23.
- Kar, S., & Harichandan, S. (2022). Green marketing innovation and sustainable consumption: A bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 361, 132290.
- Leonidou, C.N. and Leonidou, L.C. (2011), "Research into environmental marketing/management: a bibliographic analysis", *European Journal of Marketing*, 45(1/2),68-103.
- Liu, J., Wei, W., Zhong, M., Cui, Y., Yang, S., & Li, H. (2022). A bibliometric and visual analysis of hospitality and tourism marketing research from 2000–2020. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, (ahead-of-print).
- Ozel, C. H., & Kozak, N. (2012). Bibliometric profile of tourism marketing literature from 2000 to 2010 and a citation analysis study. *Turkish Librarianship*, 26(4), 715-733.
- Pahrudin, P., Liu, L. W., & Li, S. Y. (2022). What Is the Role of Tourism Management and Marketing toward Sustainable Tourism? A Bibliometric Analysis Approach. *Sustainability*, 14(7), 4226.
- Peattie, K. (2001). Towards sustainability: the third age of green marketing. *The marketing review*, 2(2), 129-146.
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., Kayikci, Y., & Appolloni, A. (2022). Mapping the scholarly research on restaurants: a bibliometric analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-50.
- Rodríguez-López, M. E., Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Muñoz-Leiva, F. (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387.
- Saleem, F., Khattak, A., Ur Rehman, S., & Ashiq, M. (2021). Bibliometric analysis of green marketing research from 1977 to 2020. *Publications*, 9(1), 1.
- Silva, R.F.D., & Razzolini Filho, E. (2021). Scientific publications about green marketing: a bibliometric perspective. *RDBCI: Digital Journal of Library and Information Science*; 19, Countinous Publication; e021018.
- URL-1: Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları <https://turkiye.un.org/tr/sdgs> (E.T.:23.11.2022).
- URL-2: <https://rdrr.io/cran/bibliometrix/man/localCitations.html> (Local Cited ) (E.T.: 17.11.2022)
- Vogel, D. R., de Barros, B. I. V., & Marinho, A. B. (2019). Scientific research in gastronomy: bibliometric analysis of Brazilian journals. *Rosa dos Ventos*, 11(4), 922-938.
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: pitfalls and possibilities. *Basic & clinical pharmacology & toxicology*, 97(5), 261-275.
- Yao, Q., Chen, K., Yao, L. et al. Scientometric trends and knowledge maps of global health systems research. *Health Res Policy Sys* 12, 26 (2014). <https://doi.org/10.1186/1478-4505-12-26>
- Zhang, J., Yu, Q., Zheng, F., Long, C., Lu, Z., ve Duan, Z. (2016). Comparing Keywords Plus of WOS and Author Keywords: A Case Study of Patient Adherence Research. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(4), 967-972.

## 4. BÖLÜM

### KAHVE KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Filiz ARSLAN<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

Dünya’da en önemli içeceklerden biri olan kahve, çalışırken, seyahat ederken, bir arkadaşımızla kafede otururken tüketilen ve günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen bir içecektir. Kahve, bir içecek olmanın ötesinde kültürün önemli bir birleşenidir. Misafirperverliğin göstergesi olarak evlerde olduğu gibi, ticari bir kafede ya da restoran menüsünde bir yemeğe eşlik eden ana cazibe olarak görülmektedir (Jolliffe, 2010:6). Bu doğrultuda toplumun önemli bir kesimi tarafından tüketilen kahve kültürel, ticari ve sosyal yönden oldukça önemli bir konuma sahiptir (Heise, 200:31). Kahve, uluslararası ve ulusal literatürde araştırmacıların üzerinde çalıştığı bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, gastronomi ve turizm alanlarında “kahve” konulu çalışmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmektir. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında konu ile ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışma gastronomi ve turizm alanlarında İngilizce dilinde “kahve” konulu gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin genel betimsel veriler sunmakla birlikte; yıllara göre yayın sayısı, yazarlara ve dergilere ait bulgular sunmaktadır. Çalışma kapsamında kelime bulutu analizi ve frekans dağılımları, kahve konulu araştırmaların tematik analizi, üç alan diyagramı ve ülkelere ait işbirliği harita analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın gastronomi ve turizm alanlarında kahve olgusunu konu alan çalışmalara önemli katkı sağlayıcı düşünülmektedir.

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O., ORCID: 0000-0003-3868-6637, filizarслан@akdeniz.edu.tr

## ALAN YAZIN

Etimolojik olarak Afrika kökenli kelime olan kahve, *Coffea* cinsinin tropikal bir çalı olan kahve ağacının meyveleri ile elde edilmektedir (Arslan, 2021; Jolliffe, 2010; Hattox, 1998). Kahve çekirdeği ekvatora yakın “coffee belt” olarak adlandırılan bölgede yetişmektedir. Ticari kahve, iki ana tür olan *Coffea Arabica* L. ve *C. Canephora* gelir. *Coffea* cinsi Afrika’nın Eski Dünya tropiklerine endemiktir (Engelmann ve Dulloo, 2007:1). Kökboyasıgillerdendir. Kahve M.S. 550 yıllarında Etiyopya’da bulunmuş daha sonra bütün Arabistan’da içilmiştir. İlk kahve Etiyopya’da yetiştiği bilinmekle birlikte bunu takiben kahvenin Yemen ve yasak olmasına rağmen gizlice alınarak başka ülke ve bölgelere getirilerek bugünkü kahve çeşitliliğinin oluştuğunu söyleyebiliriz. Anadolu’ya ise, ilk kez 16.yüzyılda Habeşistan (Etiyopya) valisi Özdemir Paşa tarafından getirilmiş olduğu belirtilmektedir (Arslan, 2021; Günlü, vd., 2019; Sökmen, 2009). Kahve bazı toplumlarda miras ve kutsal kabul edilmekle birlikte, toplum ritüellerinde yer almakta, hatta başkalarına hediye olarak takdim edilen bir öneme sahiptir. Kahve bir çok ürün ve hizmette kullanılmaktadır. Kahve içecek olarak tüketildiği gibi bir çok tatlı yapımında da kullanılmaktadır. Bunun yanında kahve “turizm” açısından da önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Chen, vd., 2021:290). Kahve turizmi, bir kahvenin tüketimi, tarihi, gelenekleri, ürünleri ve bir destinasyonun kültürü ile ilişkili olarak tanımlanmaktadır (Jolliffe ve Bui, 2006). Kahve ve turizm, kahvenin misafirperverlik ürünü haline geldiği bir olgudur. Böylece kahve turizmi kültürel ve mutfak turizmi girişimlerinin bir parçası olabileceği söylenebilir (Jolliffe, 2010). Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda ulusal ve uluslar arası literatür incelendiğinde, kahve, kahve turizmi konusunda çalışmaların (Chen, vd., 2021; Smith, vd., 2019; Candelo, vd., 2019; Arslan, 2019; Suarez, vd., 2017; Jolliffe, 2010) olduğu izlenmektedir.

Chen, vd. (2021), kahve ve çay turizmi konusunda gerçekleştirdikleri sistematik araştırmalarında destinasyonların gelişiminde önemli ipuçları sağlamaktadır. Ancak araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gastronomi ve turizm alanında “kahve” konusuyla ilgili gerçekleştirilen sınırlı sayıda bibliyometrik araştırmaya rastlanmıştır. Bu doğrultuda çalışma, gastronomi ve turizm alanlarında “kahve” ile ilgili çalışmalara yönelik bütüncül bir veri sağlamak ve bundan sonra gerçekleştirilecek çalışmalara önemli ipuçları sunmaktadır.

## YÖNTEM

Bu araştırma, “gastronomi ve turizm” alanlarında 1986-2022 yıllarında “kahve” konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek ve daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında “kahve” konulu ingilizce dilinde gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir. Web of Science Core Collection veri tabanının seçilmesindeki neden dünya çapında yayınlanmış hakemli, yüksek

kaliteli akademik dergiyi kapsamakta ve bilim, sosyal bilimler, sanat ve insani bilimlerde derin atıf bağlantılarını keşfetmenizi sağlamaktadır. Web of Science veri tabanından elde edilen veriler “(coffee and ( gastronom\* or tourism ))” gastronomi or tourism anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler R daki bibliometrix kütüphanesine aktarılmıştır. Bu şekilde çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Bibliometrik analiz, yazar, konu, atıf yapılan yazar ve kaynaklar gibi verilerin istatistiksel olarak incelenmesi ve ulaşılan istatistiksel sonuçlar vasıtasıyla belirli bir disipline ait genel durumun ortaya çıkarılması imkanı bibliyometrik çalışmayla olabilmektedir. Bibliyometrik incelemeler, bilimsel anlamda bir bilim dalında veya çalışma alanında tespit edilen eserlerin incelendiği, değerlendirildiği, tasnif edildiği ve gerçekçi analizlerle durum tespitinin yapıldığı detayları anlamaya yönelik bir çalışma yöntemidir (Şahin vd., 2018; Roig-Tierno vd., 2017). Bilimsel yayınları değerlendirmek için her türlü yayının bibliyometrik incelemesi yapılabilmektedir.

## BULGULAR

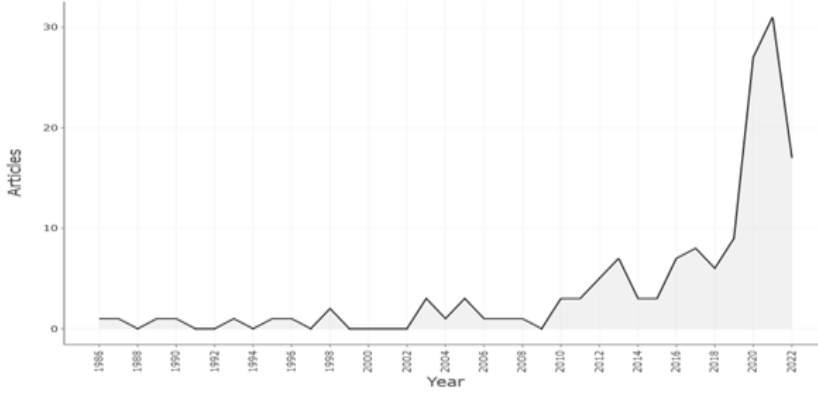
Web of Science Core Collection veri tabanından elde edilen verilerin analizi ile çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgular aşağıda tablolar halinde özetlenmiş ve veriler tabloların altında yorumlanmıştır.

### Genel Bulgular

**Tablo 1:** Betimsel Veriler

Temel Bilgiler	n	Doküman	n	Yazarlar	n
Dergi, kitap, vd.	108	Makale	105	Yazar Sayısı	369
Döküman	148	Bildiri	36	Tek yazarlı çalışmalar	39
Ortalama Atıf	5,973	Eleştiri	2	Çok yazarlı yazarlar	330
Yıllık Ort. Atıf	8,19	Artı Anahtar Kelimer	878	İşbirliği Endeksi	14,86
Referanslar	5310	Anahtar Kelime	493		

Tablo 1 verileri doğrultusunda, 1986-2022 yılları içerisinde 369 farklı yazar tarafından 143 adet çalışmanın gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu yayınlardan 105’i makale, 36’sı bildiri, 2’si eleştiri yazısıdır. Çalışmaların toplam 5310 referans verdiği ve çalışmaların ortalama 5,973 atıf aldığı tespit edilmiştir. Toplam yazar sayısının 369 olduğu ve 39 çalışmanın tek yazarlı, 330 çalışmanın ise çok yazarlı çalışma olduğu tespit edilmiştir. Yapılan yayınlardaki işbirliği endeksinin 14,86 olduğu görülmektedir.



Şekil 1: Yıllara Göre Yayın Dağılımı

Şekil 1 incelendiğinde, ilgili konuya yönelik gerçekleştirilen çalışmaların 2010 yıllarından itibaren gözle görülür bir artış gösterdiği görülmektedir. En fazla yayın sayısının 2021 yılında gerçekleştiği, 2019-2020 yılları arasında yayın sayısının hızla arttığı görülmektedir.

### Yazarlara ve Dergilere Ait Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen veri setinde yer alan yazarlara ve dergilere ait bulgular incelenmiş ve son 15 yıla ait veriler Tablo 2 ve 3’de sunulmuştur. Yazarlara ve dergilere ait bulgular h indeks, g indeks ve m index değerleri, Toplam Atıf sayıları (TA), Yayın Sayıları (YS) ve Yayın Başlangıcı (YB) değerleriyle incelenmiştir.

Tablo 2: Yazarlara Ait Bulgular

Yazarlar	h_index	g_index	m_index	TA	YS	YB
BLACKMAN A.	1	1	0,083	177	1	2011
RIVERA J.	1	1	0,083	177	1	2011
CONRAD J.M.	1	1	0,056	40	1	2005
FERRARO P.J	1	1	0,056	40	1	2005
UCHIDA T.	1	1	0,056	40	1	2005
BECKEN S.	1	1	0,2	37	1	2018
MOYLE B.D.	1	1	0,2	37	1	2018
TEGEGNE W.A.	1	1	0,2	37	1	2018
CHEN L-H	2	2	0,5	33	2	2019
MORRISON A.M.	2	2	0,5	33	2	2019

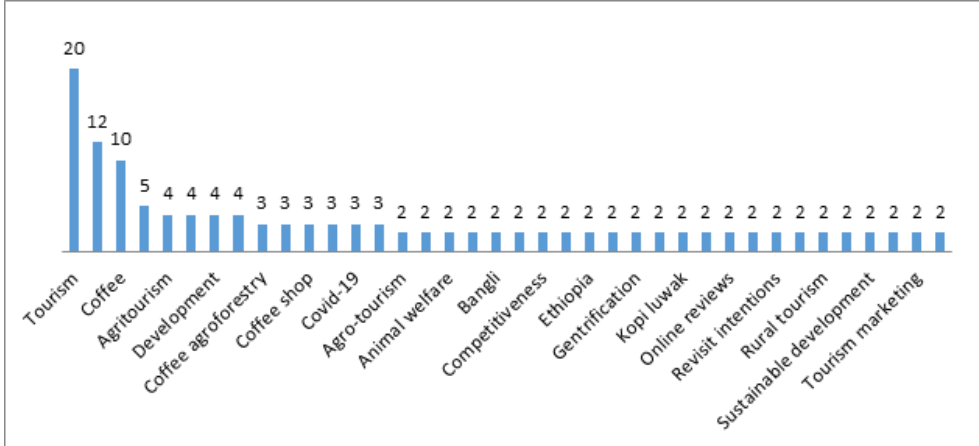
TA: Toplam atıf, YS: Yayın sayısı, YB: Yayın başlangıcı

Tablo 2’de yer alan bulgulara göre en fazla atıf alan yazarlar arasında Allen Blackman, Jorge Rivera’ın oldukça önemli düzeyde öne çıktığı görülmektedir. En çok atıf alan ilk iki yazar dışında diğer yazarların atıf sayılarının birbirine oldukça yakın olduğu tespit edilmektedir.





Şekil 2 incelendiğinde kelimelerin çoğunun alana özgü olduğu görülmektedir. Anahtar kelimelerin kullanılma sıklıkları incelendiğinde “tourism, coffee tourism, coffee, colombia, development, agritourism, conversion, tourism development, development”ın öne çıktığı görülmektedir. İncelenen veri setinde frekansı 2 ile 20 arasında yer alan anahtar kelimelerin frekans dağılımları Şekil 3’de özetlenmektedir.

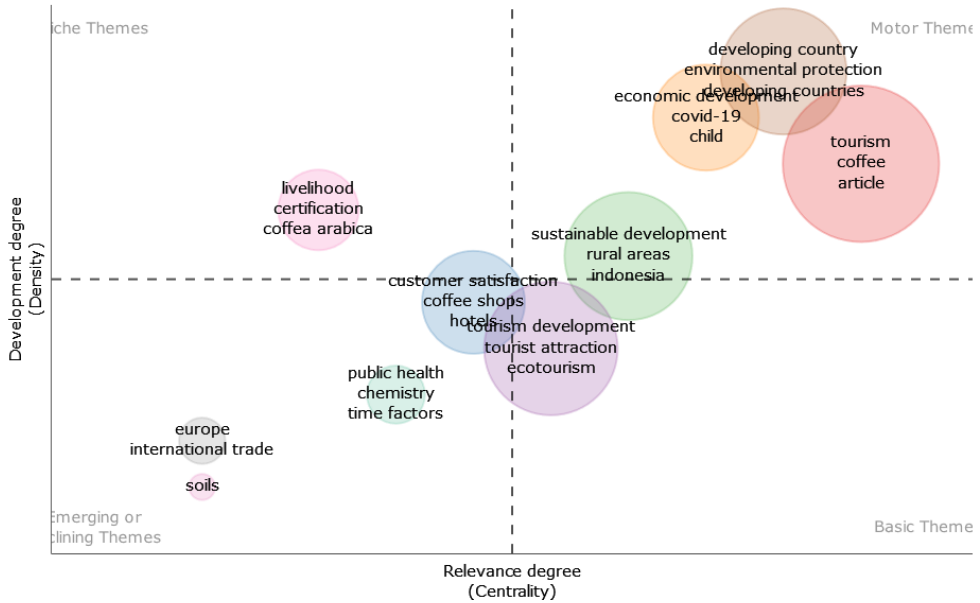


Şekil 3: Frekansı 2 ve 20 Arasındaki Anahtar Kelimeler

Şekil 3 incelendiğinde, en fazla frekansa sahip anahtar kelimenin “Tourism” olduğu, bunu takiben sırasıyla coffee tourism ve coffee anahtar kelimelerinin 12 ve 10 frekansa sahip olduğu bulunmuştur.

### **Kahve Konulu Araştırmaların Tematik Analizi**

Tematik haritalar, dört alan üzerinde anahtar kelime, özet ya da başlık gibi metaverilerden elde edilen kavramların alan yazın için önem düzeyini belirleyen görselleştirme yöntemi olarak ifade etmek mümkündür. Tematik analiz, ilgili literatürdeki kavramsal yapıyı keşfetmek amacıyla gerçekleştirilmekte olup; bu analizle anahtar kelime, özet, başlık gibi çeşitli metrikler kullanılmaktadır. Dört alan üzerinde temalar önem derecesine göre sağ üstten itibaren açıklandığında; sağ üstte yer alan temaların alan yazın için merkezi konumda yer aldığı, sol üstte yer alan temaların merkezi konumda olmayan ama sık kullanılan temalar olduğu, sol altta yer alan temaların koybolan veya yeni ortaya çıkmakta olan kavramları, sağ altta yer alan temaların ise araştırma alanı için önemli ancak yeterince gelişmediğini göstermektedir (Atabay ve Güzeller, 2021; Muñoz-Leiva, vd., 2012).

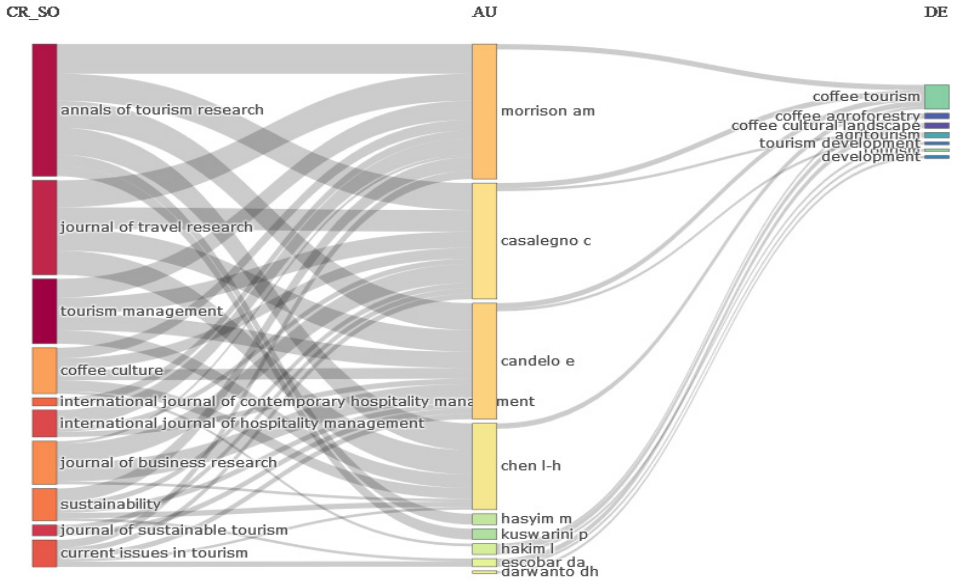


Şekil 4: Kahve Konulu Araştırmaların Tematik Analizi

Şekil 4 verileri doğrultusunda sağ üst alanda yer alan “tourism, economic development, sustainable development” gibi kavramlarla temsil edilen temaların sık kullanıldığı merkezi konumda olduğu ve diğer temalara göre ön planda olduğu söylenebilmektedir. Sol üst alanda yer alan “certification, coffee arabica” gibi temaları temsil eden kavramların alan yazında sık kullanılan ama merkezi konumda olmayan niş temalar olduğu anlaşılmaktadır. Sol alt alanda yer alan “europe, soils” temalarının ilgili alan yazınında ez az rastlanan düşüşte ya da yeni ortaya çıkan kavramlar olduğu söylemek mümkündür. Sağ alt alanda yer alan “tourism development, tourist attraction, ecotourism” gibi temaların ise merkezi konular olup henüz üzerinde fazla çalışılmamış olduğu belirtilebilmektedir.

### Üç Alan Diyagramı

Üç alan diyagramında sol tarafta dergiler, orta stünda yazarlar, sağ tarafta ise anahtar kelimeler görülmektedir. Üç alan diyagramında her stünda yer alan analiz birimleri arasındaki bağlar kalınlaştıkça o birimin sayısal açıdan daha güçlü olduğu anlaşılmaktadır (Atabay ve Güzeller, 2021). Araştırma amacı doğrultusunda gerçekleştirilen üç alan diyagram şekli aşağıda yer almaktadır.

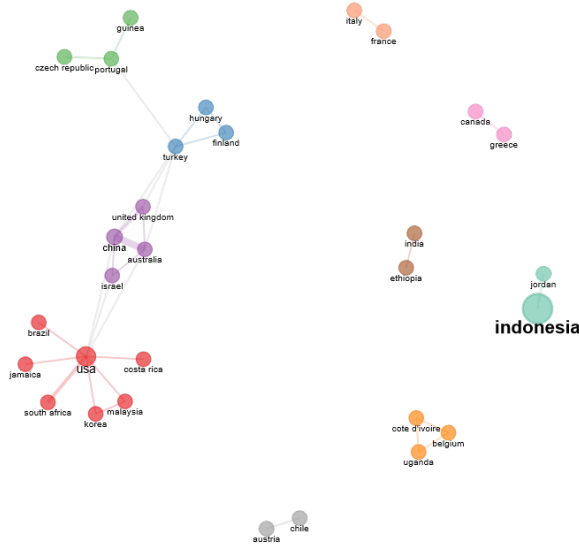


Şekil 5: Üç Alan Diyagramı

Şekil 5 incelendiğinde gastronomi ve turizm alanında en fazla yayın yapılan dergilerin “Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Tourism Management” olduğu tespit edilmiştir. İlgili alanda en çok yayın yapan yazarların ise “Morrison A. M., Casalegno C., Candelo E.” olduğu ve “coffee tourism, coffee agroforestry, coffee cultural landscape, agritourism, tourism development, development” anahtar kelimelerin en fazla kullanıldığı görülmektedir. Elde edilen bu bulgular doğrultusunda en fazla yayın yapan yazarların sayısal açıdan etkin dergilerde yayın yaptığı söylenebilmektedir.

### Ülkelere Ait İşbirliği Haritası

Ülkelere göre işbirlikleri ağları incelendiğinde iş birliği ağında, temelde birlikte yayın yapma sıklığına göre belirlenen ülke x ülke bitişiklik matrisi kullanılmaktadır. İş birliği ağları ülkeler, yazarlar ya da dergiler gibi kişi ya da kuruluşların birbiriyle ortaklaşa yaptıkları yayınları sosyal bir ağ aracılığıyla sunmaktadır. Kümelere ülkeler düğümleri temsil ederken ülkeler arasındaki bağların kalınlığı iş birliği sıklığını temsil etmektedir. Düğümlerin büyümesi ise ülkenin ağdaki etkisini ortaya koymaktadır.



**Şekil 6:** Ülkelere Ait İşbirliği Haritası

Şekil 6’da yer alan ülkelere ait işbirliği haritası incelendiğinde, turkuaz kümede Endonezya ülkesinin öne çıkmaktadır. Endonezya ile işbirliği yapan ülkenin ise Ürdün (Jordan)’dür. Diğer kümeler incelendiğinde Amerika’nın diğer ülkelere kıyasla öne çıktığı ve bu ülkenin Brezilya, Costa Rica, Jamaika, Kuzey Afrika, Kore ve Malezya, Çin, İsrail, Avusturya, Birleşik Krallık, Türkiye, Macaristan gibi ülkelerle geniş bir iş birliği ağı içinde olduğu görülmektedir. Çin’in ise Avustralya ile daha güçlü ilişki içinde olduğu görülmektedir. Elde edilen bu veriler ülkelerin kahve olgusuna verdikleri önem derecesi olarak söylemek mümkündür.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gastronomi ve turizm alanlarında “kahve” konulu çalışmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, 1986-2022 yılları içerisinde 369 farklı yazar tarafından 143 adet çalışmanın gerçekleştirildiği, toplam yazar sayısının 369 olduğu, gerçekleştirilen yayınlardaki işbirliği endeksinin 14,86 olduğu tespit edilmiştir. İlgili konuya yönelik gerçekleştirilen çalışmaların 2010 yıllarından itibaren gözle görülür bir artış gösterdiği, 2019-2020 yılları arasında yayın sayısının hızla arttığı ve en fazla yayın sayısının 2021 yılında gerçekleştiği bulunmuştur. Yayınların son yıllarda yaygınlaşması konuya ilişkin alanın gelişime açık olduğunun önemli bir göstergesidir. Elde edilen bu bulgu kahvenin sosyal, ticari ve kültürel öneminin yanı sıra, son yıllarda popüler kültürün etkisi ile konunun çok yönlü araştırılabilir olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Allen Blackman, Jorge Rivera’ın alan yazınında atıf sayısı açısından önemli düzeyde öne çıkması bu yönde

gerçekleştirilecek çalışmalar için önemli bir referans oluşturacağı söylenebilir. “International Journal Of Culture, Tourism, And Hospitality Research” dergisi toplam atıf sayısı dışında metriklerde üst sırada yer alsa da “Journal Of Destination Marketing And Management” dergisinin ise toplam yayın sayısı açısından ilk sırada olduğu görülmektedir. Ulaşılan bu sonuç doğrultusunda çalışmalarda elde edilen tek sonuç üzerinden sonuçların yorumlanmaması gerektiği, farklı parametrelerle sonuçların yorumlanması gerektiğinin göstergesidir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda anahtar kelimelerin çoğunun alana özgü olduğu ve en fazla frekansa sahip anahtar kelimenin sırasıyla tourism, coffee tourism ve coffeee anahtar kelimelerinin olduğu bulunmuştur. Kahve konulu araştırmaların “tourism, economic development, sustainable development” gibi temaların alan yazınında sık kullanıldığı bulunmuştur. Gerçekleştirilen üç alan diyagramı verileri doğrultusunda en fazla yayın yapılan dergilerin “Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Tourism Management” olduğu tespit edilmiştir. İlgili alanda en çok yayın yapan yazarların ise “Morrison A. M., Casalegno C., Candelo E.” olduğu ve “coffee tourism, coffee agroforestry, coffee cultural landscape, agritourism, tourism development, development” anahtar kelimelerin en fazla kullanıldığı tespit edilmiştir. Ükelere ait iş birliği ağları incelendiğinde, Endonezya ülkesinin öne çıktığı, bunu takiben Amerika’nın yer aldığı bulunmuştur. Endonezyanın sadece Ürdün ile sınırlı bir işbirliği içinde olduğu izlenirken, Amerika’nın daha geniş bir işbirliği ağında yer aldığı görülmektedir. Bunun en önemli nedeni olarak Amerikanın kahve söktöründe önemli bir otorite olması ve kahvenin ticari olarak ülke için önemi olarak belirtebiliriz. Kahvenin tarihi, kültürel ve sosyal yönlü öneminin yanında turizm açısından da önemli bir olgudur. Araştırma çerçevesinde gerçekleştirilen analiz bulguları da kahvenin bu önemini göstermektedir. Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gerçekleştirilen bu çalışmanın, gastronomi ve turizm alanlarında kahve olgusunu konu alan çalışmalara ve sektöre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ulusal alanyazını için önemli ipuçları sağlayan çalışmada elde edilen verilerin daha fazla veriyle, farklı veri tabanlarında, farklı anlizlerle ve farklı dillerde gerçekleştirilen çalışmalara odaklanan bir bakış açısıyla araştırılması literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Arslan, F. (2021). *Alkolsüz İçecekler ve Temel Barista (Kahve Bar Görevlisi) Eğitimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Arslan, F. (2019). Tüketicilerin Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Kahve Dükkanı Tercihleri: Antalya İlinde Bir Araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research* , 3 (2), 224-234.
- Atabay, E. ve Güzeller, C. O. (2021). A Bibliometric Study on Eye-Tracking Research in Tourism. *An International Interdisciplinary Journal*, 69 (4), 595-610.
- Candelo, E., Casalegno, C., Civera, C. and Buchi, G. (2019), A Ticket To Coffee: Stakeholder View And Theoretical Framework Of Coffee Tourism Benefits. *Tourism Analysis*, 24 (3), 329-340.
- Chen, S-H, Huang, J., Tham, A. (2021). A Systematic Literature Review Of Coffee And Tea Tourism. *International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research*, 15 (3), 290-311.
- Engelmann, M.E., Dulloo, C., Astorga, S., Dussertand F. A. (2007). *Conserving Coffee Genetic Resources Bioversity International*. Italya: Bioversity International.
- Günlü, E., Bahçeci, V., Sandıkçıoğlu, T., Öney, H., Güldemir, O. (2019). İçecek Bilgisi. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, Yayın No: 3352, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2207.
- Hattox, R.S. (1998). *Kahve Kahvehaneler: Bir Toplumsal İçeceğin Yakındoğu'daki Kökenleri*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını.
- Heise, U. (2001). *Kahve Kahvehane*. (çev. M.Tüzel) Ankara: Dost Kitapevi.
- Jolliffe, Lee (2010). *Coffee Culture, Destinations and Tourism*. USA: Channel View Publication.
- Muñoz-Leiva, F., Viedma-del-Jesús, M. I., Sánchez-Fernández, J. ve López-Herrera, A. G. (2012). An application of co-word analysis and bibliometric maps for detecting the most highlighting themes in the consumer behaviour research from a longitudinal perspective. *Quality & Quantity*, 46(4), 1077-1095.
- Roig-Tierno, N., Gonzalez-Cruz, T. F., ve Llopis-Martinez, J. (2017). An Overview Of Qualitative Comparative Analysis: A Bibliometric Analysis. *Journal of Innovation and Knowledge*. 2(1), 15-23.
- Smith, N., Suthitakon, N., Gulthawatvichai, T. and Karnjanakit, S. (2019). Creating a coffee tourism network in the North of Thailand, Local Economy. *The Journal of the Local Economy Policy Unit*, 34 (7), 718-729.
- Sökmen, Alptekin (2010). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Suarez, A.N., Lacay, J.K., Villanueva, V., Velasquez, R.A., Reyes, D.C., Serrano, V. and Borbon, J.C.D. (2017). Impacts of coffee shop business to tourism industry in three cities of Batangas, Philippines. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 14 (1), 131-145.
- Şahin, A. & Meral, Y. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, (2), 88-92.



## 5. BÖLÜM

### YİYECEK KORKUSU ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Furkan DURSUN<sup>1</sup>

#### ÖZET

Bu çalışmada yiyecek korkusu kavramı bağlamında yayınlanan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda bibliyometrik analiz için R programı kullanılmış, analiz edilecek veriler Scopus veri tabanından çekilmiştir. Elde edilen veriler kapsamında, sosyal bilimler alanında 1991-2022 yılları arasında yayınlanan toplam 459 İngilizce çalışmaya ulaşılmış çalışmalarda ağırlıklı payın makale türü olması (405) sebebiyle analizler bu tür üzerinden devam ettirilmiştir. Çalışmada, yiyecek korkusu kavramı üzerine kapsamlı bir alanyazın değerlendirmesi yapılmıştır. Analizler sonucunda, ilgili kavram üzerine değişen yayın eğilimi, yayınlarda sıklıkla kullanılan anahtar kelimeler, yayınların yer aldığı dergiler ve dergilerin atıf oranları, en çok atıf alan ve alanda etkili araştırmacılar, konu hakkında ülkelerin üretim oranları ve dergiler-ülkeler-anahtar kelimelerin birliktelik ilişkisi hakkında birtakım bulgulara ulaşılmıştır. Bu bağlamda, alanyazında yiyecek korkusu kavramına olan ilginin 2015 yılı ve sonrasında arttığı 2021 yılı itibarıyla makale türünde en yüksek yayın sayısına ulaşıldığı, konu hakkında en fazla makalenin “Foods” dergisinde yayınlanırken en yüksek atıf sayısına “Appetite” dergisinin sahip olduğu, alınan atıf sayısına göre 7 araştırmacının 22 atıfı zirveyi paylaştığı, en üretken ülke Amerika Birleşik Devletleri olurken yazar atıfında en öne çıkan araştırmacının “yiyecek korkusu” ve “çocuklarda yiyecek korkusu” ölçeklerini geliştiren Patricia Pliner’in olduğu ifade edilebilir.

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, 0000-0002-5785-1311, fdursun@kmu.edu.tr



**Anahtar Kelimeler:** Yiyecek Korkusu, Bibliyometrik Analiz, Beslenme ve Yiyecek Tercihi

## **BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON FOOD NEOPHOBIA**

### **ABSTRACT**

This study aims to conduct a bibliometric analysis of the studies published in the context of the concept of food neophobia. In this context, R program was used for bibliometric analysis and the data to be analyzed were obtained from the Scopus database. Within the scope of the data obtained, a total of 459 English language studies published between 1991 and 2022 in the field of social sciences were accessed, and since the predominant share of the studies was articles (405), the analysis was continued through articles. In this study, a comprehensive literature review on the concept of fear of food was conducted. As a result of the analysis, some findings were obtained about the changing trend of publications on the related concept, the keywords frequently used in publications, the journals in which the publications are included and the citation rates of these journals, the most cited researchers and influential researchers in the field, the production rates of countries on the subject of food neophobia, and finally the association relationship of journals-countries-keywords. In this context, it can be stated that the interest in the concept of fear of food in the literature increased in 2015 and after, the highest number of publications in the article type was reached as of 2021, while the highest number of articles on the subject was published in the journal "Foods", the journal "Appetite" had the highest number of citations, according to the number of citations received, 7 researchers shared the top with 22 citations, while the most productive country was the United States, the most prominent researcher in the author citation network was Patricia Pliner, who developed the "food neophobia" and "food neophobia scales in children".

**Keywords:** Food Neophobia, Bibliometric Analysis, Nutrition and Food Preference

### **GİRİŞ**

Gelişen teknolojik koşulların insanoğluna sağladığı birçok avantajdan biri olarak gıda muhafaza ve lojistik hizmetleri, tüketicilerin mesafe ve mevsimler fark etmeksizin coğrafyasına yakın veya uzak olan yiyeceklere erişimini kolaylaştırmıştır. Sağlanan bu avantajla birlikte artan yiyecek çeşitliliği beslenme yönünden de olumlu katkılar sağlamıştır. Beslenme, insan sağlığı ve beden gelişimi üzerinde önemli faktörlerden biridir. İnsan sağlığı açısından az sayıda yiyecek, tüm gerekli besin maddelerini içermektedir. Bu durumda insanlar hayati fonksiyonlarını sağlamak ve korumak için diyetlerinde besin çeşitliliğini artırmak durumundadır. Özetle, besin çeşitliliği ne kadar fazla olursa insanların beslenme ihtiyaçlarını giderme ihtimalleri o kadar kuvvetli olacaktır (Murphy vd., 2006; Hazley vd., 2022). Bazı durumlarda kişiler, sağlıklı bir diyet için gerekli yiyeceklere ve yiyecek çeşitliliği imkanlarına

sahip olmasına rağmen tercihen yeterince sağlıklı beslenmemektedir. Sağlıksız beslenme; obezite, yüksek tansiyon, çeşitli kardiyovasküler hastalıklar, diyabet ve yüksek kolesterol tipi hastalıklara yol açabilir (Maiz ve Balluerka, 2016). Bu kapsamda sağlıklı bir beslenme düzeni için, insanlarda yiyecek tüketim tercihlerinin anlaşılması önem arz etmektedir.

İnsanların yiyecek tüketim tercihlerine etki eden birçok farklı faktör vardır, bununla birlikte yemek yeme davranışı; yiyeceğin mevcut olma durumu, kişilerin sosyal ve kültürel çevresi, duygusal durumları, tutumları ve deneyimlerini de kapsayan, geniş iç ve dış faktörlerden etkilenebilir (Okumuş vd., 2019; Okumuş vd., 2021). Bu bağlamda insanların yiyecek tercihleri, neyin tüketilmesi veya tüketilmemesi durumuna yönelik sosyal, kültürel ve kişisel değişkenlere dayanmaktadır (Okumuş vd., 2021). Yiyeceklerle ilgili kişilik özelliklerinden biri olan yiyecek korkusu insanların yiyecek seçimlerinde ve yiyecek tüketim sıklığına etki eden önemli bir değişkendir (Hwang ve Lin, 2010: 173; Mak vd., 2012; Lafraire vd., 2016: 350; Jaeger vd., 2017).

İnsanların aşına olmadıkları yiyecekleri tüketmekten kaçınması veya deneme konusunda isteksiz olması durumu (Pliner ve Hobden, 1992) olarak tanımlanan yiyecek korkusu, belirli yiyecek gruplarından hoşlanma ve tüketme sıklığı üzerinde de olumsuz bir etkiye sahiptir (Cooke vd., 2003; Knaapila vd., 2011; Siegrist vd., 2013). Beslenme alışkanlıkları üzerinde doğrudan etkiye sahip olan yiyecek korkusu; canlıları aşına olmadıkları yiyeceklerin potansiyel tehlikelerine karşı korumasına karşın yiyeceğin tüketim oranına (Koivisto ve Sjoden, 1996), çeşitlilik ve kalitesine (Tuorila vd., 2001; Knaapila vd., 2007; Knaapila vd., 2011; Siegrist vd., 2013; Maiz ve Balluerka, 2016; Costa vd., 2019), yiyecekten alınan keyfe (Mustonen vd., 2012; Laureati vd., 2016) olumsuz etkide bulunmaktadır. Bu bağlamda, beslenme alışkanlıkları açısından sınırlandırmalara ve monotonluğa (Choe ve Cho, 2011: 671; Park ve Cho, 2016) neden olmasından dolayı yiyecek korkusu, sağlıklı bir diyet için zararlı bir etkidir (Schickenberg vd., 2008; Knaapila vd., 2011; Siegrist vd., 2013; Ruiz vd., 2013).

Sağlık ve beslenme alanlarının yanı sıra yiyecek korkusu konusu, sosyal bilimler alanından da araştırmacıların ilgisini çekerek, her geçen gün önem kazanmaya devam etmektedir. Artan bu ilgi beraberinde yapılan araştırmaların konuyu ele alış biçimi ve ilerleyişlerinin değerlendirilmesi gerekliliğini getirmektedir. Bu çalışma kapsamında, alanyazına geniş bakış açısı sunma olanağından dolayı bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Kısaca bibliyometrik analiz, sistematik alanyazın taraması yapma olanağı sunan yenilikçi bir yöntemdir (Atabay vd., 2019). Analiz sonucu ortaya çıkan çalışmalar, hedef alınan konuya yönelik alanyazının nicelleştirilmesi ve konuya ilişkin kavramların keşfine olanak sağlar. Böylece, elde edilen veriler aracılığıyla alanyazındaki eğilimler gözlemlenebilir (Kasemodel vd., 2016; Güzeller ve Çeliker, 2017). Ek olarak, bibliyometrik analiz geçmiş durumu

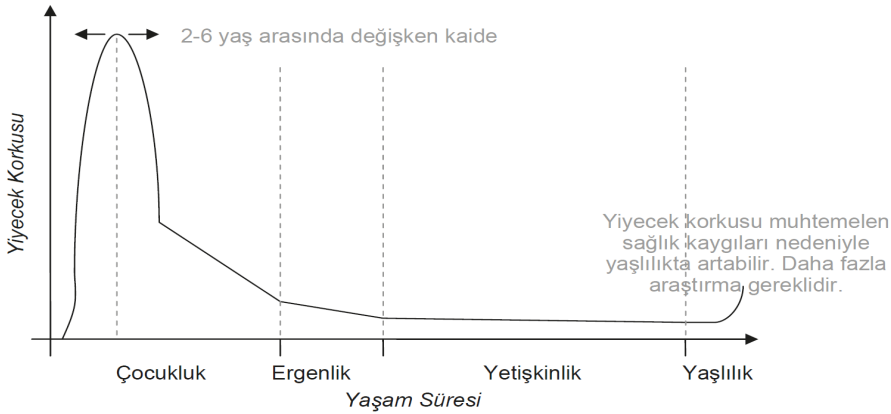
anlamanın yanı sıra geleceği tahmin etmek içinde kullanılma potansiyeline sahiptir (Daim ve Suntharasaj, 2009: 47).

Bu çalışmanın amacı, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak yiyecek korkusu konusu üzerine yapılan akademik çalışmaları görselleştirerek genel özelliklerini sunmaktır. Çalışmada ilk olarak, yiyecek korkusu kavramı açıklanmış ardından alanyazında konuya yönelik yapılan dokümanlar incelenmiştir. Son olarak, ilgili konu kapsamında yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi ile yiyecek korkusu kavramının alanyazındaki ilerleyişi ele alınmıştır. Çalışmanın alanyazına ve ilerleyen dönemlerde yapılacak araştırmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

### **Yiyecek Korkusu**

İnsanların yiyecek tercihleri üzerinde etkili kişisel özelliklerden biri (Pliner ve Salvy, 2006) olarak yiyecek korkusu kavramı, Pliner ve Hobden'e göre (1992) insanların aşına olmadıkları yiyecekleri tüketmekten kaçınması veya denemeye isteksiz olması olarak ifade edilebilir. Her ne kadar günümüz şartlarında eskisi kadar gerekli olmasa da (Jaeger vd., 2022: 1) yiyecek korkusu, birçok canlıyı toksik olabilecek yiyecekleri yemekten koruyan evrimsel bir savunma sistemidir (Rozin ve Vollmecke, 1986; Alley, 2018). Hepçil bir canlı türü olarak insan, bu özelliğinden dolayı birçok canlı türüne kıyasla yeni/aşına olunmayan yiyeceklerin bulunduğu ortamlara uyum sağlamada daha avantajlıdır. Ancak bu olumlu durum insanların, zehirli bitki veya hayvanları tüketebilme ihtimali sebebiyle olumsuz dönüşebilir. Bu bağlamda, insanlar aşına olmadıkları yiyeceklere yönelik merak ve korku karışımı çelişkili bir tepki sergileyebilirler (Rozin ve Vollmecke, 1986). Özetle yiyecek korkusu, insanların hepçil olma durumlarının yaratmış olduğu avantaja karşın bilmedikleri yiyecekleri tüketmelerinden kaynaklı meydana gelebilecek olumsuz durumlardan kaçınmak için aşına olmadıkları yiyecekleri denemeyi reddetmesine yol açabilecek bir davranıştır. Öte yandan, yiyecek korkusunu "seçici/detaycı" yemek yeme davranışının bir bölümü olarak nitelendiren Dovey vd., (2008), yiyecek korkusu düzeyi yüksek olan insanların aşına oldukları bilindik yiyecekleri de tüketmekten kaçınabileceklerini belirtmişlerdir. Bu durumda yiyecek korkusu, insanların aşına olmadıkları yiyecekleri olduğu gibi aşına oldukları yiyecekleri de deneme istekliliğini öngören bir davranış ve kişilik özelliği olarak ifade edilebilir (Pliner ve Hobden, 1992; Eertmans vd., 2005; Kim vd., 2009; Siegrist vd., 2013; Jaeger vd., 2017; Caber vd., 2018).

Dovey ve arkadaşlarının (2008) çalışmasından alınan insanlarda yaşam boyunca potansiyel yiyecek korkusu sahibi olma durumunu gösteren model Şekil 1' de sunulmuştur. Modele ek olarak, yiyecek korkusu kişilerde kalıcı olabileceği gibi belirli dönemlere ait geçici bir davranış olarakta görülebilir (Pliner vd., 1993: 112; Pliner ve Salvy, 2006: 76).



**Şekil 1:** İnsanlarda Yiyecek Korkusu Düzeyi İçin Potansiyel Bir Yaşam Süresi Modeli

Dovey vd., (2008) yiyecek korkusu davranışının insanlarda yaklaşık 2 yaşında ortaya çıktığı 2-6 yaş aralığında en yüksek düzeye ulaştığı ve artan yaşla beraber azalış gösterirken yaşlılık döneminde tekrar yükselişe geçebileceğini ifade etmişlerdir. Yaşlılık dönemindeki bu yükselişe insanların yaşlandıkça vücutlarını potansiyel tehlikelere karşı korumaya alma dürtüsünün sebebiyet verdiği belirtilmiştir (Tuorila vd., 2001; Maiz ve Balluerka 2016).

Yaşam boyunca değişkenlik gösterebilen ve karmaşık bir tutum olan yiyecek korkusu davranışı (Costa vd., 2019) yaşı yanı sıra cinsiyet, kalıtsal özellikler, kültürel ve ekonomik durumlar gibi çeşitli faktörler tarafından da etkilenmektedir (Dovey vd., 2008). Bu davranışa etki eden faktörler yiyeceğin duyuşal özellikleri başta olmaz üzere tüketicilerin ürün hakkındaki bilgi düzeyleri, tutumları, sosyo-demografik özellikleri olarak ifade edilebilirken öfke, duygusallık, depresyon ve kaygı gibi sosyal etkiler, davranışsal ve psikolojik faktörlerde bu etkileşimin içerisinde rol almaktadır (Tuorila vd., 1994; Üzümez, 2018; Kaplan, 2018). Son olarak her ne kadar kalıtsal bir özellik olsa da (Knaapila vd., 2007) insanlarda yiyecek korkusu düzeyi; aşına olunmayan yiyeceğe maruz bırakılma ve bu sürecin tekrarlanması (Pliner vd., 1993; Hursti ve Sjöden, 1997: 89), diyetteki ürün çeşitliliğinin artırılması (Tuorila vd., 2001; Meiselman vd., 2010), duyuşal eğitimler (Mustonen ve Tuorila, 2010; Park ve Cho, 2016), aşına olunmayan yiyeceğin olumlu yönleri (Pelchat ve Pliner, 1995; McFarlane ve Pliner, 1997; Martins vd., 1997), gıda güvenliği koşulları ve menşesine (Siegrist vd., 2013) yönelik bilgi artışı yoluyla değiştirilebilir.

### **Yiyecek Korkusu Kapsamında Yapılmış Çalışmalar**

Görece yeni bir çalışma alanı olarak, yiyecek korkusu kavramı üzerinde ilk çalışmalar doksanlı yıllarda yayınlansa da son yıllarda araştırmacıların konuya olan ilgisinde artış olduğu ifade edilebilir. Konuya bağlamındaki ilk çalışmalarda kişilerin farklı besin gruplarına olan yaklaşımları neofobi kavramı üzerinden ele

alınırken (Pliner ve Pelchat, 1991), 1992 yılında Pliner ve Hobden tarafından insanlarda yiyecek korkusu düzeyini ölçmek üzere “yiyecek korkusu ölçeği/gıda neofobi ölçeği” geliştirilmiştir. Toplamda 10 ifadeden oluşan 7’li likert tipi bu ölçek, geçerliğini halen korumakta ve günümüzde de araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir.

Yiyecek korkusu kavramına yönelik alanyazın incelendiğinde yapılan çalışmaların genellikle yiyecek grupları ve tüketici davranışları bağlamında gerçekleştirildiği ifade edilebilir. Birtakım çalışmalarda araştırmacılar yiyecek korkusuna ilişkin faktörleri ele alırken (Dovey vd., 2008; Kaplan, 2018; Üzülmez, 2018). Birtakım çalışmalarda yiyecek korkusu düzeyini etkileyebilecek faktörlere (Pliner vd., 1993; Hursti ve Sjoden, 1997: 89; Pliner vd., 1995; Stallberg-White ve Pliner, 1999; Mustonen ve Tuorila, 2010; Siegrist vd. 2013; Dazeley ve Houston-Price, 2015; Hoppu vd., 2015; Park ve Cho, 2016), odaklanmıştır. Bazı çalışmalarda da yiyecek korkusu ve kişilerin sosyodemografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Hem bir kişilik özelliği hem de bir davranış biçimi olarak karşımıza çıkan yiyecek korkusu kavramı (Pliner ve Hobden, 1992; Choe ve Cho, 2011) için herhangi bir sosyodemografik değişkenin mutlak şekilde baskın gelmesi durumu ifade edilemez (Pliner ve Hobden, 1992; Hursti ve Sjoden, 1997; Nordin vd., 2004; Meiselman vd., 2010; Ruiz vd., 2013). Örnek olarak, çalışmaların bir kısmında erkek katılımcıların yiyecek korkusu düzeyi (Tuorila vd., 2001; Kim vd., 2013; Siegrist vd., 2013; Barbera vd., 2018) kadın katılımcılara oranla daha yüksekken diğer bir kısmında bu durumun zıttı gözlemlenmiştir (Babiczy-Zielinska, 2006; Knaapila vd., 2011). Bu duruma ek olarak Pliner ve Hobden (1992) çalışmalarında, erkek ve kadın katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Cinsiyet değişkenindeki bu durum yaş, eğitim ve gelir düzeyi gibi diğer sosyodemografik değişkenler içinde gözlemlenebilir.

Konu üzerindeki odak noktalarından biri diğeryerse; yiyecek tercihleri, beslenme ve yiyecek korkusu ilişkisi olarak verilebilir. Araştırmalardan elde edilen bulgular kapsamında yiyecek korkusunun kişilerin yiyecek seçimleri üzerinde etkili olarak beslenme düzenlerini bozabileceği, bu durumunda ilerleyen zamanlarda insan sağlığı ve gelişimi açısından tehdit oluşturabileceği ifade edilebilir (Schickenberg vd., 2008; Choe ve Cho, 2011: 671; Knaapila vd., 2011; Siegrist vd., 2013; Ruiz vd., 2013; Park ve Cho, 2016). Ayrıca bu tehdidin, sağlık ile kısıtlı kalmayıp tüketilen yiyeceklerden haz almama (Mustonen vd., 2012; Laureati vd., 2016), tüketim miktarını kısıtlama ve monotonluğa sebep olma (Choe ve Cho, 2011: 671; Park ve Cho, 2016) gibi olumsuz durumlara yol açabileceği de alanyazın kapsamında ifade edilebilir. Ek olarak, yiyecek korkusu ve beslenme davranışları ilişkisi değerlendirildiğinde birçok çalışmada örneklem grubu olarak çocuklar veya ergenlerin seçildiği gözlemlenmektedir (Koivisto ve Sjoden, 1996; Falciglia vd., 2000; Nicklaus vd., 2005; Reverdy vd., 2008; Knaapila vd., 2011; Mustonen vd., 2012; Siegrist vd., 2013; Perry vd., 2015; Rodríguez-Tadeo vd., 2018; Guzek vd.,

2018; Dos Santos vd., 2020). Özellikle bu grupların tercih edilmesindeki başlıca sebep ise insanlarda yiyecek korkusu düzeyinin genellikle çocukluk çağında daha yüksek olması (Dovey vd., 2008; Kaar vd., 2016) ve bu çağlarda beslenme düzeninin, gelişim için kritik öneme sahip olmasıdır.

Son olarak yiyecek korkusunu, kişilerin aşına olmadıkları veya bazı aşına oldukları yiyecekleri deneme istekliliğini öngören bir davranış ve kişilik özelliği olarak değerlendirdiğimizde, az sayıdaki çalışmada kişilerin günlük diyetlerinde tükettiği ve aşına oldukları yiyeceklere yönelik yiyecek korkusu düzeyleri ve tüketim davranışları ele alınmıştır (Cooke vd., 2003; Galloway vd., 2003; Knaapila vd., 2011; Siegrist vd., 2013). Yine son yıllarda artış göstermekle beraber, görece az sayıdaki araştırmada turizm bağlamında veya turist örnekleminde yiyecek korkusu davranışı çalışılmıştır. (Adongo vd., 2015; Zhang vd., 2018; Payini vd., 2020; Sivrikaya ve Pekerşen 2020; Yılmaz, 2021)

## YÖNTEM

Bu araştırmada yiyecek korkusu kavramı bağlamında mevcut alanyazının panoramik bir görüntüsü sunulmaya çalışılmış ve bu kapsamda bibliyometrik analiz yönteminden faydalanılmıştır. Bibliyometrik analiz aracılığıyla belirli bir konu hakkındaki alanyazın nicelleştirilebilir ve böylece keşfedilen kavramlar değerlendirilerek konuya ilişkin eğilimler saptanabilir (Kasemodel vd., 2016; Güzeller ve Çeliker, 2017). Bu yöntem, büyük hacimli veri gruplarında veya manuel/el ile araştırmanın pek mümkün olmadığı durumlarda, araştırma konusunun veya alanının entelektüel yapısını ve ortaya çıkan eğilimleri sunmak için oldukça işlevseldir (Donthu vd., 2021). Bu özelliklerinden dolayı son yıllarda araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir.

Analiz sayesinde, makale ve dergi performansları, yazar iş birlikleri ve araştırma bileşenlerinde ortaya çıkan eğilimler görsel olarak değerlendirilebilir (Donthu vd.,2021). Ayrıca yöntem belirli konu başlıklarının analizinde kullanılabilir gibi çeşitli dergilerin ve veri tabanlarının analizinde de kullanılabilir. Donthu ve arkadaşlarına (2021: 287-288) göre bibliyometrik analiz teknikleri, performans analizi ve bilim haritalaması olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Performans analizi, araştırma bileşenlerinin inceleme konusu yapılan alana katkılarını ele alırken bilim haritalaması, araştırma bileşenleri arasındaki entelektüel etkileşimler ve yapısal bağlantılara odaklanır.

Özetle bibliyometrik analiz yöntemi, seçilen konu üzerinde geçmişten bugüne geniş çaplı bir inceleme yapma fırsatı sunarak, araştırmacıların geçmiş ve mevcut durum hakkında kapsamlı bir bakış açısına sahip olmasına olanak sunmaktadır. Yöntemin sağladığı bu avantaj sayesinde konu üzerinde geleceğe yönelik tahminleme yapılabilir (Daim ve Suntharasaj, 2009: 47). Bu bağlamda bibliyometrik analiz, bir alanı doğru ve özgün yollarla ilerletmek için araştırmacılara sağlam temeller sağlayabilir (Donthu vd., 2021).

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Yiyecek korkusu üzerine yapılan araştırmaların bibliyometrik analizini yapmayı hedefleyen bu çalışmada, R programı kullanılmıştır. R yazılımı; açık kaynak kodlu ve ücretsiz olması, çok büyük veri setiyle çalışılan durumlarda hızlıca sonuca ulaşmada yardımcı olması, veri işleme ve veri madenciliği yöntemleri için olanak sunması sebebiyle son yıllarda veri bilimi alanında faaliyet gösteren araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Aksu, Eser ve Güzeller, 2017: 1-2). Çalışma kapsamında veri tabanı olarak Scopus tercih edilmiştir. Sosyal bilimler alanında diğer güçlü veri tabanlarından biri olan WOS yerine Scopus veri tabanının tercih edilmesinin ana nedeni Scopus veri tabanının daha geniş kapsamlı olmasıdır (Martín-Martín vd., 2018).

Veri tabanından verilerin çekilmesi sırasında birtakım sınırlandırmalar yapılarak direkt olarak amaca yönelik verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda “food neophobia” kelimesi taratılmıştır ilaveten, diğer bilim dallarına dahil olan çalışmaların sosyal bilimler alanındaki çalışmalara kıyasla farklılaşması sebebiyle sadece sosyal bilimler alanındaki İngilizce çalışmalar dikkate alınmıştır. Bununla birlikte, kitap incelemesi, konferans bildirisi gibi türler çalışmanın genel görüntüsü dışındaki bulgulara dahil edilmemiş yalnızca makale türü odağa alınmıştır. Son olarak, zaman aralığı konusunda bir sınırlandırılmaya gidilmemiştir ancak elde edilen veriler 1991 ve 2022 arasında yayınlanan çalışmaları kapsamaktadır.

İlgili veri tabanında arama yapılırken; ALL ( «food neophobia» ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , «SOCİ» ) ) AND ( LIMIT-TO ( LANGUAGE , «English» ) ) parametresi kullanılmış makale türünde olmayan çalışmalar için kısıtlama R yazılımı içinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına cevap bulunması hedeflenmiştir.

#### Araştırma Soruları

1. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış araştırmalara yönelik genel bilgiler nelerdir? Araştırmalar yayın türlerine göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?
3. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı ve anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımı ne şekildedir?
4. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları ne şekildedir?
5. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yayınlandığı dergiler atıf alma durumlarına göre ne şekilde sıralanmaktadır?
6. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin yıllara göre üretim miktarları ne şekilde değişiklik göstermektedir?
7. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atıf ağı nasıl şekillenmektedir?

8. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yazarlarına ilişkin atıf alma durumu ne şekildedir?
9. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yazarlarına ilişkin ortak atıf ağı nasıl şekillenmektedir?
10. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yayımlandığı ülkelere ilişkin dağılım ne şekildedir?
11. Scopus veri tabanında yiyecek korkusu konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri ne şekildedir?

## BULGULAR

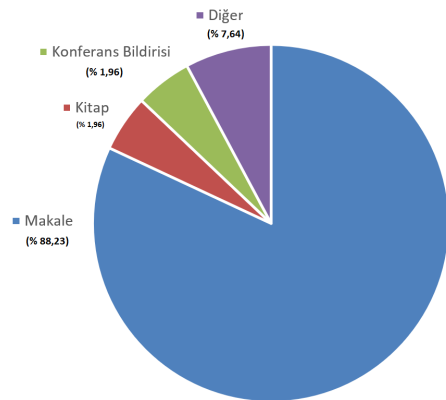
Bu kısımda yiyecek korkusu konusu üzerine 1991 ve 2022 yılları arasında sosyal bilimler alanında İngilizce olarak yayınlanan araştırmaların bibliyometrik analiz çıktıları sunulmuştur. Sunulan analiz çıktıları, bu çalışma kapsamında ifade edilen araştırma soruları göz önünde bulundurularak rapor edilmiştir.

### Yiyecek Korkusu Çalışmalarının Genel Görüntüsü

Yiyecek korkusu konusu üzerine yapılan araştırmalar kapsamında 1991-2022 yılları arasında toplam 459 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmaların 405 tanesi makale türündedir. Tablo 1’ de sunulan verilere bakıldığında yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak yazar iş birliklerine dayandığı ifade edilebilir. Yine yayın başına ortalama atıf sayısı 11.87 olarak gözlemlenmiştir. Şekil 2’ deki pasta grafiğinde yayınların türlere göre dağılımları verilmiştir. Şekil kapsamında en fazla yapılan yayın türünün %88, 23’lük bir oranla makale türü olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda çalışmanın devam eden kısımlarında yalnızca makale türüne yönelik bulgular paylaşılmıştır.

**Tablo 1:** Genel Bilgiler

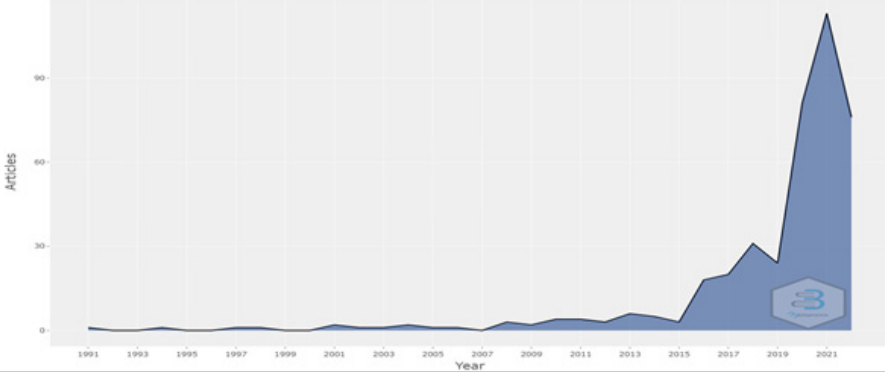
Zaman Aralığı	1991-2022
Doküman	459
Makale	405
Kaynak (Dergi, Kitap vd.)	181
Anahtar Kelime	1566
Yayın Başına Ortalama Atıf	11.87
Yazarlar	1534
Tek Yazarlı Yayınları Yazar Sayısı	49
Çok Yazarlı Yayınların Yazar Sayısı	1485
Tek Yazarlı Yayın Sayısı	52
Yazar Başına Düşen Yayın	0.299
Doküman Başına Düşen Yazar	3.34
İş Birliği İndeksi (CI)	3.65



**Şekil 2:** Yayınların Türlerine Göre Dağılımları



Şekil 3’ te yıllara göre yayınlanan makale sayıları verilmiştir. Şekil kapsamında yiyecek korkusu konusu üzerine sosyal bilimler alanında yapılan yayınların 1991 yılında yayınlanmaya başladığı, 2010’lu yıllarda yayın sayısında artışlar olduğu ve bu sayının 113 makaleyle 2021 yılında en yüksek seviyeye ulaştığı ifade edilebilir.



Şekil 3: Yıllara Göre Yayınlanan Makale Sayıları

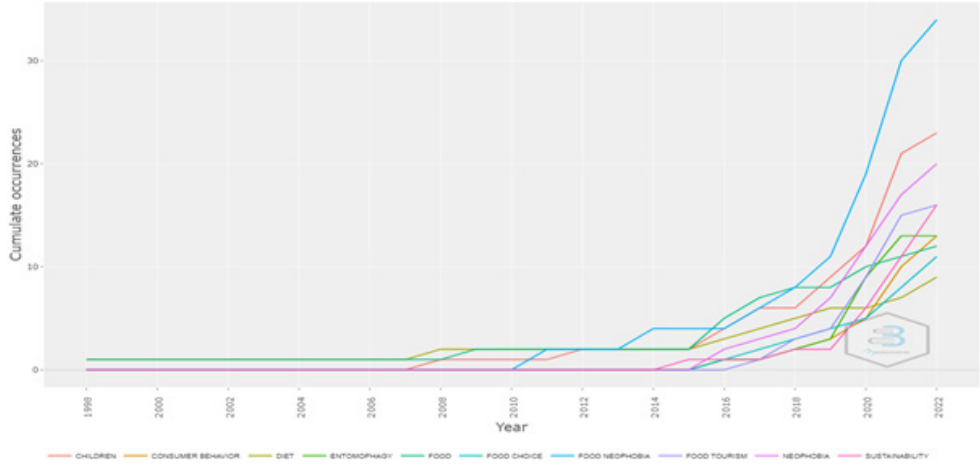
### Anahtar Kelime Analizleri

Yiyecek korkusu konusu kapsamında yapılan toplam 405 makalede 1461 farklı anahtar kelime kullanıldığı gözlemlenmiştir. Anahtar kelime sayısındaki bu durum yiyecek korkusu kavramının çeşitli değişkenler aracılığıyla ele alınabileceğinin göstergesidir. Anahtar kelimeler araştırmanın içeriği hakkında fikir verirken çalışmanın görünürlüğünü de artırabilir. Bununla birlikte, anahtar kelime analizleri incelenen alan hakkında genel bir bakış açısının ortaya çıkmasını, alanyazındaki ilerleyişinin gözlemlenmesini kolaylaştırmaktadır. Yiyecek korkusu konusu kapsamında sosyal bilimler alanında yayınlanan makalelerde sırasıyla “food neophobia”, “children”, “neophobia”, “food tourism” ve “sustainability” kelimeleri en sık tekrar eden anahtar kelimeler olduğu gözlemlenmiştir. İlgili kelime bulutu Şekil 4’ te sunulmuştur.



Şekil 4: Anahtar Kelime Bulutu

Şekil 4’ teki anahtar kelime bulutuna ilave olarak Şekil 5’ te anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım grafiği verilmiştir. Bu grafik sayesinde anahtar kelimeler üzerinden alanyazının yıllara göre nasıl bir değişim gösterdiği gözlemlenebilir. Grafiğe göre “food neophobia” kelimesi, alanda yapılan araştırmalarda daima en sık kullanılan anahtar kelime olmuştur. Geçtiğimiz 5 yılda alanyazında konu hakkındaki çalışmaların artması durumuyla paralel olarak “food neophobia” anahtar kelimesinin kullanımı da artmıştır. Bu anahtar kelimeyi sırasıyla “children”, “neophobia” ve “food tourism” anahtar kelimeleri takip etmektedir.



Şekil 5: Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Kullanım

Şekil 6’ da ilgili konu kapsamındaki anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları sunulmuştur. Birlikte oluşum ağı aracılığıyla iki anahtar terimin diğer çalışmalarda birlikte geçme durumları gözlemlenebilir. Görselleştirilen ağlardaki anahtar kelimelerin konumu düğüm olarak isimlendirilirken, düğümler arasındaki şeritler ise bağlantı olarak isimlendirilebilir. Anahtar terimler diğer çalışmalarda ne kadar sık yer alırsa, birlikte oluşum ağındaki düğümleri o derecede büyüyecek ve birbirlerine yaklaşacaktır. Bu bağlamda “food neophobia” anahtar kelimesinin alanyazındaki merkez anahtar kelime olduğu ifade edilirken, “food tourism”, “children”, “neophobia” ve “sustainability” anahtar kelimelerinin “food neophobia” anahtar kelimesiyle bağlantılı olduğu ve çevresinde konumladığı ifade edilebilir.



Şekil 6: Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı

### Yiyecek Korkusu Çalışmalarının Dergi, Yazar, Ülke Bazlı Analizleri

Bu kısımda yiyecek korkusu kavramında analiz sürecine dahil edilen makale türü çalışmalara yönelik dergi, yazar ve ülkelerin yıllık üretim miktarı, atıf alma oranları ve birlikte atıf ağ analizlerine yer verilmiştir. Birlikte atıf ağları oluşturulurken iki belgenin (makale, kitap, bildiri vb.) diğer belgelerde bir arada geçme durumları ele alınır. Bahsi geçen belgeler diğer belgeler içerisinde ne kadar sık geçerse ağ üzerindeki düğümleri o miktarda genişleyecek ve birbirlerine yakınlacaktır.

### Dergilere Ait Analizler

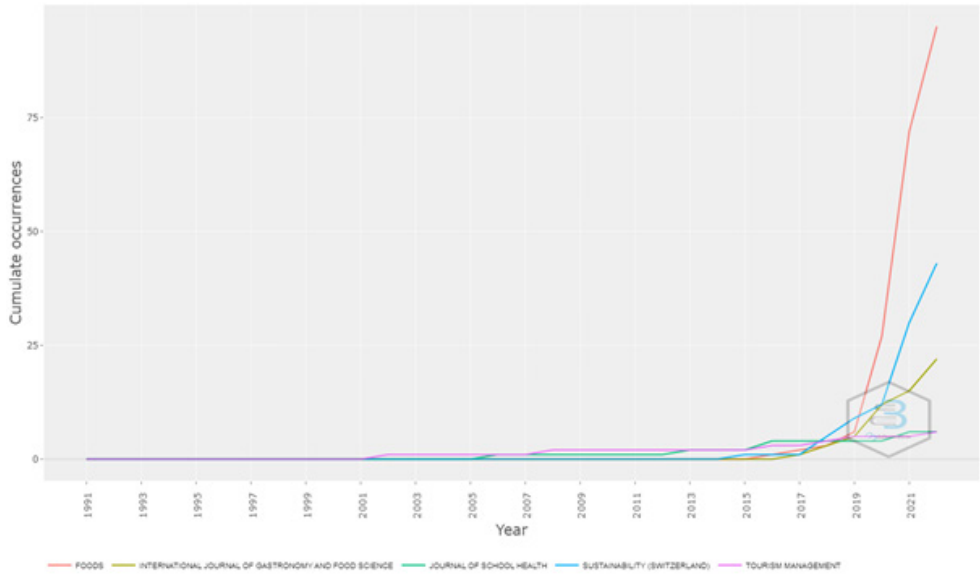
Tablo 2: Atıf Alma Durumlarına Göre Dergiler

Dergi Adı	Atıf Sayısı
1. Appetite	1639
2. Food Quality and Preference	1352
3. Tourism Management	357
4. Annals of Tourism Research	241
5. International Journal of Hospitality Management	240
6. British Food Journal	192
7. Sustainability	190
8. British Food Journal	187
9. Foods	187
10. Journal of Travel Research	177

Yiyecek korkusu kavramına yönelik sosyal bilimler alanındaki makalelerin yayınlandığı ilk 10 derginin yerel referans listelerinden atıf alma durumlarına göre dağılımları Tablo 2’ de verilmiştir. Tablo bağlamında “Appetite” dergisinin 1639 atıf sayısı ile en fazla atıfa sahip olan dergi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte

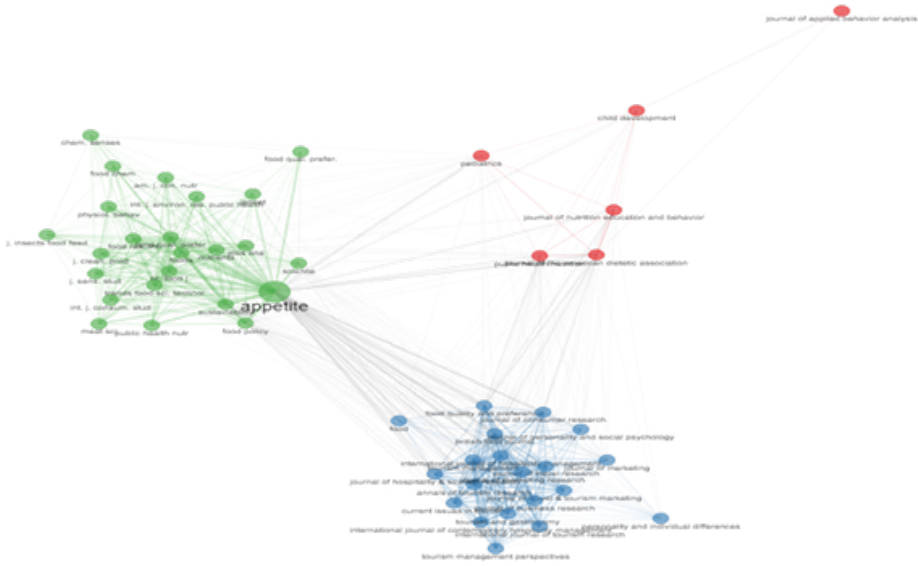
dergiyi “Food Quality and Preference” ve “Tourism Management” dergilerinin takip ettiği ifade edilebilir. Her ne kadar bu dergilerin ortak bir konu başlığı altında toplanmadığı görülsede, yiyecek ve turizm alanlarına odaklı oldukları ifade edilebilir.

Şekil 7’ de dergilerin yıllara göre üretim miktarlarını gösteren bir dağılım grafiği verilmiştir. Grafiğe göre “Foods” dergisi 2020 yılı itibariyle liderliği almıştır. Derginin üretim oranının önceki yıllarda “Sustainability” ve “International Journal of Gastronomy and Food Science” dergileriyle yakın seviyelerde seyredirken 2020, 2021 ve 2022 yıllarında baskın şekilde öne çıktığı ifade edilebilir. Ek olarak “Appetite” dergisinin yıllık üretim bazında ilk 5 dergi arasında olmamasına rağmen atıf oranlarında 1. sırada olması dikkat çekmektedir.



Şekil 7: Dergilerin Yıllık Üretim Dağılımları

Şekil 8’ de sosyal bilimler alanında yiyecek korkusu kavramını konu alan makalelerin atıf ağı sunulmuştur. Ağlar üzerindeki düğümlerin büyüklükleri ve birbirlerine yakınlıkları ortak atıf alma durumlarına göre şekillenmektedir. Şekil 8 kapsamında yiyecek korkusu konusu üzerine yayın yapan dergilerin 3 kümeye dağıldığı görülmektedir. Düğüm büyüklüğü ve bağlantı sayısı açısından şekil incelendiğinde “Appetite” dergisinin 1. kümede (yeşil) öne çıktığı gözlemlenirken, 2. (kırmızı) ve 3. (mavi) kümelerdeki düğüm büyüklüklerinin dikkat çekmeyecek oranda benzer oldukları gözlemlenebilir. Bununla birlikte 3. Kümedeki (mavi) dergiler arası bağlantı sayısı ve düğüm yakınlıklarının 2. Kümeye (kırmızı) kıyasla daha fazla olduğu ifade edilebilir.



Şekil 8: Dergi Birlikte Atıf Ağı

### Yazar Atıf Analizleri

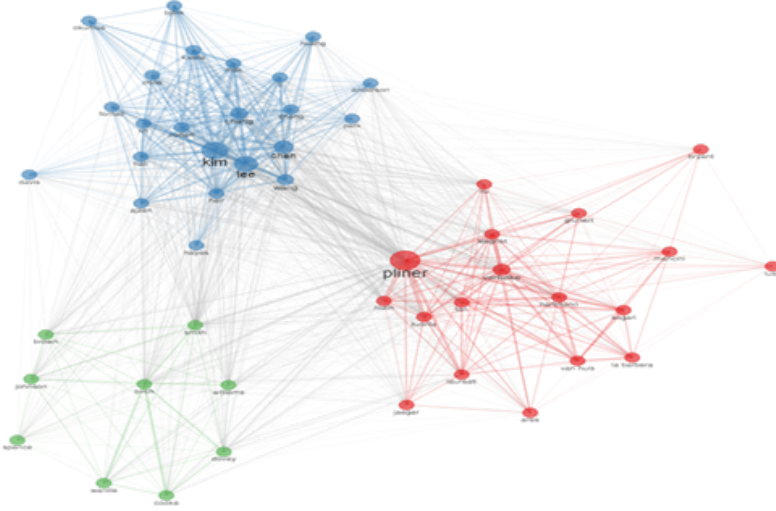
Yiyecek korkusu alanyazınında makale türündeki yayınlarıyla katkı sağlayan ilk 10 yazarın yerel referans listelerinden atıf alma durumlarına göre dağılımları Tablo 3’ te verilmiştir. Tablo 3’ e göre toplamda 22 atıf sayısı; Anguah K.O-B., Craıg B.A., Eichelsdoerfer P.E., Gehrke M.M., Lovejoy J.C., Mccrory M.A., ve son olarak Palmer P.A. isimli yazarlar birinci sırayı paylaşmaktadır.

Tablo 3: Atıf Alma Durumuna Göre Araştırmacılar

Yazar Adı	Atıf Sayısı
1. Anguah K.O-B.	22
2. Craıg B.A.	22
3. Eichelsdoerfer P.E.	22
4. Gehrke M.M	22
5. Lovejoy J.C.	22
6. Mccrory M.A.	22
7. Palmer P.A.	22
8. Cıfçı I.	17
9. Atudoreı I.A.	16
10. Bolborıcı A-M.	16

Şekil 9’ da yiyecek korkusu kavramı üzerine yönelik makale türünde yayın yapan araştırmacıların birlikte atıf ağı analizi verilmiştir. Şekle göre atıf ağı 3 kümeden meydana gelmektedir. Düğümlerin büyüklüğüne bakıldığında 1. Kümede (mavi) Kim ve Lee isimli araştırmacılar önce çıkarken 2.kümede (kırmızı) Patricia Pliner adlı araştırmacının ön plana çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte 3. Kümenin

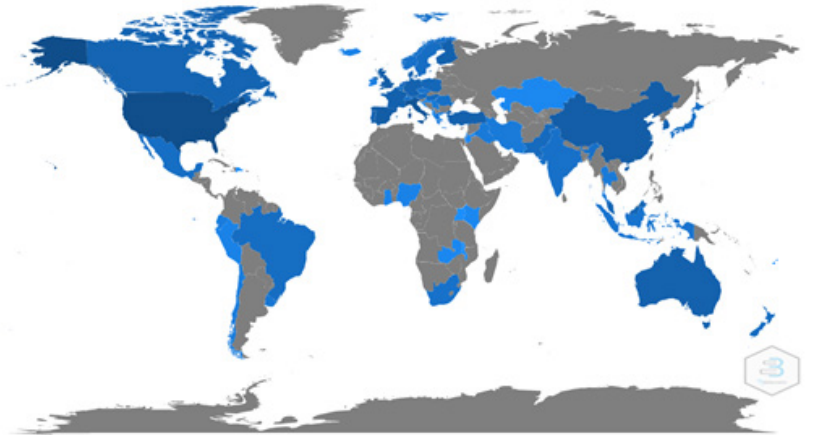
(yeşil), düğüm ve bağlantı sayısı açısından diğer kümelere kıyasla daha küçük olduğu ifade edilebilir. Özellikle Patricia Pliner adlı araştırmacının diğer araştırmacılara kıyasla şekil üzerinde daha büyük bir alan kaplamasında, alanyazındaki ölçek geliştirme çalışmalarının katkısı olduğu ifade edilebilir. Şöyle ki günümüz araştırmacıları tarafından sıklıkla tercih edilen “yemek korkusu ölçeği” Pliner ve Hobden tarafından 1992 yılında geliştirilmiştir (Pliner ve Hobden, 1992). Ayrıca Pliner 1994 yılında çocuklarda yemek korkusu düzeyinin ölçülebilmesi adına da bir ölçek geliştirmiştir (Pliner, 1994).



Şekil 9: Yazar Birlikte Atıf Ağı

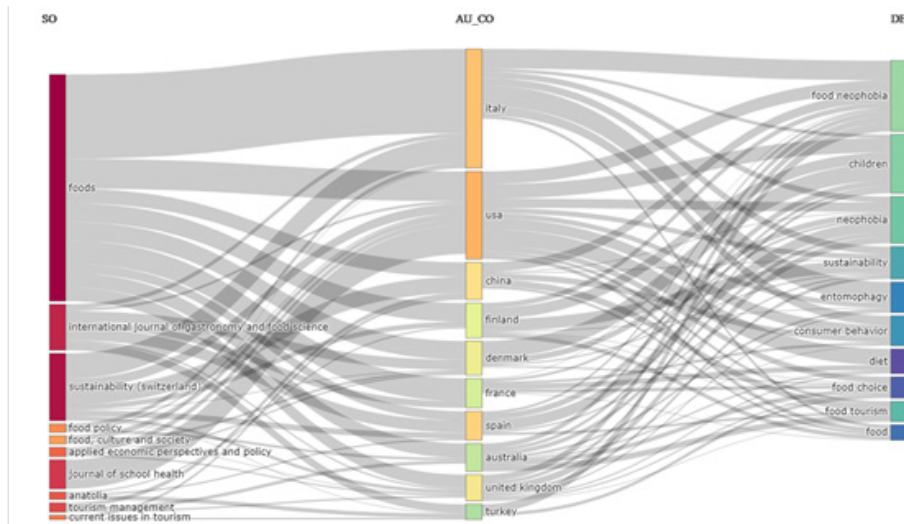
### Ülkelere Ait Atıf Analizleri

Ülkelere ait atıf analizleri kapsamında Şekil 10’ da dünya haritası üzerinde ülkelerin bilimsel üretimlerine göre dağılımları sunulmuştur. Bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri 299 makaleyle yemek korkusu konusu üzerine üretim yapan ülkeler arasında başı çekerken onu 161 makaleyle İtalya, 70 makaleyle İspanya takip etmektedir. Sıralamanın 4. sırasında Çin, 5. sırasında ise Birleşik Krallık yer alırken ülkemiz 49 makale ile 10. sırada yer almaktadır. Bu kapsamda yemek korkusu kavramının başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde de araştırma konusu olarak ele alındığı ifade edilebilir.



Şekil 10: Ülkelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Araştırmanın son analizi olarak, sosyal bilimler alanında makale türünde yiyecek korkusu konusunu kapsayan araştırmalar dergi, ülke ve anahtar kelime ilişkileri açısından ele alınmıştır. Üçlü bağlantı grafiği ile seçilen başlıklar arasındaki bağlantıların değerlendirilmesi kolaylaşmıştır. Bahsi geçen analizin bulguları Şekil 11’de sunulmuştur. Şekil bağlamında İtalya’da gerçekleştirilen çalışmaların ağırlıklı olarak “Foods” ve “Sustainability” dergilerinde yayımlandığı ve bu çalışmalarda anahtar kelime olarak “food neophobia”, “children”, “neophobia”, “sustainability”, “entomophagy” ve “consumer behavior” kelimelerinin tercih edildiği ifade edilebilir. Ülkemizde konuya ilişkin yapılan yayınlar ise ağırlıklı olarak “International Journal of Gastronomy and Food Science” ve “Anatolia” dergilerinde yayınlanırken araştırmacıların anahtar kelime olarak daha çok “food neophobia” ve “food choice” kelimelerini tercih ettiği görülmüştür.



Şekil 11: Dergi, Ülke, Anahtar Kelime Alan Grafiği

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Yiyecek korkusu, kişileri aşına olmadıkları yiyecekleri deneyimlemekten uzak tutan bir savunma mekanizması olmasının yanı sıra ilerleyen durumlarda günlük diyet içerisinde yer alabilen ve aşına olunan yiyeceklerin tüketiminden de alıkoyabilen bir davranış ve kişilik özelliğidir. Birçok araştırmada merkeze alınan değişken günümüz koşullarında özellikle çocuklar olmak üzere insan beslenmesi üzerinde olumsuz etkilere sebebiyet vermektedir. Bu çalışmada alanyazına genel bir bakış açısı sunma olanağı tanıdığı için bibliyometrik analiz yöntemi seçilmiştir. Bibliyometrik analiz sayesinde seçilen anahtar kavramın alanyazındaki geçmiş ve mevcut durumu net şekilde görülebilirken konunun geleceği üzerine de birtakım öngörülerde bulunulabilir.

Çalışma kapsamında, veriler belirli sınırlandırmalara tabi tutulmuş ve sosyal bilimler alanında toplam 459 İngilizce dokümana ulaşılmıştır. Dokümanların ağırlıklı oranda (%88,23) makale türü çalışmalardan oluştuğu görülmüş ve çalışmanın ilerleyen kısımlarında analizler makaleler üzerinden yapılmıştır. Bu kapsamda yiyecek korkusu kavramı 1990'lı yıllarda az sayıda makaleye konu olurken 2015 ve sonrasında yukarı yönlü bir ivme kazanmış ve 2021 yılında zirveyi görmüştür. İlgili çalışmalar kapsamında en sık tekrar edilen anahtar kelimeler ise “food neophobia”, “children”, “food tourism” ve “sustainability” kavramları üzerinedir. Çalışmaların yayınlandığı dergiler kapsamında elde edilen bulgulara bakıldığında konu hakkında en fazla yayına sahip olan derginin “Foods” dergisi olduğu görülürken, en fazla atıf alma sayısına sahip olan derginin “Appetite” dergisi olduğu ve dergilerin birlikte atıf ağı analizinde de bu derginin belirgin şekilde öne çıktığı görülmektedir. Yazarlar kapsamında atıf alma durumları incelendiğinde 7 yazarın (Anguah K.O-B., Craig B.A., Eichelsdoerfer P.E., Gehrke M.M., Lovejoy J.C., Mccrory M.A., Palmer P.A.) 22 atıfı zirveyi paylaştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Yazarların birlikte atıf ağı analizinde ise bugün de alanyazında geçerliğini koruyan ölçekleri geliştiren Patricia Pliner'in ön plana çıktığı görülmektedir. Ülkeler kapsamında üretkenliğin gözlemlenmesi amacıyla yapılan analizde, yiyecek korkusu kavramı üzerine sunulan makaleler açısından en üretken ülkenin açık ara farkla Amerika Birleşik Devletleri olduğu gözlemlenmiştir. Ülkemiz ise alanyazına katkı sunan ülkeler arasında 10. sırada yer almaktadır. Çalışmanın son analizi olarak, elde edilen araştırmaların dergi ülke ve anahtar kelime ilişkileri incelenmiştir. Ağırlıklı olarak, hangi ülkelerde gerçekleştirilen araştırmaların hangi dergilerde hangi anahtar kelimeleri kullandığı gözlemlenmiştir. Bu kapsamda, İtalya'da sunulan araştırmaların sıklıkla “Foods” ve “Sustainability” dergilerinde yayınlandığı ve araştırmalarda “food neophobia”, “children” ve “neophobia” anahtar kelimelerinin kullanıldığı görülürken, Türkiye’de sunulan araştırmaların sıklıkla “International Journal of Gastronomy and Food Science” ve “Anatolia” dergilerinde yayınlandığı ve araştırmacıların daha çok “food neophobia” ve “food choice” anahtar kelimelerini tercih ettiği görülmüştür.



Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım sınırlılıkları vardır. Mevcut çalışmanın bu sınırlılıkları gelecek çalışmalar için yol gösterici olabilir. Öncelikle çalışmada anahtar kavram olarak “food neophobia” kavramı kullanılmış bu kavram Scopus veri tabanında taratılmıştır. İlerleyen çalışmalarda anahtar kavram ek kavramlarla zenginleştirilerek Web of Science veya Google Akademik gibi farklı veri tabanlarından taratılabilir. Farklı veri tabanlarından elde edilen veriler ayrı ayrı kullanılabilceği gibi beraberde kullanılabilir. Çalışmanın analiz kısmında, yenilikçi yapısı ve sağladığı birçok avantajdan dolayı R programı kullanılmıştır. İlerleyen çalışmalarda görselliği artırmak veya analiz programları arasındaki farkı gözlemek amacıyla CiteSpace veya Vosviewer gibi programlar kullanılabilir. Çalışma kapsamında yalnızca İngilizce dilindeki makaleler analizlere dahil edilmiştir. Araştırmacılar diğer dilleri ve doküman türlerini analizlerine dahil ederek farklı ve daha genellenebilir bulgular elde edebilirler.

**KAYNAKÇA**

- Adongo, C. A., Anuga, S. W. ve Dayour, F. (2015). Will They Tell Others to Taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15: 57-64.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alley, T. R. (2018). Conceptualization and Measurement of Human Food Neophobia. S. Reilly (Eds.). *Food Neophobia*. 169-192. United Kingdom: Woodhead Publishing.
- Atabay, E., Çizel, B. ve Ajanovic, E. (2019). Akıllı Şehir Araştırmalarının R Programı ile Bibliyometrik Analizi. 20. Ulusal Turizm Kongresi (ss.1130-1136). Eskişehir: 16-19 Ekim 2019
- Babicz-Zielinska, E. (2006). Role of Psychological Factors in Food Choice. *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 56(4): 379-384.
- Barbera, F. L., Verneau, F., Amato, M. ve Grunert, K. (2018). Understanding Westerners' Disgust for The Eating of Insects: The Role of Food Neophobia and Implicit Associations. *Food Quality and Preference*, 64: 120-125.
- Caber, M., Yılmaz, G., Kiliçarslan, D. ve Öztürk, A. (2018). The Effects of Tour Guide Performance and Food Involvement on Food Neophobia and Local Food Consumption Intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3): 1472-1491.
- Choe, Y. J. ve Cho, S. M. (2011). Food Neophobia and Willingness to Try Non-Traditional Foods for Koreans. *Food and Quality and Preference*, 22(7): 671- 677.
- Cooke, L., Wardle, J. ve Gibson, E. L. (2003). Relationship Between Parental Report of Food Neophobia and Everyday Food Consumption in 2-6-Year-Old Children. *Appetite*, 41(2): 205-206.
- Costa, A., Silva, C. ve Oliveira, A. (2019). Food Neophobia and its Association with Food Preferences and Dietary Intake of Adults. *Nutrition and Dietetics*. 1- 8.
- Daim, T, Suntharasaj, P (2009) Technology Diffusion: Forecasting with Bibliometric Analysis and Bass model. *Foresight* 11 (3): 45-55.
- Dazeley, P. ve Houston-Price, C. (2015). Exposure to Foods' Non-Taste Sensory Properties. A Nursery Intervention to Increase Children's Willingness to Try Fruit and Vegetables. *Appetite*, 84: 1-6.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., ve Lim, W. M. (2021). How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Dos Santos, Q., Perez-Cueto, F. J. A., Rodrigues, V. M., Appleton, K., Giboreau, A., Saulais, L., ... Hartwell, H. (2020). Impact of A Nudging Intervention and Factors Associated with Vegetable Dish Choice Among European Adolescents. *European Journal of Nutrition*, 59(1), 231-247.
- Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L. ve Halford, J. C. (2008). Food Neophobia and Picky/Fussy Eating in Children: A Review. *Appetite*, 50(23): 181-193.
- Eertmans, A., Victoir, A., Vansant, G. ve Van den Bergh, O. (2005), Food-Related Personality Traits, Food Choice Motives and Food Intake: Mediator and Moderator Relationships. *Food Quality and Preference*, 16(8): 714-726.
- Falciglia, G. A., Couch, S. C., Gribble, L. S., Pabst, S. M., ve Frank, R. (2000). Food Neophobia in Childhood Affects Dietary Variety. *Journal of the American Dietetic Association*, 100(12): 1474-1481
- Galloway, A. T., Lee, Y. ve Birch, L. L. (2003). Predictors and Consequences of Food Neophobia and Pickiness in Young Girls. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(6): 692-698.
- Guzek, D., Głańska, D., Mellov'a, B., Zadka, K., Zywczyk, K., ve Gutkowska, K. (2018). Influence of Food Neophobia Level on Fruit and Vegetable Intake and its Association with Urban Area of Residence and Physical Activity in a Nationwide Case-Control Study of Polish Adolescents. *Nutrients*, 10(7).
- Güzeller, C. O. ve Çeliker, N. (2017). Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 88-102.

- Hazley, D., McCarthy, S. N., Stack, M., Walton, J., McNulty, B. A., Flynn, A., ve Kearney, J. M. (2022). Food Neophobia and its Relationship with Dietary Variety and Quality in Irish Adults: Findings From a National Cross-Sectional Study. *Appetite*, 169, 105859.
- Hoppu, U., Prinz, M., Ojansivu, P., Laaksonen, O. ve Sandell, M. A. (2015). Impact of Sensory-Based Food Education in Kindergarten on Willingness to Eat Vegetables and Berries. *Food and Nutrition Research*, 59(1): 28795.
- Hursti, U. K. K. ve Sjoden, P. O. (1997). Food and General Neophobia and Their Relationship with Self-Reported Food Choice. Familial Resemblance in Swedish Families with Children of Ages 7–17 Years. *Appetite*, 29(1): 89–103.
- Hwang, J., ve Lin, T. N. (2010). Effects of Food Neophobia, Familiarity, and Nutrition Information on Consumer Acceptance of Asian Menu Items. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(2): 171-187.
- Jaeger, S. R., Prescott, J., ve Worch, T. (2022). Food Neophobia Modulates Importance of Food Choice Motives: Replication, Extension and Behavioural Validation. *Food Quality and Preference*, 97, 104439.
- Jaeger, S. R., Rasmussen, M. A. ve Prescott, J. (2017). Relationships Between Food Neophobia and Food Intake and Preferences: Findings From a Sample of New Zealand Adults. *Appetite*, 116: 410-422
- Kaar, J. L., Shapiro, A. L. B., Fell, D. M. ve Johnson, S. L. (2016). Parental Feeding Practices, Food Neophobia and Child Food Preferences: What Combination of Factors Results in Children Eating a Variety of Foods? *Food Quality and Preference*, 50: 57-64.
- Kaplan, A. (2018). Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi- Neofili Etkisi. Doktora Tezi. Aydın: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.
- Kasemodel, M. G. C., Makishi, F., Souza, R. C. ve Silva, V. L. (2016). Following The Trail of Crumbs: A Bibliometric Study on Consumer Behavior in The Food Science and Technology Field, *International Journal of Food Studies*, 5(1):73-83.
- Kim, Y.G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009), Building a Model of Local Consumption on Trips and Holidays: Agrounded Theory Approach, *International Journal of Hospitality Management*, 28(3): 423-431.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2013). Empirical Verification of A Conceptual Model of Local Food Consumption at Tourist Destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33(3): 484-489.
- Knaapila, A., Silventoinen, K., Boms, U., Rose, R. J., Perola, M., Kaprio, J. ve Tuorila, H. M. (2011). Food Neophobia in Young Adults: Genetic Architecture and Relation to Personality, Pleasantness and Use Frequency of Foods, and Body Mass Index A Twin Study. *Behavior genetics*, 41(4): 512-521.
- Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., ... ve Perola, M. (2007). Food Neophobia Shows Heritable Variation in Humans. *Physiology and behavior*, 91(5): 573-578.
- Koivisto, U. K. ve Sjoden, P. O. (1996). Food and General Neophobia in Swedish Families: Parent-Child Comparisons and Relationships with Serving Specific Foods. *Appetite*, 26(2): 107–118.
- Lafraire, J., Rioux, C., Giboreau, A. ve Picard, D. (2016). Food Rejections in Children: Cognitive and Social/Environmental Factors Involved in Food Neophobia and picky/fussy Eating Behavior, *Appetite*, 96: 347-357.
- Laureati, M., Cattaneo, C., Bergamaschi, V., Proserpio, C. ve Pagliarini, E. (2016). School Children Preferences for Fish Formulations: The Impact of Child and Parental Food Neophobia. *Journal of Sensory Studies*, 31(5): 408–415.
- Maiz, E. ve Balluerka, N. (2016). Nutritional Status and Mediterranean Diet Quality Among Spanish Children and Adolescents with Food Neophobia. *Food Quality and Preference*, 52: 133–142.

- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. ve Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3): 928-936.
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M. ve López-Cózar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A Systematic Comparison of Citations in 252 Subject Categories. *Journal of Informetrics*, 12(4), 1160-1177.
- Martins, Y., Pelchat, P. L. ve Pliner, P. (1997). Try It; It's Good and It's Good for You': Effects of Taste and Nutrition Information on Willingness to Try Novel Foods. *Appetite*, 28(2): 89-102.
- McFarlane, T. ve Pliner, P. (1997). Increased Willingness to Taste Novel Foods: Effects of Nutrition and Taste Information. *Appetite*, 28(3): 227-238.
- Meiselman, H. L., King, S. C. ve Gillette, M. (2010). The Demographics of Neophobia in A Large Commercial US Sample. *Food Quality and Preference*, 21(7): 893-897.
- Murphy, S. P., Foote, J. A., Wilkens, L. R., Basiotis, P. P., Carlson, A., White, K. K. L., ve Yonemori, K. M. (2006). Simple Measures of Dietary Variety are Associated with Improved Dietary Quality. *Journal of the American Dietetic Association*, 106(3), 425-429.
- Mustonen, S. ve Tuorila, H. (2010). Sensory Education Decreases Food Neophobia Score and Encourages Trying Unfamiliar Foods in 8 12-Year-Old Children. *Food Quality and Preference*, 21(4): 353-360.
- Mustonen, S., Oerlemans, P. ve Tuorila, H. (2012). Familiarity with and Affective Responses to Foods in 8-11-Year-Old Children. The Role of Food Neophobia and Parental Education. *Appetite*, 58(3): 777-780.
- Nicklaus, S., Boggio, V., Chabanet, C., ve Issanchou, S. (2005). A Prospective Study of Food Variety Seeking in Childhood, Adolescence and Early Adult Life. *Appetite*, 44(3), 289-297.
- Nordin, S., Broman, D. A., Garvill, J. ve Nyroos, M. (2004). Gender Differences in Factors Affecting Rejection of Food in Healthy Young Swedish Adults. *Appetite*, 43(3): 295-301.
- Okumus, B., Chaulagain, S., ve Giritlioglu, I. (2019). Examining the Impacts of Job Stress and Job Satisfaction on Hotel Employees' Eating Behavior. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(5), 558-575.
- Okumus, B., Dedeoğlu, B. B., ve Shi, F. (2021). Gender and Generation as Antecedents of Food Neophobia and Food Neophilia. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100773.
- Park, B. K. ve Cho, M. S. (2016). Taste Education Reduces Food Neophobia and Increases Willingness to Try Novel Foods in School Children. *Nutrition Research and Practice*, 10(2): 221-228.
- Payini, V., Ramaprasad, B. S., Mallya, J., Sanil, M. ve Patwardhan, V. (2020). The Relationship Between Food Neophobia, Domain-Specific Innovativeness, and Food Festival Revisit Intentions. *British Food Journal*, 122(6): 1849-1868.
- Pelchat, M. L. ve Pliner, P. (1995). Try It. You'll Like It. Effects of Information on Willingness to Try Novel Foods. *Appetite*, 24(2), 153-166.
- Perry, R. A., Mallan, K. M., Koo, J., Mauch, C. E., Daniels, L. A. ve Magarey, A. M. (2015). Food Neophobia and Its Association with Diet Quality and Weight in Children Aged 24 Months: A Cross Sectional Study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1): 13.
- Pliner, P. (1994). Development of Measures of Food Neophobia in Children. *Appetite*, 23(2), 147-163.
- Pliner, P. ve Hobden, K. (1992). Development of a Scale to Measure the Trait of Food Neophobia in Humans. *Appetite*, 19(2): 105-120.
- Pliner, P. ve Pelchat, M. L. (1991). Neophobia in Humans and the Special Status of Foods of Animal Origin. *Appetite*, 16(3): 205-218.
- Pliner, P. ve Salvy, S. J. (2006). Food Neophobia in Humans. R. Shepherd ve M. Raats (Eds.). *The Psychology of Food Choice*. CABI, Oxfordshire, 75-92.
- Pliner, P., Eng, A. ve Krishnan, K. (1995). The Effects of Fear and Hunger on Food Neophobia in Humans. *Appetite*, 25: 77-87.

- Pliner, P., Pelchat M. ve Grabski, M. (1993). Reduction of Neophobia in Humans by Exposure to Novel Foods. *Appetite*, 20(2): 111-123.
- Reverdy, C., Chesnel, F., Schlich, P., Koster, E. P., ve Lange, C. (2008). Effect of Sensory Education on Willingness to Taste Novel Food in Children. *Appetite*, 51(1), 156-165.
- Rodríguez-Tadeo, A., Patiño-Villena, B., González Martínez-La Cuesta, E., Urquidez-Romero, R., ve Ros Berruezo, G. (2018). Food Neophobia, Mediterranean Diet Adherence and Acceptance of Healthy Foods Prepared in Gastronomic Workshops by Spanish Students. *Nutricion Hospitalaria*, 35(3), 642-649.
- Rozin, P. ve Vollmecke, T. A. (1986). Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*, 6(1): 433-456.
- Ruiz, V. F., Claret, A. ve Chaya, C. (2013). Testing a Spanish Version of the Food Neophobia Scale. *Food Quality and Preference*, 28(1): 222-225.
- Schickenberg, B., Van Assema, P., Brug, J. ve De Vries, N. K. (2008). Are the Dutch Acquainted with and Willing to Try Healthful Food Products? The Role of Food Neophobia. *Public Health Nutrition*, 11(5): 493-500.
- Siegrist, M., Hartmann, C. ve Keller, C. (2013). Antecedents of Food Neophobia and Its Association with Eating Behavior and Food Choices. *Food Quality and Preference*, 30(2): 293-298.
- Sivrikaya, K. K., ve Pekersen, Y. (2020). The Impact of Food Neophobia and Sensation Seeking of Foreign Tourists on the Purchase Intention of Traditional Turkish Food. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100222.
- Stallberg-White, C. ve Pliner, P. (1999). The Effect of Flavor Principles on Willingness to Taste Novel Foods. *Appetite*, 33(2): 209-221.
- Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L. ve Lotti, L. (2001). Food Neophobia Among the Finns and Related Responses to Familiar and Unfamiliar Foods. *Food Quality and Preference*, 12(1): 29-37.
- Tuorila, H., Meiselman, H. L., Bell, R., Cardello, A. V. ve Johnson, W. (1994). Role of Sensory and Cognitive Information in the Enhancement of Certainty and Linking for Novel and Familiar Foods. *Appetite*, 23(3): 231-246
- Üzülmez, M. (2018). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma. Doktora Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Yılmaz, G. (2021). Gastronomik Deneyim, Yiyecek İmajı ve Otantizmin Turistlerin Yerel Yiyecek Tüketim Niyetine Etkisi: Yiyecek Korkusunun Düzenleyici Rolü. Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Zhang, H., Li, L., Yang, Y. ve Zhang, J. (2018). Why Do Domestic Tourists Choose to Consume Local Food? The Differential and Non-Monotonic Moderating Effects of Subjective Knowledge. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10: 68-77.

## 6. BÖLÜM

### RESTORANLARDA PERFORMANS DEĞERLEMESİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BIBLİYOMETRİK ANALİZİ

Hakan ÖZKAYA<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

Yönetim muhasebesinin araştırma alanlarını; bütçeleme, davranışsal muhasebe, değişken maliyetleme / tam maliyetleme, etik, faaliyete dayalı maliyetleme, faaliyete dayalı yönetim, kalite maliyetleri, kurumsal kaynak kullanım sistemleri, maliyet hacmi kar analizleri, müşteri karlılığı, nakit akışı yönetimi, performans değerlemesi, safha maliyetleme, sermaye bütçelemesi, sipariş maliyetleme, sorumluluk muhasebesi, standart maliyetleme, stratejik yönetim muhasebesi, transfer fiyatlandırması, ürün maliyetlemesi ve varyans analizi şeklinde sıralayabiliriz. Muhasebe öğretim üyeleri bu konulardan; davranışsal muhasebe, faaliyete dayalı maliyetleme, performans değerlemesi ve ürün maliyetlemesi konularının göreceli olarak diğer konulardan daha önemli olduğunu belirtirken, muhasebe uygulayıcıları; nakit akışı yönetimi, bütçeleme, varyans analizi ve performans değerlemesi konularının daha önemli konular olduğunu belirtmiştir. Yönetim muhasebesinin araştırma konularından hem muhasebe öğretim üyeleri hem de muhasebe uygulayıcıları tarafından görece daha önemli olarak değerlendirilen tek konunun performans değerlendirme olduğunu görmekteyiz (Tan vd., 2004: 59, 64).

Tüm sektörler için hayati öneme sahip olan performans değerlendirme ve performans yönetimi, hizmet sektöründe imalat sektörüne göre bazı farklılıklar ve zorluklar içermektedir. Hizmet sektörlerinde performans değerlendirmeyle ilgili önemli bir sorun, imalat faaliyetlerinin belirli derecede homojenliğe sahip olmasına

<sup>1</sup> Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, ORCID: 0000-0001-7810-5943, hakan.ozkaya@deu.edu.tr

karşın, hizmet faaliyetlerinin son derece çeşitli olması ve imalat ortamına uygun olarak geliştirilen muhasebe tekniklerinin, izleme ve kontrol sistemlerinin kolayca hizmet sektörlerine uyarlanamamasıdır. Buna bağlı olarak hizmet sektörlerinde maliyet kontrolü ve ürün karlılığı hesaplamaları büyük güçlükler arz etmektedir (Evans ve Bellamy, 1995: 32).

Ülkemizde ve dünyada hizmet sektörü içinde önemli bir yer tutan konaklama ve turizm sektörünün ülke ekonomilerine önemli katkılarda bulunmaktadır. Turizm sektörü ülkelerin büyümesi ve sosyoekonomik yapıları üzerinde kritik öneme sahiptir ve insanların refahı ile yakından ilişkilidir. Ayrıca turizm sektörü ülkenin döviz rezervlerine önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve nüfusun geniş bir kesimine doğrudan veya dolaylı iş olanakları sağlamaktadır (Thommandru vd., 2021: 1). Konaklama ve turizm sektörünün önemli bileşenlerinden birisi de restoran işletmeleridir.

Restoranlarda performans değerlemesi ve çeşitli faktörlerin performans üzerindeki etkisinin anlaşılması yöneticilerin stratejilerini belirlemelerinde önemli rol oynamaktadır. Restoranlarda performans değerlendirme hem kamu ve hem de özel sektördeki karar vericilerin politikalarının şekillenmesine önemli katkılarda bulunmaktadır. Performans değerlendirme kamu kaynaklarının ve özel yatırımların, bunları en verimli şekilde kullanacak şirketlere tahsis edilmesine yardımcı olmaktadır. Performansı etkileyen faktörlerin analizi de çeşitli açılardan kilit öneme sahiptir. İlk olarak gelişmelere ayak uyduramamış verimsiz restoranların pazarın dışına itileceği göz önüne alındığında, performans değerlendirme sonuçları etkili işletme stratejilerinin geliştirilmesinde kullanılmaktadır. İkincisi, performans değerlendirme sonuçları, restoranların operasyonel verimliliğini etkileyebilecek finansal değişkenler üzerinde etkili olacak olan turizm politikalarının geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Restoranlara ilişkin finansal ve ekonomik bilgilerin elde edilmesi, analizi ve yorumlanması, şirketin yönettiği kaynaklar üzerinde olumlu bir ekonomik bir etkiye sahip olacak ve dolaylı olarak restoranların verimliliğini ve rekabet gücünü etkileyecek etkili planlama ve işletme kararlarının alınmasını sağlayacaktır (Alberca ve Parte, 2018: 1973).

## **RESTORANLAR VE PERFORMANS ÜZERİNE YAPILAN BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALAR**

Web of Science veri tabanında yer alan bir kaynaktan yayınlanmış restoranlar üzerine yapılan bibliyometrik çalışmalar, herhangi bir filtrelemeye tabi tutulmadan “restaurant\*” ve “bibliometric\*” anahtar kelimeleri ile, çalışmaların başlık, özet, yazar anahtar kelimeleri ve Keywords Plus alanlarında aratıldığında karşımıza 11 çalışma çıkmaktadır. Çalışmalar ile ilgili dikkat çeken ilk nokta, çalışmalarının tümünün 2019 yılından itibaren son dört yılda yapılmış olmasıdır.

Rodriguez-Lopez vd. (2020) son 20 yıldaki restoran araştırmalarının genel olarak gözden geçirilmesine yönelik bir bibliyometrik analiz yapmıştır. Yapılan

çalışmalarının bir kısmının bir ülke özelinde yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi olduğunu görmekteyiz. Stevenson vd. (2019) Kanada’da restoranlar ile beslenme ve obezite ilişkisini incelemiştir. Vogel vd. (2019) Brezilya’da yayın yapan akademik dergilerde yayınlanan gastronomi araştırmalarının bibliyometrik analizini yapmıştır. Constantin vd. (2021) Romanya otel ve yiyecek-içecek sektörünün Covid-19 sonrasında yaşadığı zorluklarını inceledikleri çalışmalarında konu hakkında bir bibliyometrik analiz de yapmışlardır.

Çalışmaların bir kısmı restoranları turizm sektörünün bir alt bileşeni olarak ele almış ve daha genel bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Park ve Jeong (2019) restoranlarda hizmet kalitesi konusunda yapılan çalışmaları analiz etmiştir. Altın vd. (2021) tarafından da restoranlar ve diğer turizm sektörü işletmeleri üzerine yapılan aile işletmeleri araştırmalarının bibliyometrik analizi yapılmıştır. Zhou vd. (2022) bibliyometrik bir analiz ile konaklama ve turizm hizmetlerindeki ayrımcılık konusuna eleştirel bir yaklaşımda bulunmuştur.

Literatürde yer alan bibliyometrik çalışmaların bir kısmı gastronomi ana konusu çerçevesinde restoranlar ile ilgili yapılan çalışmaları bir analize tabi tutmuşlardır. Lin vd. (2021) gastronomiyi turistik destinasyonların kimlik ve kültürel mirasının bir göstergesi olarak değerlendirerek konu hakkındaki çalışmaları bibliyometrik olarak incelemiştir. Okumus vd. (2021) gastronomi turizmi literatürünü ortak alıntı yaklaşımı ile bibliyometrik olarak incelemiştir.

Yapılan bibliyometrik çalışmalarda sürdürülebilirlik kavramı ile restoranların ilişkilendirildiği araştırmaların incelendiğini görmekteyiz. Jia ve Qiao (2022) küresel gıda atığı araştırmasının bibliyometrik analizini yapmıştır. Bux vd. (2022) küresel ölçekte gıda hizmetleri ve konaklama sektöründeki mevcut eğilimlerin eleştirel bir incelemesini yapmakta ve sürdürülebilir gıda hizmetlerine geçiş konusunda bir bibliyometrik analiz sunmaktadır.

Bu çalışmanın diğer anahtar kelimesi olan performans üzerine yapılan ve Web of Science veri tabanında taranan bibliyometrik çalışmalara “performance” anahtar kelimesi başlıklarda ve (bibliometric\*) anahtar kelimesi çalışmaların başlık, özet, yazar anahtar kelimeleri ve Keywords Plus alanlarında aratılarak ulaşılmıştır. Çıkan çalışmalar Web of Science kategorilerinden “Konaklama Boş Zaman Spor Turizm” (Hospitality Leisure Sport Tourism) kategorileri ile sınırlandırılmıştır. Bu sorgu neticesinde karşımıza İngilizce dilinde üç çalışma çıkmıştır. Aynı restoran üzerine yapılan bibliyometrik çalışmaların son dört yılda toplandığı gibi, turizm alanında performans ile ilgili bibliyometrik çalışmalarının 2018 yılı ve sonrasında yapıldığını görmekteyiz.

Sainaghi vd. (2018) otel performansı çalışmalarının bibliyometrik analizini, Sainaghi vd. (2019) ise otel performansı çalışmalarının akademik çıktılarına (sağlamlığını) ve bu akademik çıktıların katkısını uygulayıcıların ihtiyaçları (ilgililik) açısından incelemektedir. Mensah vd. (2022) ise festival araştırmalarının



performans ve sosyal ağ yapısı inceleyerek alanın mevcut durumu hakkında genel bir değerlendirme yapmış ve gelecekteki araştırmalar için bir yol haritası ortaya koymuştur.

## YÖNTEM

Bu çalışmada restoranlarda performans değerlemesi alanındaki; makaleleri, etkili yazarları, dergileri, ülkeleri ve başlıca temaları belirlemek için bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz, büyük hacimli bilimsel verileri analiz etmek için kullanılan popüler bir yöntemdir. Belirli bir alandaki dönüşümü ve farklılıkları açıklarken, o alanda ortaya çıkan gelişmelere ışık tutulmasını sağlamaktadır. Literatür özetlemesi ve sentezi için etkili bir yöntem olan bibliyometrik analizin bazı sınırları olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. İlk olarak, Scopus ve Web of Science gibi bilimsel veri tabanlarından alınan bibliyometrik veriler, özel olarak bibliyometrik analiz amacıyla üretilmemiş olduklarından bazı hatalar içerebilir. Bu hataların varlığı, bu tür veriler kullanılarak gerçekleştirilen analizlerin sonuçlarını etkilemektedir. İkinci olarak, bibliyometrik analiz doğası gereği nicel olduğu için bibliyometrik bulgulara dayanarak nitel önermelerde bulunurken ekstra özen göstermeli ve nitel iddialar uygun içerik analizi yöntemleri ile desteklemelidir (Donthu vd., 2021: 295).

24 kalite ve 4 etki kriteri olmak üzere 28 ayrı kritere göre dergileri seçen, izleyen ve endeksleyen Web of Science (Clarivate, 2023), benzer, karşılaştırılabilir ve literatüre yön veren çalışmaların bir arada değerlendirilmesini daha iyi şekilde sağlayacağı düşünüldüğünden, restoranlarda performans değerlemesi üzerine yapılan yayınlar Web of Science veri tabanında izlenenler ile sınırlı tutulmuştur.

Web of Science veri tabanında konu ile ilgili en geniş çalışma örneğine ulaşmak adına önce anahtar kelimeler olan “restaurant” ve “performance” kelimeleri ekleriyle birlikte, çalışmaların; başlık, özet, yazarlar tarafından belirtilen anahtar kelimeler ve Clarivate veri tabanı tarafından özel bir algoritma kullanarak oluşturulan Keywords Plus alanlarında aratılmıştır. İlk arama “TS=(restaurant\* AND performance\*)” sorgusu kullanılarak yapılmıştır.

İlk arama sonucunda elde edilen 2.582 çalışma, çeşitli hariç tutma ve dahil etme kriterleri ile filtrelenerek örneklemin restoranlarda performans değerlemesi literatürünü temsil kabiliyeti mümkün olan en üst seviyeye ulaştırılmaya çalışılmıştır. Örneklem için herhangi bir süre sınırlaması uygulanmamıştır. Örneklem önce “dil” kriterine göre filtrelenerek İngilizce dışındaki dillerden birinde yapılan yayınlar hariç tutulmuştur (2.527 çalışma). Sosyal bilimler alanındaki yayınların tarandığı ve benzer ve karşılaştırılabilir kriterlere sahip ve uzun yıllardır izleme yapan Web of Science Core Collection endekslerinden olan Social Sciences Citation Index (SSCI) tarafından taranan yayınlar dahil tutularak filtrelemeye devam edilmiştir (1.124 çalışma). Ayrıca Web of Science kategorilerinden “Konaklama Boş Zaman Spor Turizm” (Hospitality Leisure Sport Tourism), “Yönetim” (Management), “İşletme”

(Business) ve “Ekonomi” (Economics) kategorileri dışındaki kategorilerde yayınlanan çalışmalar hariç tutularak yiyecek içecek işletmesi alanındaki yayımlar bir araya getirilmeye çalışılmıştır (791 çalışma). Son olarak çalışmalar doküman türüne göre filtrelenerek sadece makale türündeki çalışmalar örnekleme dahil tutularak restoranlarda performans değerlemesi konusu ile yakından alakalı 761 adet yayımlanmış makale içeren örneklem oluşturulmuştur.

Örnekleme yer alan 761 makaleye ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 1’de görülmektedir. Makalelerin ortalama atıf sayısı 37 iken, atıf sayılarının medyanı 13’tür. 761 makalenin 56 adeti Kasım 2022 itibarıyla hiç atıf almamıştır. Toplamda 1.526 farklı yazar tarafından yazılan makaleler 155 farklı dergide yayımlanmıştır. Yazarlar 63 ülkede ve 702 farklı kurumda çalışmaktadır.

**Tablo 1:** Betimleyici İstatistikler

Makale Sayısı	761
Ortalama Atıf Sayısı	37,05
Medyan Atıf Sayısı	13
Hiç Atıf Almamış Makale	56
Yazar Sayısı	1.526
Dergi Sayısı	155
Ülke Sayısı	63
Kurum Sayısı	702

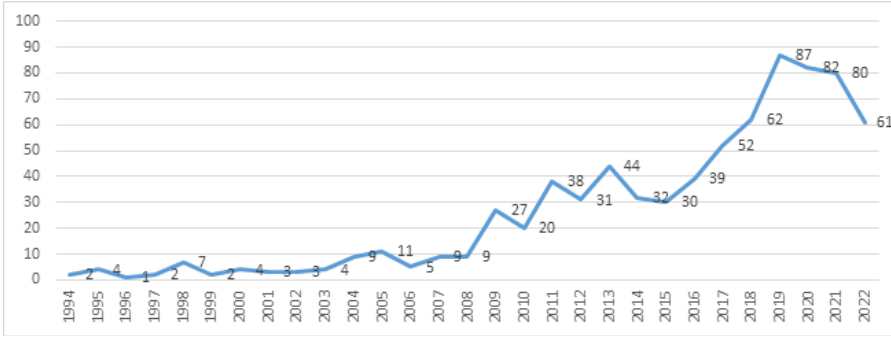
## BULGULAR

Web of Science kategorilerine göre çalışmaların dağılımının incelenmesi, restoranlarda performans değerlemesi konusunda çalışmaların, bu çalışma kapsamında belirlenen kategoriler (“Ağırlama Boş Zaman Spor Turizm”, “Yönetim” (Management), “İşletme” ve “Ekonomi”) dışında hangi kategorilerde yer aldığını göstermektedir. Bu kategoriler ile ortak çalışma yapmış olan kategoriler ve alanın interdisipliner yapısı hakkında ipuçları vermektedir. Bir çalışma, birden fazla kategori ile ilişkili olabileceğinden çalışma sayısı ve yüzdeler içinde mükerrer olarak yer alabilmektedir. Bundan dolayı çalışma sayısı 761’den fazla ve yüzde toplamı da % 100’den fazla olacaktır.

**Tablo 2:** Çalışmaların Web of Science Kategorilerine Göre Dağılımı

Web of Science Kategorileri	Çalışma Sayısı	Yüzde	Web of Science Kategorileri	Çalışma Sayısı	Yüzde
Ağırlama Boş Zaman Spor Turizm	464	60,97	Sosyal Psikoloji	3	0,39
Yönetim	426	55,98	Etik	2	0,26
İşletme	151	19,84	Psikoloji Multidisipliner	2	0,26
Ekonomi	73	9,59	Sosyal Bilimler Disiplinlerarası	2	0,26
Uygulamalı Psikoloji	44	5,78	Telekomünikasyon	2	0,26
Sosyoloji	38	4,99	Tarım Ekonomisi Politikası	1	0,13
Çevre Çalışmaları	33	4,34	İşletme Finansı	1	0,13
Yöneylem Araştırması Yönetim Bilimi	20	2,63	Enerji Yakıtlar	1	0,13
Endüstri İlişkileri Emek	7	0,92	Çevre Bilimi	1	0,13
Yeşil Sürdürülebilir Teknolojisi	5	0,66	Politika Bilimi	1	0,13
İletişim	4	0,53	Kamu Yönetimi	1	0,13
Enformasyon Bilimi Kütüphane Bilimi	4	0,53	Ulaştırma	1	0,13
Sosyal Bilimler Matematiksel Yöntemler	4	0,53	Kent Çalışmaları	1	0,13
Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri	3	0,39	Kadın Çalışmaları	1	0,13
Kalkınma Çalışmaları	3	0,39			

Örneklemdaki makalelerin ilki 1994 yılında yazılmıştır. Geçen zaman zarfında yıl başına düşen makale sayısında düzenli bir artışın olduğunu görmekteyiz. 90'lı yıllarda (1994-1999) ortalama yıl başına yayın sayısı sadece üç iken, 2000'li yıllarda (2000-2009) 8,4; 2010'lu yıllarda (2010-2019) 43,5 ve 2020'li yıllarda (2020-2022) 74,3 olmuştur. Yıllar içinde restoranlarda performans değerlemesi konusunun daha çok ilgi gördüğü ve daha fazla yayın imkanına sahip olduğunu söyleyebiliriz.



Şekil 1: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Örneklemede yer alan 761 makalenin 84'ü tek yazarlı, 236'sı iki yazarlı, 269'u üç yazarlı, 128'i dört yazarlı ve 34'ü beş yazarlıdır. Sadece 10 makale altı ve daha çok sayıda yazar tarafından yazılmıştır. Makalelerin yazar sayıları Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3: Makalelerin Yazar Sayıları

Yazar Sayısı	1	2	3	4	5	6	7	9	Toplam
Makale Sayısı	84	236	269	128	34	5	4	1	761

Örneklemede bulunan 761 makale toplamda 1.526 farklı yazar tarafından yazılmıştır. 1.526 yazarın 1.285'inin sadece bir makalesi bulunurken 241'inin birden fazla makalesi bulunmaktadır. En üretken beş yazarın 10'dan fazla makalesi (sırasıyla 11, 12, 15, 27 ve 41 makale) bulunmaktadır. Yazarların makale sayıları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4: Yazarların Makale Sayıları

Makale Sayısı	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	15	27	41	Toplam
Yazar Sayısı	1.285	142	35	23	10	10	6	5	3	2	1	1	1	1	1	1.526

Restoranlarda performans değerlemesi konusunda üretkenlik kriteri olarak yazılan makale sayısı kullanıldığında en üretken 10 yazarın listesi Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5: Makale Sayısına Göre En Üretken Yazarlar

Sıra	Yazar	Makale Sayısı
1	Lee, Seoki	41
2	Jang, Soocheong (Shawn)	27
3	Cho, Meehee	15
4	Bonn, Mark A.	12
5	Guchait, Priyanko	11
6	Koh, Yoon	10
7	Song, Sujin	10
8	Liu, Chih-Hsing	9
9	Noone, Breffni M.	9
10	Ozdemir, Ozgur	9

Yazarların üretkenliğinin yanında etkilerinin ölçülmesinde ise normalleştirilmiş atıf sayısı kriteri kullanılmıştır. Bir yazarın konu ile alakalı makalesine aldığı toplam atıf sayısı, yazarın etkisinin bir ölçüsü iken, önceki yıllarda yazılmış makalelerin atıf almak için daha fazla süresi olduğu için daha şanslı olmaları gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır. Eski yayınların atıf almak için daha yeni yayınlara göre daha fazla zamana sahip olduğu gerçeğini normalleştirerek düzelten VOSviewer programı, “normalleştirilmiş atıf sayısı” (normalized number of citations) değerini de hesaplamaktadır. Bir yazarın makalelerinin normalleştirilmiş atıf sayısı, yayının atıf sayısının aynı yılda yayınlanan ve örnekleme dahil edilen tüm yayınların ortalama atıf sayısına bölünerek hesaplanmaktadır (Eck ve Waltman, 2022: 38). Normalleştirilmiş atıf sayısına göre en etkili 10 yazarın listesi Tablo 6’da görülmektedir.

**Tablo 6:** Normalleştirilmiş Atıf Sayısına Göre En Etkili Yazarlar

Sıra	Yazar	Toplam Atıf Sayısı	Normalleştirilmiş Atıf Sayısı
1	Lee, Seoki	1.694	46,19
2	Jang, Soocheong (Shawn)	1.064	26,15
3	Liu, Chih-Hsing	300	16,24
4	Kang, Kyung Ho	614	16,11
5	Cho, Meehee	389	15,74
6	Bonn, Mark A.	370	13,97
7	Cai, Ruiying	202	12,69
8	Horng, Jeou-Shyan	292	12,32
9	Gursoy, Dogan	199	12,09
10	Lee, Craig	272	11,80

Seoki Lee (The Pennsylvania State University) ve SooCheong (Shawn) Jang (Purdue University) hem en üretken hem de en etkili yazarlar listesinde birinci ve ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca Chih-Hsing Liu (National Kaohsiung University of Science and Technology), Meehee Cho (Kyung Hee University) ve Mark A. Bonn (Florida State University) de hem en üretken hem de en etkili yazarlar listesinde yer almaktadır<sup>2</sup>.

Yayınlanan 761 makale 155 farklı dergide yayınlanmıştır. 79 dergide sadece bir makale ve 32 dergide iki makale yayınlanırken, bir dergide 145 makale ve diğer bir dergide 118 makale yayınlanmıştır. Makalelerin % 57’sinin (435 makale) dergilerin %5, 8’i (dokuz dergi) tarafından yayınlandığını görmekteyiz. Dergilerde yayınlanan makale sayıları Tablo 7’de görülmektedir.

**Tablo 7:** Dergilerde Yayınlanan Makale Sayıları

Makale Sayısı	1	2	3-10 arası	12	15	26	27	28	30	34	118	145	Toplam
Dergi Sayısı	79	32	35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	155

2 Yazarların bağlı oldukları kurumların güncel Google Scholar hesaplarından alınmıştır. Makalelerin yazıldığı tarihlerdeki kurumlarından farklılıklar gösterebilir.

Yayınların % 57'sinin yapıldığı dokuz dergi Tablo 8'de görülmektedir. En çok yayının yapıldığı ilk yedi dergi ağırlama hizmetleri ve turizm dergileri iken sekizinci ve dokuzuncu sıradaki dergilerin turizm sektörünü de içine alan daha geniş kapsamlı dergiler olduğunu görmekteyiz.

**Tablo 8:** En Fazla Yayın Yapılan Dergiler

Sıra	Dergi Adı	Makale Sayısı	Atıf Sayısı
1	International Journal of Hospitality Management	145	5.434
2	International Journal of Contemporary Hospitality Management	118	2.288
3	Cornell Hospitality Quarterly	34	579
4	Tourism Management	30	1.957
5	Tourism Economics	28	253
6	Journal of Hospitality & Tourism Research	27	392
7	Journal of Hospitality and Tourism Management	26	438
8	Service Industries Journal	15	505
9	Journal of Business Research	12	465

Restoranlarda performans değerlemesi konusunda en fazla yayının yapıldığı dergilerin aynı zamanda bu konuda en etkili dergiler olduğunu söyleyebiliriz. Normalleştirilmiş atıf sayısına göre konuda en etkili dergiler listesi Tablo 9'da görülmektedir. En fazla yayın yapılan dergiler arasında yer alan Service Industries Journal'ın, en etkili 10 dergi arasında yer almadığını, bunun yanında turizm ve ağırlama hizmetleri alanına özgü olmayan Academy of Management Journal ve Journal of Applied Psychology dergilerinde yedişer makale yayınlanmasına rağmen toplam atıf sayısı ve normalleştirilmiş atıf sayısı kriterlerine göre en etkili dergiler arasında yer aldığını görmekteyiz.

**Tablo 9:** Normalleştirilmiş Atıf Sayısına Göre En Etkili Dergiler

Sıra	Dergi Adı	Makale Sayısı	Atıf Sayısı	Normalleştirilmiş Atıf Sayısı
1	International Journal of Hospitality Management	145	5.434	202,84
2	International Journal of Contemporary Hospitality Management	118	2.288	96,80
3	Tourism Management	30	1.957	51,75
4	Journal of Hospitality and Tourism Management	26	438	29,70
5	Academy of Management Journal	7	2.890	24,48
6	Tourism Economics	28	253	18,83
7	Journal of Hospitality & Tourism Research	27	392	17,17
8	Cornell Hospitality Quarterly	34	579	16,95
9	Journal of Business Research	12	465	13,75
10	Journal of Applied Psychology	7	1.970	12,41

En çok yayın yapılan üniversiteler listesi Tablo 10’da görülmektedir. 1.526 yazar, çalışmaların yayınlandığı tarih itibariyle, 702 farklı kuruma bağlı bulunmaktadır. En çok sayıda yazarın bağlı bulunduğu üniversite 74 ile Pennsylvania State University olmuştur. Alanda en çok yayın yapılan 10 üniversitenin sekiz tanesi ABD üniversiteleri iken, bir üniversite Hong Kong ve bir üniversite de Güney Kore’de bulunmaktadır.

**Tablo 10:** En Çok Yayın Yapılan Üniversiteler

Sıra	Üniversite	Yazar Sayısı	Atıf Sayısı	Normalleştirilmiş Atıf Sayısı
1	Pennsylvania State University (ABD)	74	2.337	56,92
2	Hong Kong Polytechnic University (Hong Kong)	46	1.055	36,70
3	Kyung Hee University (Güney Kore)	43	1.095	41,36
4	Purdue University (ABD)	33	1.552	31,09
5	University of Houston (ABD)	30	692	26,72
6	Cornell University (ABD)	27	1.693	19,74
7	University of Central Florida (ABD)	27	602	25,09
8	Oklahoma State University (ABD)	26	1.115	31,30
9	Florida State University (ABD)	25	831	25,47
10	University of Nevada (ABD)	19	182	9,65

Yazarların bağlı bulunduğu kurumlar 63 farklı ülkede yer almaktadır. En fazla yayın yapılan ülkeler listesi Tablo 11’de görülmektedir. Ülkelere ait makale sayısı toplamı, bir makale birden fazla ülkeden yazar tarafından da yazıldığı için makale sayısı tekrarlar içermekte ve örneklem sayısı olan 761’den daha fazla sayıdadır (1067 makale). En fazla sayıda makale, en fazla sayıda atıf sayısı ve en yüksek normalleştirilmiş atıf sayısına sahip ülke açık ara Amerika Birleşik Devletleri’dir. ABD’yi toplam makalelerin yaklaşık % 10’unun yayınlandığı Çin ve Güney Kore izlemektedir. En fazla sayıda makalenin yayınlandığı 10 ülke, toplam makalelerin % 82,2’ sini yayınlamıştır.

**Tablo 11:** En Çok Yayın Yapılan Ülkeler

Sıra	Ülke	Makale Sayısı	Yüzde	Atıf Sayısı	Normalleştirilmiş Atıf Sayısı
1	ABD	425	39,83	17.297	387,49
2	Çin	109	10,22	2.385	103,24
3	Güney Kore	97	9,09	3.173	96,71
4	Tayvan	69	6,47	2.891	84,96
5	İngiltere	39	3,66	1.122	55,06
6	Avustralya	37	3,47	825	36,97
7	İspanya	33	3,09	1.852	30,79

8	Türkiye	28	2,62	430	24,18
9	Kanada	24	2,25	1.290	19,39
10	Yeni Zelanda	16	1,50	501	21,29

Örnekleme bulunan çalışmalarda yazarlar tarafından belirtilen “yazar anahtar kelimelerinin” analizi, kelimelerin birlikte bulunma durumları göz önünde bulundurulmuş yapılmıştır. Çalışmalarda en az beş kere kullanılmış anahtar kelimelerin ikililer şeklinde birlikte bulunmalarının tam sayımı (full count) ile kelimeler arasındaki ilişki görselleştirilmiştir. Analizde normalleştirme metodu olarak “ilişki gücü” (association strength) kullanılmıştır.

En çok kullanılan 70 kelime arasında 277 bağlantı tespit edilmiştir. Aralarında en fazla bağlantı tespit edilen kelimeler sekiz ayrı kümede (cluster) toplanmıştır. Anahtar kelimelerinin ilişki ağı Şekil 2’de görülmektedir. Çalışmanın örnekleminin oluşturulmasında kullanılan sorguda geçen anahtar kelimeler olan “restoran” ve “performans” kelimelerinin veya bu kelimeleri içeren kelime gruplarının en fazla sayıda görülen yazar anahtar kelimeleri olması doğaldır. Restoranlar (restaurants), performans (performance) ve restoran sektörü (restaurant industry) kelimeleri tespit edilen sekiz kümenin üçünün en fazla kullanılan kelimeleri olmuştur. Bu kelimelerinin yanı sıra restoranlarda performans değerlemesi çalışmalarının ana çalışma konuları ve temalarını gösteren diğer kelimeler; müşteri memnuniyeti (customer satisfaction), iş tatmini (job satisfaction), isim hakkı kullanımı (franchising), kurumsal sosyal sorumluluk (corporate social responsibility) ve covid-19 (covid-19) olmuştur.

Restoranlarda performans değerlemesi çalışmalarında en fazla incelenen temanın müşteri memnuniyeti olduğunu görmekteyiz. Müşteri memnuniyetinin en fazla birlikte incelendiği konular ise; restoran (restaurant), hizmet kalitesi (service quality), konaklama (hospitality), yaratıcılık (creativity), bahşiş (tipping), duygusal emek (emotional labor), insan kaynakları yönetimi (human resource management), liderlik (leadership), hizmet iklimi (service climate), önem-performans analizi (importance-performance analysis), müşteri sadakati (customer loyalty), kişilik (personality), elde tutma (retention), hizmetler (services), konaklama sektörü (hospitality industry) olmuştur.

Çalışmalarda en fazla incelenen ikinci tema ise iş tatminidir. İş tatmini en fazla; hizmet performansı (service performance), öz yeterlilik (self-efficacy), işe bağlılık (work engagement), mental yorgunluk (emotional exhaustion), hizmet iyileştirme performansı (service recovery performance), duygusal zeka (emotional intelligence), örgütsel bağlılık (organizational commitment), restoran yönetimi (restaurant management), ayrılma niyeti (turnover intention), tükenmişlik (burnout), müşteri odaklılık (customer orientation), örgütsel vatandaşlık davranışı (organizational citizenship behavior) ve gelir yönetimi (revenue management) konuları bağlamında incelenmiştir.





## SONUÇ

Bu çalışmada restoranlarda performans değerlemesi üzerine 1994-2022 yılları arasında yazılmış 761 makale analiz edilmiştir. 702 farklı kurumdan 1.5326 yazar tarafından yazılan makalelere ortalama 37 adet atıf yapılmıştır.

Hem çalışmanın ana sorgunun hem de literatür taramasına ilişkin restoran ve performans çalışmalarına ilişkin sorgulardan, bibliyometrik çalışmaların son yıllarda hız kazandığını ve yaygınlaştığını görmekteyiz. 1994 yılında yılda iki adet olan restoranlarda performans değerlemesi çalışması 2020'ye geldiğimizde yılda 80'li sayılara ulaşmıştır. Bunda bibliyometrik çalışmaların yapılmasına olanak veren veri tabanlarının yaygınlaşması ve veri analizinin ve görselleştirmenin kolaylıkla yapılabileceği paket programların yaygınlaşmasının da etkisini olduğu söylenebilir (Ellegaard ve Wallin, 2015: 1810). Yıllar içinde bibliyometrik çalışmaların artmasının bir diğer doğal nedeni de analizi yapılan alanlardaki literatürün de yıllar içinde hacim kazanması olduğunu söylemek mümkündür.

Restoranlarda performans değerlemesi literatüründe iki veya üç yazarlı makalelerin en yaygın şekilde bulunduğunu görmekteyiz. Tek yazarlı ve üçten fazla yazarlı makaleler ise göreceli olarak daha az bulunmaktadır. Yazarların konu üzerine makale sayıları değerlendirildiğinde, yazarların çok büyük kısmının konu üzerine sadece bir makalesi olduğunu görmekteyiz. Sadece beş yazar 10'dan fazla makale yazmıştır. Restoranlarda performans değerlemesi konusunda uzmanlaşmanın yoğun olmadığı çıkarımını yapmak mümkündür.

Yazılan makale sayısına göre en üretken yazarlar listesinde de normalleştirilmiş atıf sayısına göre en etkili yazarlar listesinde de bir Türk yazarın bulunduğunu görmekteyiz. Her iki yazar da makalelerin yazıldığı dönem itibariyle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelerde çalışmaktadır. Konu üzerinde en etkin ve üretken ülkenin açık ara Amerika Birleşik Devletleri olduğu çalışmanın belirgin sonuçları arasında yer almaktadır. Makale sayısına göre en üretken 10 ülke listesinde birinci sırada bulunan Amerika Birleşik Devletleri'nde, yaklaşık olarak listede kendinden sonra gelen dokuz ülkenin toplamı kadar yayın yapılmıştır.

Literatür incelendiğinde restoranlar açısından performans kavramının farklı boyutlarının araştırmalara konu olduğunu görmekteyiz. Finansal performans yoğun olarak incelenen boyutlar arasında yer alırken, firma performansının yanında restoran çalışanlarının performansı diğer bir önemli boyutu oluşturmaktadır. Performans değerlemesine konu olan bir diğer değişken ise isim hakkı kullanımudur. Gerek firma gerekse çalışanlar düzeyinde performans değerlendirme çalışmalarının yanı sıra literatürde performansın belirleyicilerine yönelik çalışmaların yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Çeşitli boyutları ile müşteri memnuniyeti, girişimcilik ve kurumsal sosyal sorumluluk ve performans ilişkisi literatürde yoğun olarak incelenmiştir.

## KAYNAKÇA

- Alberca, P., & Parte, L. (2018). Operational efficiency evaluation of restaurant firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1959-1977.
- Altın, H. O., Pirnar, I., Eriş, E. D., & Gunlu, E. (2021). Family businesses in the tourism industry: a research agenda. *Journal of Family Business Management*, 12(3), 468-493.
- Bux, C., Aluculesci, A. C., & Moagăr-Poladian, S. (2022). How to Monitor the Transition to Sustainable Food Services and Lodging Accommodation Activities: A Bibliometric Approach. *Sustainability*, 14(15), 9102.
- Clarivate. (2023). <https://clarivate.com/products/scientific-and-academic-research/research-discovery-and-workflow-solutions/web-of-science/core-collection/editorial-selection-process/editorial-selection-process/> (E.T.: 20.11.2022)
- Constantin, M., Pătărlăgeanu, S. R., Dinu, M., & Ignat, R. (2021, December). Rising tensions along the agri-food value chains during the COVID-19 crisis: evidence based on Google Trends Data. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* (Vol. 15, No. 1, pp. 302-316). Sciendo.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Eck, Nees Jan van ve Waltman, Ludo. (2022). VOSviewer Manual version 1.6.18. Universiteit Leiden.
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact?. *Scientometrics*, 105(3), 1809-1831.
- Evans, P., & Bellamy, S. (1995). Performance evaluation in the Australian public sector: The role of management and cost accounting control systems. *International journal of public sector management*. 8(6), 30-38.
- Jia, L., & Qiao, G. (2022). Quantification, Environmental Impact, and Behavior Management: A Bibliometric Analysis and Review of Global Food Waste Research Based on CiteSpace. *Sustainability*, 14(18), 11293.
- Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001–2020. *Sustainability*, 13(22), 12531.
- Mensah, C., Awudu, G., Forson, M. A., & Sakyi, R. (2022). Performance and Social Network Structure of Festival Research: A Reflective of 1978–2020. *Journal of Convention & Event Tourism*.
- Okumus, B., Mehraliyev, F., Ma, F., & Köseoglu, M. A. (2021). Intellectual connections in food tourism literature: A co-citation approach. *International Journal of Tourism Research*, 23(2), 220-237.
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665.
- Rodríguez-López, M. E., Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Muñoz-Leiva, F. (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387.
- Sainaghi, R., Phillips, P., Baggio, R., & Mauri, A. (2018). Cross-citation and authorship analysis of hotel performance studies. *International journal of hospitality management*, 73, 75-84.
- Sainaghi, R., Phillips, P., Baggio, R., & Mauri, A. (2019). Hotel performance: Rigor and relevant research topics. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 13-26.
- Stevenson, A. C., Brazeau, A. S., Dasgupta, K., & Ross, N. A. (2019). Evidence synthesis-Neighbourhood retail food outlet access, diet and body mass index in Canada: a systematic review. *Health promotion and chronic disease prevention in Canada: research, policy and practice*, 39(10), 261.
- Tan, L. M., Fowler, M. B., & Hawkes, L. (2004). Management accounting curricula: striking a balance between the views of educators and practitioners. *Accounting Education*, 13(1), 51-67.
- Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2021). Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*.
- Vogel, D. R., de Barros, B. I. V., & Marinho, A. B. (2019). Scientific research in gastronomy: bibliometric analysis of Brazilian journals. *Rosa dos Ventos*, 11(4), 922-938.
- Zhou, L., Liu, J., & Liu, D. (2022). How does discrimination occur in hospitality and tourism services, and what shall we do? A critical literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1037-1061

## 7. BÖLÜM

### SLOW FOOD (YAVAŞ YEMEK HAREKETİ) ALANINDAKİ ÇALIŞMALARIN BIBLİYOMETRİK ANALİZİ

Kerem ÇIRAK<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

Yaşamın hemen her alanında “modernleşme” çatısı altında değişimler yaşanmakta ve bu değişimler sonucunda küresel ve tek tip yaşam tarzının baskın kültür haline geldiği görülmektedir. Küreselleşmenin etkisi yiyecek- içecek sektöründe de geniş bir yer bulmakta ve yerel yemek kültürleri geri planda kalırken küresel beslenme alışkanlıkları baskın güç haline gelmektedir.

Tüm dünyada etkili hale gelen küresel beslenme düzeni “McDonalddlaşma” hareketi olarak görülmekte ve yiyecek- içecek kültürünün eşsiz değerlerinin yerini “fordist sisteme” (montaj hattı sistemine dayalı üretim) dayalı üretim ve tüketim değerleri almaktadır (Ritzer, 2019). Her ne kadar küresel tüketim kalıpları Amerikan kültürünü yumuşak güç olarak kullanarak yerel yemek kültürlerinin önüne geçmeye çalışsa da slow food (yavaş yemek) hareketi gibi tek tipleşmeye karşı çıkan tepki hareketlerinin de olduğu görülmektedir (Tay, 2009).

Slow food hareketinin temelleri 1986 yılında İtalya’da açılan Mcdonalds’a karşı bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. Başlangıçta bir tepki olarak ortaya çıkan bu hareket zamanla toplumsal bir boyut kazanan, dünyanın hemen her yerinde yankı getiren bir akım haline gelmiştir (Gallagher, 2013). Toplumsal bir harekete dönüşen ve kapsamı her geçen gün genişleyen slow food hareketi, akademik çalışmalara da araştırma konusu olmuştur. (Petrini, 2001; Petrini ve Padovani, 2011; Tencati ve Zsolnai, 2012; Güven, 2011).

<sup>1</sup> Öğr.Gör., Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi, 0000-0002-0223-0171, kerem.cirak@giresun.edu.tr

Sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda slow food hareketinin her geçen gün daha fazla incelenmesi, akademik çalışmaların konuyu hangi kapsamda ele aldığını ve çalışmaların ne yönde ilerlediğinin incelenmesi ihtiyacını meydana getirmektedir. Belirli bir çalışma alanını değerlendirmek ve çalışma alanına geniş perspektiften bakmak için bibliyometrik çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Bibliyometrik analiz, Alan Pritchard tarafından belirli bir alanın büyümesini tahmin etmek amacıyla oluşturulan bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Roig-Tierno vd., 2017; Sridhar vd., 2021: 4).

Bu çalışmada da yerel yemek kültürünü savunan ve sosyal bilimler alanındaki araştırmalara konu olan slow food hareketinin bu alanda yapılan akademik çalışmaların geniş bir görüntüsünün sunulması amaçlanmaktadır. Çalışmada öncelikle slow food hareketinin kapsamı, felsefesi ve organizasyon yapısı ele alınarak slow food hareketinin genel görüntüsü sunulmaktadır. Ardından bu alanda yapılmış akademik çalışmaların bibliyometrik analizi ile slow food hareketinin akademik çalışmalardaki ilerlemesi incelenmektedir. Alan yazında slow food hareketine yönelik çalışmalara konu olmaya başlasa da araştırma alanına genel bakış sunan çalışma bulunmamaktadır. Bu bibliyometrik analiz çalışması ile alan yazındaki boşluğun giderileceği ve gelecekteki çalışmalar için önemli çıktılar sağlayacağı öngörülmektedir. Gerçekleştirilen çalışmaların bibliyometrik analizi incelenerek hem slow food hareketinin gelecekteki faaliyetlerine katkı sağlaması hem de alan yazının zenginleşmesine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

## ALAN YAZIN

Dünyanın hemen her ülkesinde görülen küresel yaşam düzeni, hızlı ve tüketime odaklı bir yapı olarak görülmektedir. Küreselleşme/ globalleşme farklı coğrafyalara özgü yiyeceklere erişimi kolaylaştırması, gastronominin gelişimi ve değişen yemek trendlerine uyum sağlama gibi faydaları beraberinde getirmektedir. Ancak faydalarının yanı sıra küreselleşmeyle birlikte oluşan hızlı tüketim davranışının bazı sorunların da meydana gelmesine zemin hazırlamaktadır. Yerel yeme içme kültüründen uzaklaşma, sürdürülebilir ve doğal tarım uygulamalarının değerini yitirmesi, yerelliğin yerini küresel beslenme tarzının alması gibi problemler küreselleşmeyle birlikte tetiklenmektedir. Hızlı tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşmasına karşın, yavaşlığın ve yerelliğin önemini vurgulayan, küresel yaşam tarzına karşı duruş sergileyen hareketler de mevcuttur (Gallagher, 2013).

Honore (2004) yavaşlık kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:

*“Hızlı hayatı basit bir reddediş veya gelişen teknolojik dünyaya karşı bir cevap değildir; dünyayı çekici kılan bir durumdur. Yavaşlık kendi hayatının ritmini kontrol etme anlamına gelen, yaşadığımız temponun düşürülmesi ile ilgilidir. Yani her şeyin ötesinde anlamlı, düşünceli ve zevkli bir şekilde yaşama sanatıdır.”*

Yavaşlık kavramına paralel olarak yavaş yemek hareketi de benzer şekilde sadece yavaş tüketim değil bir yaşam tarzı olarak görülmektedir. Slow food hareketi ilk olarak 1986'da Carlo Petrini ve beraberindeki aktivistlerle birlikte McDonald's'ın Roma'da açılmasına karşı bir protesto ile ortaya çıkmıştır. Aradan geçen 42 yılda 160'tan fazla ülkede binlerce proje üreten ve milyonlarca insanın katılımını içeren küresel çaplı bir devrim haline evrilmiştir. Köklerinde bölgesel kültürü ve gelenekleri, iyi yemeği, gastronomiyi ve daha sakin bir hayat akışını savunma fikri yer almaktadır. Slow food hareketini tüm yönleriyle açıklamak zor olsa da genel olarak hareketin amacının yerel yemek kültürlerini yok olma tehdidinden korumak olduğu ifade edilmektedir.

Slow food hareketi, insanlar için, üreticiler ve toplum için iyi olan yiyeceklere erişimin sağlandığı bir dünya felsefesinde hareket etmektedir. Yavaş yemek hareketi “iyi, temiz ve adil yemek” ilkesini benimsemiş bir kuruluş olarak tanımlanmaktadır (Şekil 2). Bu ilkeye göre **iyi**; kaliteli, lezzetli ve sağlıklı yiyecekleri temel almakta, **temiz**; doğaya zarar vermeyen tarımsal faaliyetleri ifade etmekte ve **adil**; makul fiyatlarda satışın benimsenmesini, üreticiler için de uygun koşullarda üretimin sağlanmasını kapsamaktadır.

1989 yılında yayınlanan “Slow Food Manifestosu” ile kuruluşunu ve kuruluş amacını daha net bir şekilde belirtmektedir. Manifestoda yer alan “*Yavaş yemek hareketine mutfakta başlayacağız. Fast food'un sıkıcılığından kurtulmak için yöresel mutfakların zengin çeşitlerini ve aromalarını yeniden keşfedelim.*” sözleri ile fast food'a karşı bir tepki hareketi olduğu açıkça belirtilmektedir (Slow Food, 1989). Aynı zamanda manifestoda yerel mutfağın korunması ve yaşatılmasının elzem olduğu vurgulanmaktadır.

Slow food; standartlaştırılmış, Amerikanlaşmış yiyeceklere (fast food) ve kültüre karşı yerel değerleri, nereden geldiği ve nasıl üretildiği bilinen yiyeceklerin merkezde yer aldığı bir hareket olarak ortaya çıkmıştır (Heitmann vd., 2010). Slow food hareketi, merkezinde yemeğin olduğu, sürdürülebilir ve yavaş yaşamı savunan bir oluşumdur. Küreselleşme ve hızlı iş temposu sebebiyle insanlar yemek yapmaya, yemek yemeye vakit bulamaz hale gelmiştir. Bu sebeple insanlar çok daha hızlı hazırlanan ve çok daha çabuk tüketilen yiyeceklere yönelmekte, yiyeceklerin lezzeti, yerelliği gibi konuları göz ardı etmektedir. Slow food hareketi ise fast food gibi yiyeceğin kökeni bilinmeyen, kültürel bir geçmişe sahip olmayan ve yiyeceğin nereden geldiği bilinen bir yaşamı savunmaktadır. Slow food hareketi, bu yaşam düzeni ile insanların yemek yeme alışkanlıkları ile birlikte yaşam tarzlarının değişebileceğini savunmaktadır (Petrini, 2001).



Şekil 1. Slow Food Hareketinin Sembolü  
Kaynak: www.slowfood.com



**Şekil 2:** Slow Food Hareketinin İlkeleri  
**Kaynak:** www.slowfood.com

## Slow Food Hareketinin Felsefesi ve Organizasyon Yapısı

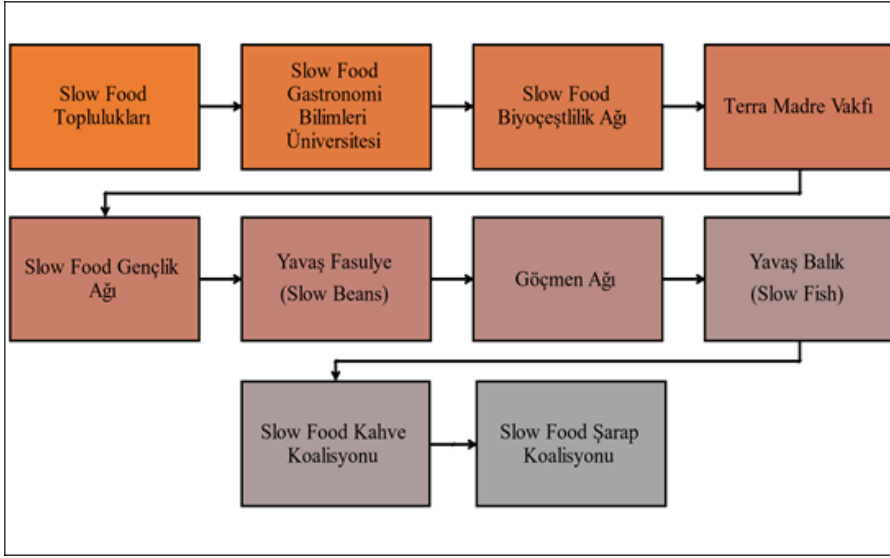
Slow food bazı çalışmalarda akım ya da trend adı altında geçmektedir (Aydemir ve Özdemir, 2014; Özgürel ve Avcıkurt, 2018). Ancak slow food kendi felsefesi kapsamında değerlendirildiğinde bir trend ya da akımdan ziyade geniş kitlelere yayılmış ve belirli temeller üzerine kurulmuş bir hareket olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki bu hareket yalnızca yavaş yemek hareketi olarak kalmayıp yaşamın pek çok alanına yayılarak yavaş bir yaşam felsefesine dönüşmüş ve slow food devrimi (Petrini ve Padovani, 2011) haline gelmiştir.

Slow food hareketinin öncülerinden Falco Portinari 1989 yılında “slow food manifestosu”nu kaleme alarak 15 ülkede farklı ülkedeki slow food temsilcileri ile bu manifestoyu imzalamışlardır (Slow food, 1989). Slow food manifestosunda yer alan şu sözler;

*“Sanayileşme işaretiyle doğup büyüyen bu yüzyıl, önce makineyi icat etti ve ardından yaşam tarzını ondan sonra modelledi. Hız bizim prangamız oldu. Aynı virüse yenik düştük: Geleneklerimizi alt üst eden ve kendi evlerimizde bile bize saldıran, bizi “fast food” yemeye zorlayan ‘hızlı yaşam’.” (Slow Food, 1989)*

Slow food hareketinin en temelde hızlı yaşam üzerine kurulu olan düzeni bir reddediş ve hızlı yemek yemenin ezici gücüne karşı ‘yavaş yemek’ ile bölgesel yiyeceklerin lezzetini, sürdürülebilirliğini, kültürünü, doğallığını korumak ve doğaya, insana saygı mesajı taşımaktadır. Slow food manifestosunda yavaş yaşamın sağlanmasında yavaş yemek hareketi pratiklerinin benimsenmesinin önemli olduğu vurgusu yapılmaktadır.

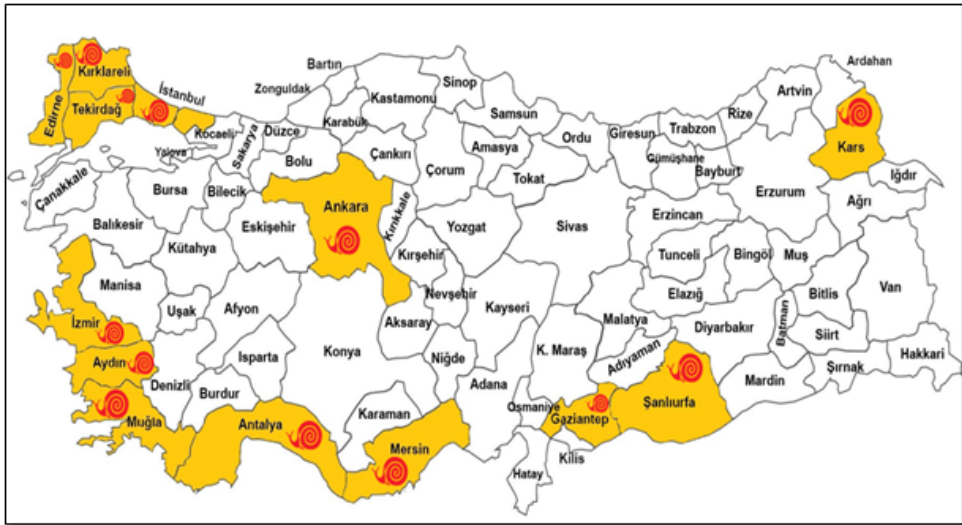
Slow food hareketi insanlar için, gezegen için ve yetiştiriciler için iyi olan yiyeceklere erişimin sağlanması amacıyla yola çıktığı günden bu yana iyi, temiz, adil gıda ilkeleriyle faaliyet göstermektedir. Bu ilkeler çerçevesinde slow food üye birlikleri, biyoçeşitlilik vakfı, Slow Food Gastronomi Üniversitesi gibi pek çok alanda faaliyet gösteren örgütlenme yapıları görülmektedir (Şekil 3). Slow food faaliyetleri incelendiğinde yeni bir gastronomi anlayışı kapsamında yemek deneyimi ile yiyecek üretimi arasındaki tüm aşamaları bir bütün olarak ele alan eğitim anlayışının benimsendiği bir üniversite yer almaktadır. Bunun yanı sıra kahve, balık, fasulye, peynir gibi ürün bazlı yaklaşımlarla yiyeceğin nereden geldiği bilgisini sağlayarak şeffaflık ve izlenebilirliği temel alan faaliyetleri de bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Slow food çatısı altında faaliyet gösteren tüm oluşumların temelinde slow food manifestosunda yer alan yereli koruma ve doğaya saygı prensiplerinin benimsendiği ifade edilmektedir.



Şekil 3. Slow Food Organizasyon Ağları

Kaynak: www.slowfood.com'dan derlenmiştir.

Örgütlenme yapısı incelendiğinde slow food hareketinin temelinde slow food toplulukları yer almaktadır. Türkiye'deki üyelikleri incelendiğinde (Şekil 4) 13 ilde toplamda 33 topluluğun bulunduğu görülmektedir (Slow Food Birlikleri, 2022). Slow food birlikleri bağlı buldukları destinasyonun tarım faaliyetleri ve mutfak kültürlerinin slow food felsefesi kapsamında korunması ve bu kapsamda aktarılması amacıyla faaliyet göstermektedir (Petrini ve Padovani, 2011).



Şekil 4: Türkiye'deki Slow Food Yerel Birlikleri Haritası

Kaynak: Slow Food Birlikleri (2022)'den derlenmiştir.



## Slow Food Hareketi Kapsamında Yapılmış Çalışmalar

Slow Food hareketi ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, dünya genelinde yerel yemek kültürlerini ve geleneklerini sürdürmeyi amaçlayan küresel bir hareket olarak tanımlandığı görülmektedir (Hendrikx vd., 2017). Slow food alanında yapılan çalışmalarda slow food hareketinin insanlara sürdürülebilir ve adil yiyecek sağlamanın yanı sıra yüksek kaliteli yiyecek üretme isteğini ve topluma saygılı ve duyarlı bir anlayışı da savunduğu vurgulanmaktadır (Tencati ve Zsolnai, 2012). Slow food hareketi sosyal bilimler alanında yeni bir araştırma alanı olmasına rağmen, son dönemde bu alanda önemli çalışmalar yapılmaktadır.

Alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde çalışmaların her geçen gün daha fazla ilgi görmeye başladığı ve çalışma sayılarının günden güne artış gösterdiği görülmektedir. Bu kapsamda ele alınan çalışmaların ağırlıklı olarak slow food hareketinin yapısını ve işleyişini ele alan kavramsal çalışmalardan (Petrini, 2001; Petrini ve Padovani, 2011; Tencati ve Zsolnai, 2012; Güven, 2011; Ünal ve Zavalı, 2016) oluştuğu dikkat çekmektedir. Sözgelimi Tencati ve Zsolnai (2012) slow food hareketini sürdürülebilirlik çerçevesinde ve psikolojik perspektiften ele almışlardır. Çalışmada yoğun tarımsal üretim paradigmasına karşın slow food hareketinin tarımsal iş modeline alternatif bir yaklaşım olup olmadığını incelenmekte ve slow food hareketinin işbirlikçilerin özenli ve gönüllü katılım göstermesi sayesinde rekabetçi piyasada bile alternatif bir güce sahip olduğu ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra alan yazındaki kavramsal çalışmaların slow food hareketinin felsefesini temel alan yavaş para, yavaş turizm, yavaş işletmecilik gibi farklı yavaş hareketi oluşumlarının ele alındığı da görülmektedir (Ünal ve Zavalı, 2016).

Alan yazındaki ampirik çalışmalara bakıldığında turistlerin slow food algıları, slow food hareketinin turizme etkileri gibi konuların ele alındığı görülmektedir (Buiatti, 2011; Paul, 2014; Lowry ve Misoon, 2016). Aynı zamanda bazı çalışmalar konuyu uluslararası perspektiften ele alarak slow food hareketinin farklı dinamikler tarafından nasıl algılandığını incelemektedir (Hendrikx vd., 2017). Çalışmanın sonuçları slow food hareketinin söylem ve içeriğinin bölgeden bölgeye farklılık gösterebileceğini savunmaktadır (Hendrikx vd., 2017). Elde edilen bu sonuç slow food alanında yapılan çalışmaların konuların farklı açılardan ele alındığını ve farklı yaklaşımlar getirildiğini göstermektedir. Bu nedenle araştırmacıların ilgisini çeken bu konunun hangi kapsamlarda ve ne şekilde ilerlediğinin araştırılması önem kazanmaktadır.

## YÖNTEM

Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki literatürü değerlendirmek ve alan yazında konu ile ilgili yapılmış çalışmaların etkinliklerini incelemek üzerine gerçekleştirilmektedir (Andres, 2010). Bibliyometri ilk olarak 1969'da Alan Pritchard tarafından belirli bir alanın büyümesini tahmin etmek amacıyla ortaya atılan bir çalışma alanı olarak tanımlanmaktadır (Roig-Tierno vd., 2017; Sridhar vd.,

2021: 4). Bibliyometrik analiz yöntemi, teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla kullanım alanı yaygınlaşan ve dünya genelindeki araştırmacılar arasında iletişimi kolaylaştırarak bilimsel üretkenliğe katkı sağlayan bir alan olarak görülmektedir (Andres, 2010; Roig-Tierno vd., 2017).

Bibliyometrik analizler belirli bir araştırma konusu ile ilgili yayınlanan verileri toplayarak aralarındaki ilişkileri göstermektedir. Elde edilen bulgular alan yazındaki çalışmalarda en fazla yayın yapan yazarlar, en fazla atıf alan yazarlar, en fazla yayına sahip bilimsel dergiler, en sık hangi konuların ele alındığı gibi alanın genel görüntüsünü sunarak literatürün değerlendirmesini yapma olanağı sağlamaktadır. (Cobo vd., 2011).

Bibliyometrik analizlerde dikkat edilmesi gereken önemli nokta araştırma alanının seçimi ve bu alanı en iyi yansıtacak analiz yöntemlerinin belirlenmesidir (Andres, 2010). Söz gelimi bibliyometrik analiz araştırmacıların üretim performansını değerlendirmek amacıyla yapıldığında yazara ilişkin üretim indekslerini vermek konuya açıklık getirmekte yeterli bilgileri sağlayabilmektedir. Ancak bir araştırma alanı hakkında genel görüntü elde edilmek amacıyla bibliyometrik analiz çalışması yürütülmesi durumunda yazarlara ilişkin indeks çıktılarından ziyade araştırma alanının tanımlanmasını sağlayacak, genel görünümü oluşturacak farklı analizlere yer verilmesi gerekmektedir. Gerçekleştirilen bu bibliyometrik çalışmada slow food hareketi kapsamında yapılan çalışmaların genel resmini çizmek amaçlanmaktadır.

### **Verilerin Toplanması ve Analizi**

Slow food hareketine yönelik yapılan akademik çalışmaların genel görüntüsünü oluşturması amaçlanan bu çalışmada verilerin toplanması için Elsevier'e ait olan ve en önemli bibliyografik veri tabanlarından biri olan kabul edilen (Niñerola vd., 2019) Scopus ([www.scopus.com](http://www.scopus.com)) veri tabanından yararlanılmıştır. Scopus, çok çeşitli konuları kapsayan hakemli literatürün en büyük özet ve atıf veri tabanı olarak kabul edilmektedir (Khudzari vd., 2018).

Verilerin toplanmasında belirli kısıtlar getirilerek ulaşılmak istenen hedefe yönelik çalışmaların toplanması amaçlanmıştır. Buna göre “slow food” anahtar kelimesi temel arama kriteri olarak belirlenmiştir. Ayrıca verilerin toplanmasında sosyal bilimler alanında ve son yirmi yılda yapılan çalışmalar dahil edilerek veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. Doğa bilimleri, teknik bilimler gibi farklı alanlarda yapılan araştırmaların büyük ölçüde sosyal bilimler alanındaki çalışmalarından farklılaşması nedeniyle yalnızca sosyal bilimler alanındaki çalışmaların dahil edilmiştir. Dolayısıyla çalışma kapsamına dahil edilen veri seti “slow food” anahtar kelimesini içeren, 2002-2022 yılları arasında yapılmış sosyal bilimler alanındaki çalışmaları kapsamaktadır.

Verilerin analizinde R programının kullanılmıştır. İstatistiksel işlemlere olanak sağlamanın yanı sıra nesne yönelimli ve fonksiyonel bir programlama diline sahip olan R, açık yazılım doğasına sahiptir ve bu sayede sürekli olarak güncellenen, yeni

işlevlere katkı sağlayan bir program olma özelliği taşımaktadır (Aria ve Cuccurullo; 2017). R programının İşlevsel yapısı sebebiyle bibliyometri gibi sürekli değişen ve gelişen alanlar için kullanışlı olarak kabul edilen bir program olarak görülmektedir. (Aria ve Cuccurullo; 2017). Çalışmada slow food alanında yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizi yapılırken aşağıda belirlenen araştırma sorularına cevap verilmesi planlanmaktadır.

Araştırma Soruları
➤ Scopus veri tabanında slow food konusunda yayınlanmış çalışmalara ilişkin genel bilgiler nasıldır? Çalışmalar yayın türlerine göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food konusunda yayınlanmış makalelerin yıllara göre dağılımları nasıl şekillenmektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı ve anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımı nasıl şekillenmektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları nasıl şekillenmektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanındaki makalelerin yayınlandığı dergiler atıf alma durumlarına göre nasıl sıralanmaktadır?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanındaki makalelerin yayınlandığı dergiler yıllara göre üretim miktarları nasıl değişiklik göstermektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atıf ağı nasıl şekillenmektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerin yazarlarına ilişkin atıf alma durumu nasıl oluşmaktadır?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerin yazarlarına ilişkin ortak atıf ağı nasıl şekillenmektedir?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerin yayınlandığı ülkelere ilişkin dağılım nasıl oluşmaktadır?
➤ Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri nasıldır?

Verilerin analizinde makale türü dışındaki editoryal materyal, kitap incelemesi gibi türlerin göreceli olarak bilimsel katkısının sınırlı olması nedeniyle çalışmanın genel görüntüsü dışındaki bulgulara dahil edilmemiştir (Jang ve Park, 2011; Şahin ve Yılmaz, 2021).

## BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde sosyal bilimler alanında yapılan ve son 20 yılda gerçekleştirilen slow food konulu çalışmaların bibliyometrik analiz çıktılarına yer verilmektedir. Analiz çıktıları çalışma kapsamında belirlenen araştırma problemleri dikkate alınarak raporlanmıştır.

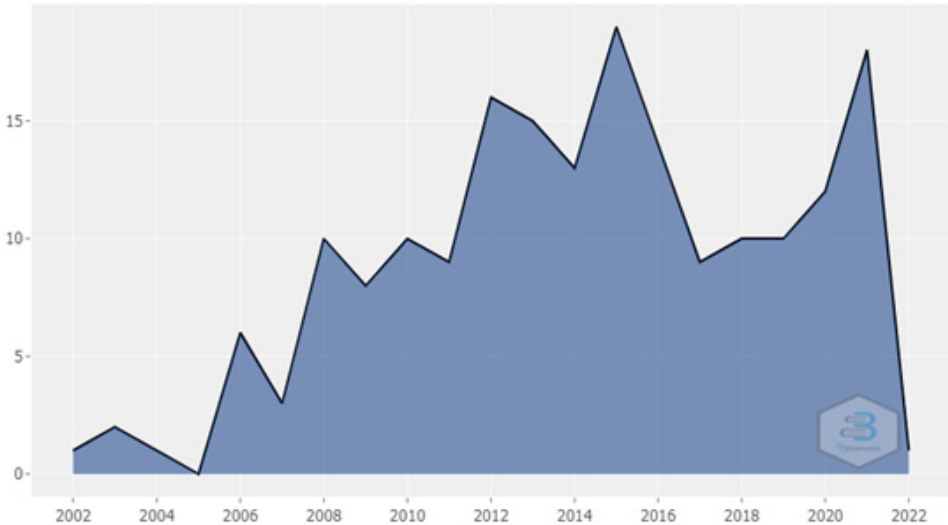
### Slow Food Çalışmalarının Genel Görüntüsü

Yavaş yemek hareketi ile ilgili yapılan çalışmalarda, ‘slow food’ ile ilgili 2002-2022 yıllarında toplam 187 çalışma elde edilmektedir. Tablo 1’de yer alan bulgular ışığında 20 yıllık süreçte 533 anahtar kelimedenden yararlanıldığı ve 139 farklı kaynaktan

yayınlandığı görülmektedir. Çalışmaların ortalama atıf sayısı 18,29 iken doküman başına düşen yazar sayısı 1,6 olarak elde edilmektedir. Çalışmaların yıllara göre üretim dağılımları incelendiğinde (Şekil 5) düzenli bir ilerlemenin olmadığı, yıllara göre yayın sayısının farklılık göstermektedir. 2015 yılında en yüksek seviyeye ulaşan yayın sayısının 2020 yılında tekrar yükselişe geçtiği görülmektedir.

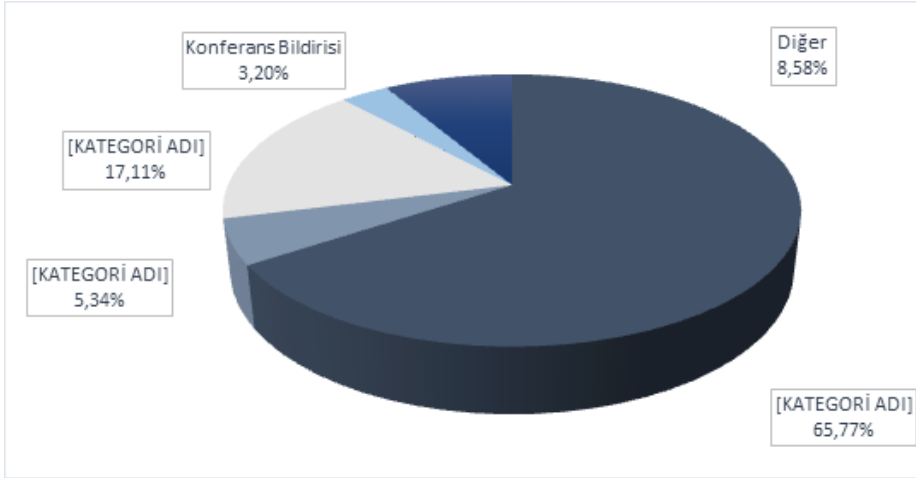
**Tablo 1:** Genel Bilgiler

Zaman Aralığı	2002-2022
Doküman	187
Makale	123
Kaynak (Dergi, Kitap vd.)	139
Anahtar Kelime	533
Yayın Başına Ortalama Atıf	18.29
Yazarlar	300
Tek Yazarlı Yayınları Yazar Sayısı	94
Çok Yazarlı Yayınların Yazar Sayısı	206
Tek Yazarlı Yayın Sayısı	99
Yazar Başına Düşen Yayın	0.623
Doküman Başına Düşen Yazar	1.6
İşbirliği İndeksi (CI)	2.34



**Şekil 5:** Yıllara Göre Makale Sayıları

Slow food alanında gerçekleştirilen çalışmaların kitap, konferans bildirisi vb. gibi farklı yayın türlerine konu olduğu görülmektedir. Yayın türlerine göre dağılımları incelendiğinde (Şekil 6) %65,77 ile en fazla makale türünde çalışmanın gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Bu bulgular ışığında çalışmanın devamında makale türündeki çalışmalardan yararlanılması planlanmaktadır.



Şekil 6: Türlerine Göre Yayın Dağılımları

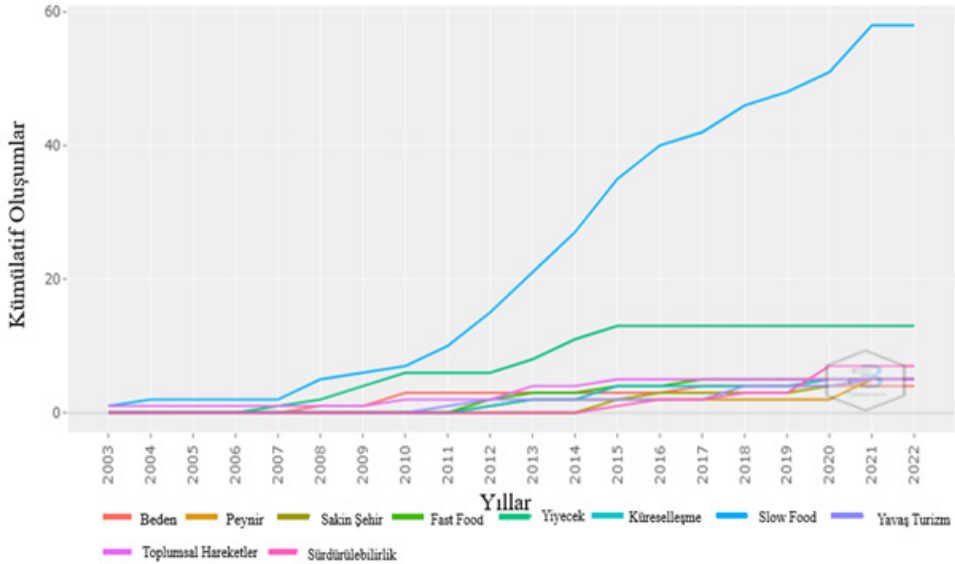
### Anahtar Kelime Analizleri

Yavaş yemek hareketi (Slow food) alanında yapılan 123 çalışmada 533 farklı anahtar kelimedenden yararlanılmıştır. Anahtar kelime sayısındaki bu oran, yavaş yemek hareketinin pek çok farklı değişken ile birlikte ele alındığını göstermektedir. Bibliyometrik analiz çalışmalarında anahtar kelime analizlerinin gerçekleştirilmesi, incelenen çalışma alanı hakkında genel bir görüntünün oluşmasını kolaylaştırmakta ve literatürün hangi alanda ilerlediği göstermektedir (Garfield ve Sher,1993; Zhang vd., 2016). Bu kapsamda sosyal bilimler alanındaki “slow food” konulu makalelerin anahtar kelimeleri incelenmiştir. Anahtar kelimeler yayınlara ait içeriklerin özetlenmesini ve daha görünür olmasını sağlamakta, yayımlanan alan ile ilgili sıkça değinilen konu ve kavramlara karşılık gelmektedir (Garfield ve Sher, 1993). Yavaş yemek hareketi (slow food) alanında ele alınan çalışmalara göre “slow food” kelimesi en yüksek frekansa sahip anahtar kelime olurken sürdürülebilirlik “sustainability”, yiyecek “food”, yavaş turizm “slow tourism”, küreselleşme “globalization” değişkenlerinin de bu alanda sıklıkla kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmektedir (Şekil 7).



Şekil 7: Anahtar Kelime Bulutu

Alan yazının görüntüsünü çizmede anahtar kelime analizleri kadar bu anahtar kelimelerin yıllık kullanım grafikleri de literatürün yıllara göre nasıl şekillendiğini analiz etmek için önemli çıktılar sağlamaktadır. Bu kapsamda Şekil 8’de yavaş yemek hareketi konulu çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım grafiği yer almaktadır. Buna göre “yavaş yemek (slow food)” (f: 46) anahtar kelimesi bu alanda yapılan çalışmalarda her zaman en sık kullanılan anahtar terim olmakla birlikte 2007 yılından itibaren yüksek bir ivmeyle artış göstermeye başladığı ve 2011 yılı itibariyle kullanımı daha da yaygınlaşmaktadır. Aynı zamanda “yiyecek (food)”, “sürdürülebilirlik (sustainability)”, “peynir”, “cittaslow”, “küreselleşme”, “yavaş turizm” gibi anahtar kelimelerinin de literatürdeki çalışmalarda kullanıldığı görülmektedir. Bu bulgular ışığında yavaş yemek hareketi kapsamında yürütülen çalışmaların sürdürülebilirlik, küreselleşme, yavaş tüketim gibi kavramlar kapsamında ele alındığı, slow food kavramının doğasında yer alan hızlı tüketime karşı çıkma çabasının akademik çalışmalarda da kendini gösterdiği ifade edilebilir.



Şekil 8: Yıllara Göre Anahtar Kelime Kullanımı

Birlikte oluşum ağları, ilgili literatürdeki iki anahtar terimin diğer çalışmalarda birlikte kullanılma sıklığını ifade etmek için kullanılan bir yöntemdir (Şahin ve Yılmaz, 2021). Oluşan ağlardaki anahtar kelimelerin konumu düğüm olarak ifade edilirken, terimler arasındaki şeritler bağlantı olarak tanımlanmaktadır. Bu düğüm ve bağlantıların meydana getirmiş olduğu şekil de sosyal ağ şeklinde tanımlanmaktadır (Chen vd., 2010; Güzeller ve Çeliker, 2018). Şekil 9’da slow food alanında kullanılan anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağı yer almaktadır. Düğümlerin büyüklükleri kullanım oranlarını ve bağlantıların birbirine yakınlıkları birlikte oluşum sıklığını ifade ettiği bilgisine bağlı olarak “slow food” teriminin alandaki merkez anahtar terim olarak kullanıldığını ve bu alandaki tüm anahtar kelimelerle ilişkili olduğunu

görülmektedir. Buna ek olarak birlikte oluşum grafiğinde yer alan “yerel yiyecek (local food)”, “food activism”, “tüketim (consumption)”, “iklim değişikliği (climate change)” gibi farklı terimlerin de yer alması slow food alanındaki çalışmaların turizm alanıyla bağlantılı bir çalışma çerçevesine sahip olduğu, bunun yanında iklim değişikliği, sürdürülebilirlik gibi çevresel konulara ve aktivizm gibi yemek temelli felsefi alanlarını da çalışma çerçevesine kattığı görülmektedir.



Şekil 9: Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı

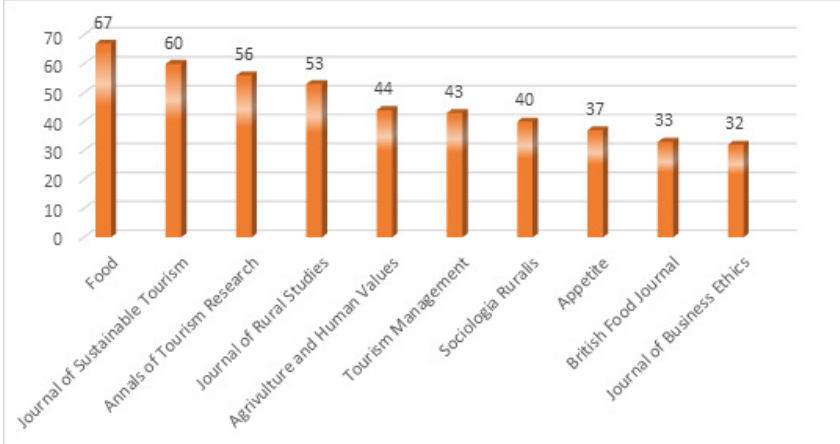
### Slow Food Çalışmalarının Dergi, Yazar, Ülke Bazlı Analizleri

Bu bölümde slow food (yavaş yemek hareketi) kapsamında değerlendirmeye alınan makalelere ait dergi, yazar ve ülkelerin atıf alma durumları, yıllık üretim miktarlarına göre dağılımları ve birlikte atıf ağ analizleri yer almaktadır. Birlikte atıf ağları genellikle literatürü incelemek ve bir alanın bilgi haritasını ortaya çıkarmak için kullanılan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Zhang vd., 2020). Birlikte atıf ağı analizi, ilgili literatürdeki iki belgenin (Makale, dergi, yazar vb.) diğer çalışmalarda birlikte atıf yapılma sıklığını incelemek için kullanılan bir yöntem şeklinde ifade edilmektedir (Acedo ve Casillas, 2005; Şahin ve Yılmaz, 2021).

### Dergilere Ait Analizler

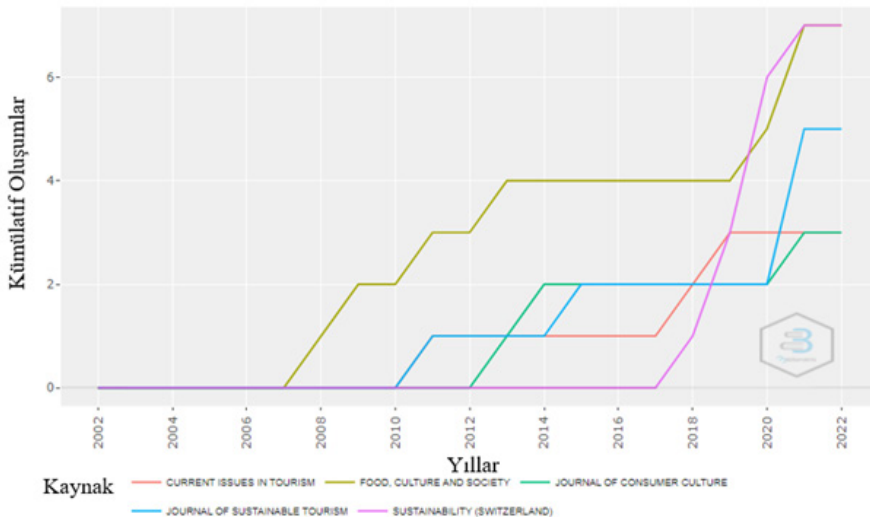
Slow food alanındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin yerel referans listelerinden atıf alma durumlarına göre dağılımlarına bakıldığında (Şekil 10) “Food” dergisinin yerel referans listelerinden en fazla atıf alan dergi olduğu görülmektedir. Devamında yer alan dergilere bakıldığında “Journal of Sustainable

Tourism”, “Annals of Tourism Research” gibi dergilerin yer aldığı görülmektedir. Yerel referans listelerinde en fazla atıfa sahip ilk 10 derginin yer aldığı grafik incelendiğinde slow food çalışmalarının ağırlıklı olarak turizm bağlamında çalışma yapan dergilerde yayımlandığı söylenebilmektedir.



Şekil 10: Dergilerin Atıf Alam Durumlarına Göre Dağılımı

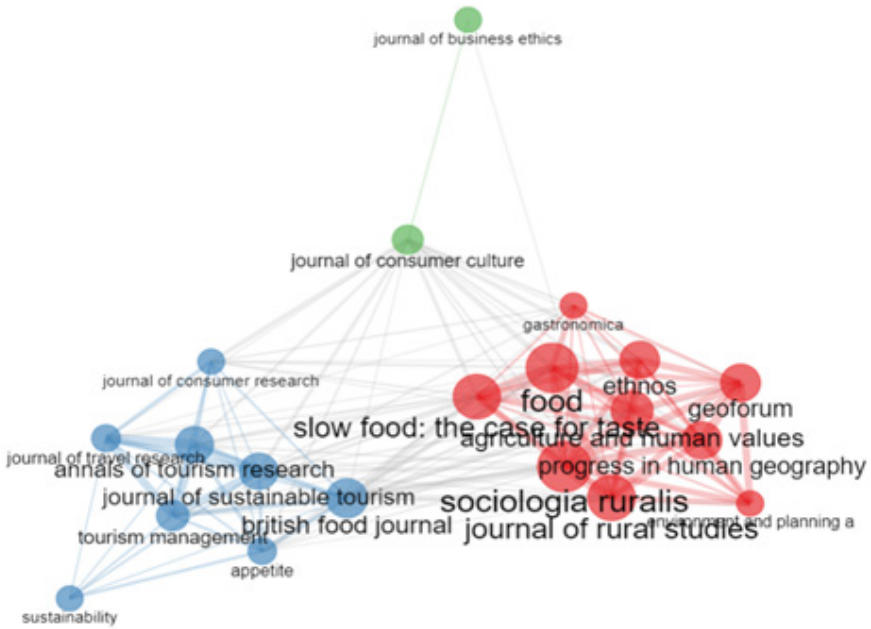
Dergilerin yıllara göre üretim miktarlarındaki dağılımın yer aldığı Şekil 11’e göre “Food, Culture and Society” dergisi 2007 yılı itibaren söz konusu alanda en fazla makale yayınlayan dergi olmakla birlikte her dönem slow food alanında yayın yapan diğer dergilerden daha fazla sayıda yayın yaptığı görülmektedir. Bununla birlikte “Sustainability” dergisinin 2018 yılından itibaren yayın sayısında yükselişe geçtiği, 2022 yılı itibariyle “Food, Culture and Society” dergisi ile aynı seviyeye ulaştığı sonucu elde edilmektedir. Buna göre adı geçen dergilerin slow food alanında diğer dergilere oranla daha fazla yayın yaptığını söylemek mümkündür.



Şekil 11: Dergilerin Yıllık Üretim Dağılımları



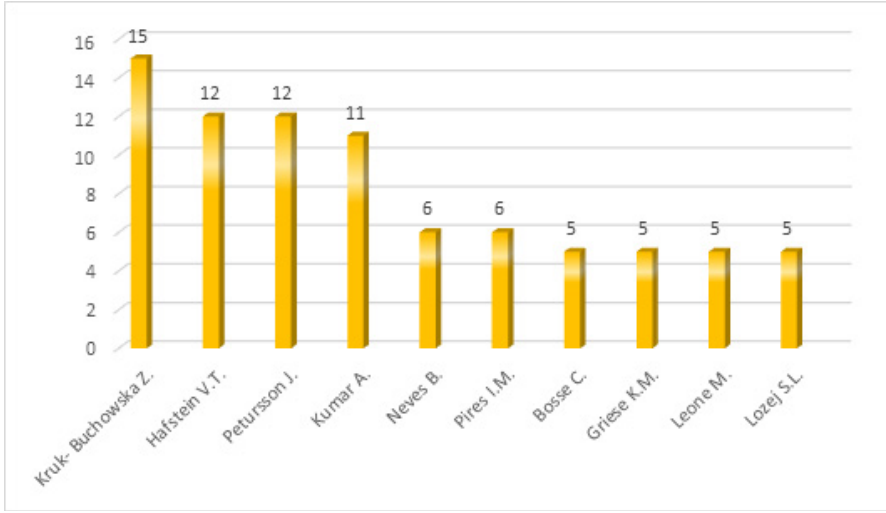
Alan yazındaki ilgili iki belgenin çalışmaların referans listelerinde ortak yer alma durumlarına göre şekillenen birlikte atıf ağları ilişkili belgelerin incelenmesine olanak sağlamaktadır. Buna göre oluşan ağda her bir kaynak düğüm olarak ifade edilirken bu düğümler arasındaki ilişkiler bağlantı olarak tanımlanmaktadır. Şekil 12’de ise slow food alanında yayın yapan dergilerin birlikte atıf ağı verilmektedir. Oluşan ağlardaki düğüm ve bağlantılar yazarların diğer çalışmalarda ortak atıf alma durumlarına göre büyür ve birbirine yaklaşır. Bu bilgiler ışığında slow food alanında yayın yapan dergilerin üç kümeye ayrıldığını ve düğümlerin büyüklüğüne bağlı olarak 1. Kümeye yer alan “Food”, “Journal of Rural Studies”, “Agriculture and Human Values” ve “Sociologia Ruralis” dergilerinin öne çıkan dergiler arasında olduğu görülmektedir.



Şekil 12: Dergi Birlikte Atıf Ağı

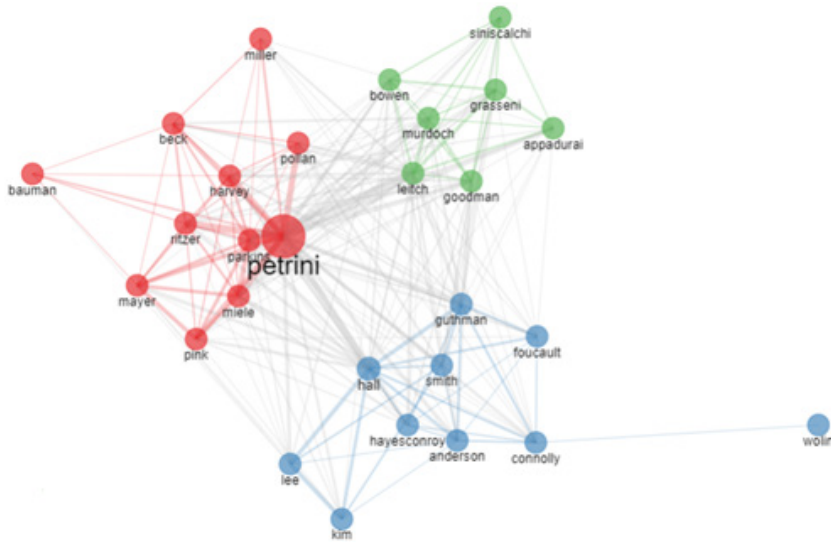
### Yazar Atıf Analizleri

İlgili alan yazına katkı sağlayan yazarların yerel referans listelerinden atıf alma durumlarına göre dağılımları Şekil 13’te gösterilmektedir. Şekle göre Zuzanna Kruk-Buchowska yerel referans listelerinde en fazla atıfa sahip yazar olurken sonrasında Valdimar Hafstein, Jón Þór Pétursson yer almaktadır.



Şekil 13: Yazarların Atıf alma Durumlarına Göre Dağılımları

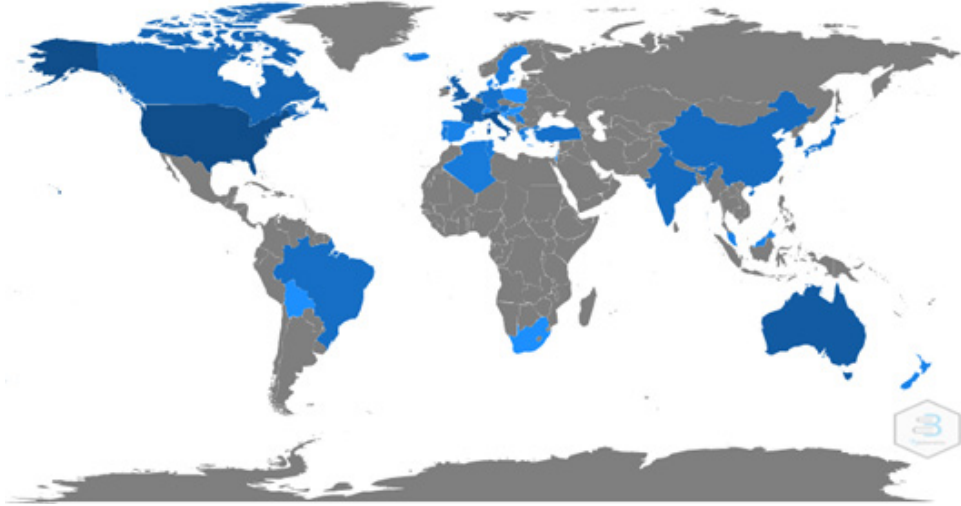
Şekil 14’te ise yazarlara ilişkin birlikte atıf ağı verilmektedir. Bu bağlamda slow food alanında yayın yapan yazarların referans listelerinde birlikte atıf alma durumlarına göre üç kümede şekillenmektedir. Oluşan 3 farklı kümede yer alan yazarların birbirlerine yakınlık durumlarına göre çalışmaların referans listelerinde birlikte atıf alma durumlarının daha fazla olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda düğümlerin büyüklüğüne bağlı olarak Carlo Petrini’nin atıf ağına öne çıkan yazar olduğu görülmektedir. Carlo Petrini’nin slow food hareketinin öncülüğünü yapması nedeniyle öne çıkan yazar olmasında etkili bir faktör olduğu söylenebilir.



Şekil 14: Yazar Birlikte Atıf Ağı

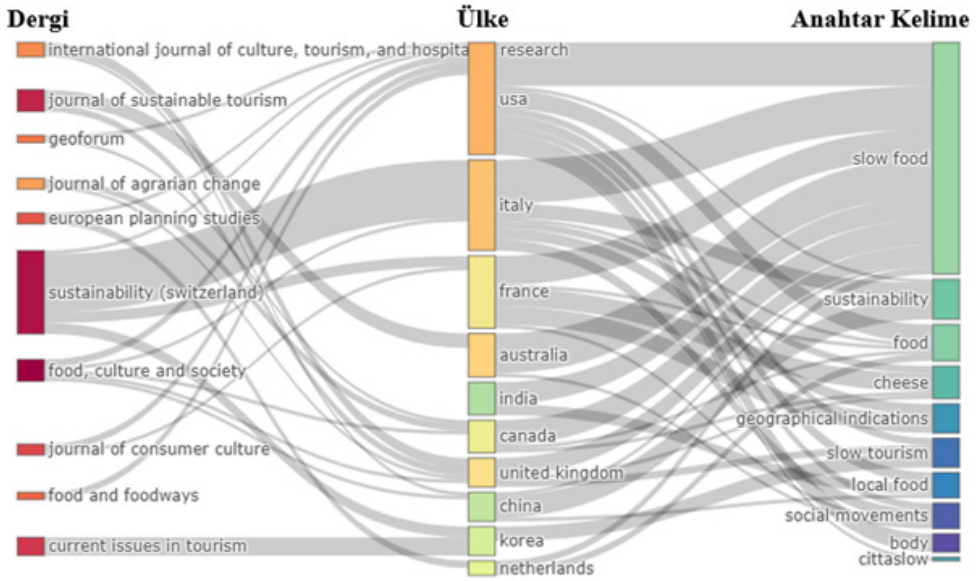
### Ülkelere Ait Atıf Analizleri

Şekil 15’ te ülkelerin bilimsel üretimlerine göre dağılımları gösterilmektedir. Ülkeler bilimsel üretimlerine göre koyudan açığa doğru sıralanmaktadır. Buna göre bilimsel üretim dağılımında ABD 40 çalışma ile slow food alanında en üretken ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonrasında yer alan ülkelere baktığımızda sırasıyla; İtalya (f:28), Avusturalya (f:18), İngiltere (f: 16), Fransa (f:12), Kanada (f:10), Hollanda (f:10), Güney Kore (f:8), Çin (f:7) ve Hindistan (f:7) şeklinde devam etmektedir. Bu sıralamada Türkiye 5 çalışma ile 15. Sırada yer almaktadır. Bu bulgulardan hareketle slow food konulu çalışmaların başta ABD olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde ele alınan bir çalışma alanı olduğu ve İtalya’da başlayan bu akımın tüm dünyada ele alınan bir alan haline geldiği ifade edilebilir.



Şekil 15: Ülkelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Scopus veri tabanında slow food alanında yayınlanan makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle bağlantılarını incelemek adına yapılan analiz sonucu Şekil 16’da yer almaktadır. Üçlü bağlantı grafikleri ile çalışma alanındaki ilişkilerin gözlemlenmesi kolaylık kazanmaktadır. Sözgelimi Amerika’da gerçekleşen çalışmalarda “Geoforum”, “European Planning Studies”, “Sustainability”, “Food, Culture and Society”, “Journal of Consumer Culture” ve “Food and Foodways” gibi dergilerde yayınların yapıldığı ve bu alanda yapılan çalışmalarda “slow food”, “sürdürülebilirlik (sustainability)” gibi anahtar kelimelerin yanında grafikte yer alan diğer anahtar kelimelerin de kullanıldığı görülmektedir. Grafikte yer alan diğer ülkeler içinde bağlantılar incelenerek ülkelerin anahtar kelimeleri kullanımına göre konuyu hangi kapsamda ele aldıklarını, dergilere hangi ülkelere çalışmaların geldiği gibi konular hakkında çıkarım yapılabilmektedir.



Şekil 16: Dergi, Ülke, Anahtar Kelime Alan Grafiği

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma kapsamında her geçen gün daha geniş kitlelere ulaşan ve iyi, temiz ve adil gıda ilkeleri doğrultusunda faaliyet gösteren slow food hareketi alanında yapılmış çalışmaların bibliyometrik bir görüntüsünü oluşturmak amaçlanmıştır. Bibliyometrik analiz ile slow food hareketi alanında yapılan akademik çalışmaların genel görüntüsünü sunarak alanın ne yönde ilerlediği incelenmiştir.

Çalışmanın bulguları slow food alanında yapılan çalışmaların son yıllarda giderek artış gösterdiği ve alan yazında daha fazla tartışılan bir konu haline geldiği sonucu elde edilmiştir. Çalışmaların ağırlıklı olarak makale türünde yapıldığı dikkat çekmekte ve pek çok farklı değişkenle (sürdürülebilirlik, yavaş turizm, küreselleşme, peynir, iklim değişikliği, vb.) birlikte çalışmalara konu olduğu görülmektedir. Slow food hareketinin ortaya çıkış felsefesinde küresel ve hızlı yaşama karşı alternatif bir hareket oluşu dikkate alındığında, yapılan akademik çalışmaların slow food hareketinin felsefesi ile paralel bir şekilde ilerlediği söylenebilmektedir.

Elde edilen bulgulara göre slow food alanındaki çalışmalar; ürün odaklı (peynir, şarap vd.), çevresel etkiler (sürdürülebilirlik, iklim değişikliği, yiyecek israf, vb.), tüketim davranışı ve slow food hareketinin diğer boyutları (cittaslow, yavaş turizm, vb.) kapsamında şekillenmektedir. Anahtar kelime birlikte oluşum ağları da slow food hareketinin bu yapılanması ile benzerlik göstermektedir.

Dergi, yazar ve ülke bazlı analiz sonuçları incelendiğinde yerel atıflarda en yüksek paya sahip dergi "Food" olurken slow food alanında en fazla yayın yapan dergin "Food, Culture and Society" olduğu görülmüştür. Yazarlara ilişkin sonuçlar Zuzanna Kruk-Buchowska'nın yerel referans listelerinde en fazla atıf alan yazar

olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak yazar birlikte atıf ağına göre Carlo Petrini diğer yazarlarla birlikte atıflarda en fazla yer alan yazar olduğu görülmüştür. Slow food hareketinin öncüsü olması sebebiyle diğer yazarlarla birlikte atıf alma durumunun da daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Ülkelere göre üretim oranları incelendiğinde Amerika'nın slow food alanında en fazla çalışma üreten ülkedir.

Bibliyometrik analizler gelecekte yapılması planlanan çalışmalar için alan hakkında yol gösterici bulgular sağlamaktadır. Gerçekleştirilen bibliyometrik analiz ile slow food alanında yapılan çalışmaların mevcut durumu incelenmiştir. Literatür incelemesi ve yapılan analiz sonuçları gelecekte yapılması planlanan çalışmalar için önemli bulgular sağlamıştır. Çalışmada veriler Scopus veri tabanından toplanmıştır. Buna bağlı olarak analizler Scopus veri tabanında taranan çalışmalar kapsamında gerçekleştirilmiş, bu veri tabanında taranmayan çalışmalar analize dahil edilmemiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda tek bir veri tabanı yerine birden fazla veri tabanı dahil edilerek benzer bir çalışma gerçekleştirilebilir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise veri seti elde edilirken yalnızca İngilizce çalışmaların ele alınması ve analizlerin makale türündeki çalışmalar ile gerçekleştirilmesidir. Yapılan çalışmaların yoğunluklu olarak İngilizce dilinde ve makale türünde gerçekleştirilmesi nedeniyle diğer yayın türleri dahil edilmemiştir. Bibliyometrik analizler pek çok farklı türde analizi bünyesinde barındıran bir yöntemdir. Çalışmanın kapsamı dahilinde belirlenen araştırma problemlerine yanıt aranmıştır. Ancak ilerleyen süreçte yapılan bibliyometrik çalışmalarda farklı analizlere de yer verilerek benzer bir çalışma gerçekleştirilebilir.

**KAYNAKÇA**

- Acedo, F. J. ve Casillas, J. C. (2005). Current Paradigms in the International Management Field: An Author Co-Citation Analysis. *International Business Review*, 14(5), 619-639.
- Andres A. (2010). *Measuring Academic Research. How to Undertake a Bibliometric Study-Chandos Publishing*. Chandos Publishing, İngiltere.
- Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: an R-tool for Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Aydemir, B. ve Özdemir, S. S. (2014). Yerel Yiyecek- İçecek Girişimcilerinin Yavaş Yemek Hareketi Açısından Değerlendirilmesi: Aydın Yenipazar Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 9(2), 323-336.
- Buiatti, S. (2011). Food and Tourism: The Role of the “Slow Food” Association. Sidali, L. K., Spiller, A. ve Schulze, B. (Ed.) *Agri-culture and tourism*. Springer, Berlin, 92-101.
- Chen, C., Ibekwe SanJuan, F. ve Hou, J. (2010). The Structure and Dynamics of Cocitation Clusters: A Multiple-Perspective Cocitation Analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61 (7), 1386-1409.
- Cobo, M. J., López Herrera, A. G., Herrera Viedma, E., ve Herrera, F. (2011). Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, and Cooperative Study Among Tools. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
- Garfield, E. ve Sher, I.H. (1993). Keywords plus™ Algorithmic Derivative Indexing. *Journal of the American Society for Information Science*, 44(5), 298–299.
- Gallagher, A. (2013). Slow Ethics: A Sustainable Approach to Ethical Care Practices. *Clinical Ethics*. 8, (4), 98–104.
- Güven, E. (2011). Yavaş Güzeldir:“Yavaş Yemek” ten “Yavaş Medya” ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. *Selçuk İletişim*, 7(1), 113-121.
- Güzeller, C. O. ve Çeliker, N. (2018). Bibliometric Analysis of Tourism Research for the Period 2007-2016. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6(1), 1-22.
- Heitmann, S., Robinson, P., ve Povey, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. *Research Themes for Tourism*, 114.
- Hendriks, B., Dormans, S., Lagendijk, A. ve Thelwall, M. (2017). Understanding the Geographical Development of Social Movements: A Web-Link Analysis of Slow Food. *Global Networks*, 17(1), 47–67.
- Honore, C. (2004). *In Praise Of Slowness: How A Worldwide Movement is Challenging The Cult Of Speed*. Harper: San Francisco.
- Jang, S.S. ve Park, K. (2011). Hospitality Finance Research During Recent Two Decades: Subjects, Methodologies, And Citations, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 23(4), 479-497.
- Khudzari, J. M., Kurian, J., Tartakovsky, B. ve Raghavan, G. V. (2018). Bibliometric Analysis of Global Research Trends on Microbial Fuel Cells Using Scopus Database. *Biochemical Engineering Journal*. 136, 51-60.
- Lowry, L. ve Misoon, L. (2016). Cittaslow, Slow Cities, Slow Food: Searching For A Model For The Development of Slow Tourism. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 40.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., ve Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377.
- Özgürel, G. ve Avcıkurt, C. (2018). Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 568, 587.
- Paul, B. D. (2014). From Slow Food to Slow Tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23, 137-44.
- Petrini, C., (2001). *Slow Food: The Case for Taste*, New York: Columbia University Press.

- Petrini, C ve Padovani, G; Çev: Ekiz, Ç. (2011). *Slow Food Devrimi Arcigola'dan Terra Madre'ye: Yeni Bir Yaşam ve Yemek Kültürü*. Ankara: Sinek Sekiz Yayınevi
- Ritzer G.; Çev: Pilgir, A., E. (2019). *Toplumun McDonaldlaştırılması*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Roig-Tierno, N., Gonzalez-Cruz, T. F., ve Llopis-Martinez, J. (2017). An Overview of Qualitative Comparative Analysis: A Bibliometric Analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2(1), 15-23.
- Slow Food. (1989). Slow Food Manifesto. [https://slowfood.com/filemanager/Convivium%20Leader%20Area/Manifesto\\_ENG.pdf](https://slowfood.com/filemanager/Convivium%20Leader%20Area/Manifesto_ENG.pdf). (E.T. 06.12.2021).
- Slow Food Birlikleri (2022). Convivia and Communities in Turkey, <https://www.slowfood.com/nazioni-condotte/turkey/> (E.T. 20.04.2022).
- Sridhar, A., Kapoor, A., Kumar, P. S., Ponnuchamy, M., Balasubramanian, S. ve Prabhakar, S. (2021). Conversion of Food Waste to Energy: A Focus on Sustainability and Life Cycle Assessment. *Fuel*, 302, 121069.
- Şahin, A. ve Yılmaz, G. (2021). Local Food Research: A Bibliometric Review Using Citespace II (1970–2020). *Library Hi Tech*.
- Tay, Y., L., A. (2009). The Slow Food Movement: An Etude on Commodity, Time, Ethics and Aesthetics In Contemporary Life. Doktora Tezi, University of Bristol, İngiltere.
- Tencati, A. ve Zsolnai L. (2012). Collaborative Enterprise and Sustainability: The Case Of Slow Food, *Journal of Business Ethics*, 110, 345–354.
- Ünal, M., ve Zavalısız, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşıtı Bir Hareket: Yavaş Hareketi. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(4), 889-912.
- Zhang, J., Yu, Q., Zheng, F., Long, C., Lu, Z., ve Duan, Z. (2016). Comparing Keywords Plus Of WOS and Author Keywords: A Case Study Of Patient Adherence Research. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(4), 967-972.
- Zhang, C., Wang, S., Sun, S. ve Wei, Y. (2020). Knowledge Mapping of Tourism Demand Forecasting Research, *Tourism Management Perspectives*, 35, 100715.

## 8. BÖLÜM

### GASTRONOMİ VE YAPAY ZEKÂ ARAŞTIRMALARINA ENTELEKTÜEL BİR BAKIŞ

Leyla ATABAY<sup>1</sup>, Eniser ATABAY<sup>2</sup>

#### GİRİŞ

Gastronomi, bilimsel temelini anlamak için gösterilen çabalara rağmen büyük ölçüde sanatsal bir uğraş olarak görülmüştür. Yemek pişirme eylemi ise ham malzemeleri beslenme ve sağlığın merkezinde yer alan lezzetli yemeklere dönüştürme sanatı olarak tanımlanmıştır (Goel ve Bagler, 2022). Bu tanımlardan anlaşılacağı gibi gastronomi sanatsal bir sürecin parçası olduğu anlaşılabilir. Ancak teknolojik gelişmelerin bilim ve sanata olan etkisi gastronominin yenilikçi teknolojilerden ne şekilde yararlanabileceği sorusunu akıllara getirmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi klasik istatistik yöntemler dışında yapay zekâ algoritmalarının geliştirilmesi ve uygulanmasına da olanak tanımıştır. Son yıllardaki gastronomi alanındaki yenilikçi uygulamaların artması (Atabay, 2021), yapay zekâ uygulamalarının gastronomi literatürüne yansımaları sağlamıştır. Zira yapay zekanın gastronomi alanına birçok katkısı olduğu yönünde yapılan araştırmalar ümit vadetmektedir (Bedoya vd., 2022). Söz gelimi yapay zekanın, gıdaların belirli standartları karşılamasını sağlamada yararlı olduğu kanıtlanmıştır. Örneğin, yapay zekâ teknolojileri israfı azaltmaya ve verimliliği artırmaya yardımcı olabilmektedir. Ayrıca gıda ayıklama ve kalite kontrolünde yapay zekâ, ürünlerdeki kusurları tespit etmek ve bunları üretim hattından çıkarmak için kullanılmaktadır. Bunlara ek olarak, ürün kalitesini artırmak için sensör tabanlı ayıklama teknolojisi mevcuttur. Bu konuda yapay zekâ, gıda ayıklama ve kalite kontrolünü otomatikleştirerek şirketlere zaman ve para tasarrufu sağlayabilmektedir (Pérez-Rodrigo ve Aranceta-

1 Doktora Öğrencisi., Akdeniz Üniversitesi, leylaatabay88@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8098-231X>

2 Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi, eniseratabay@akdeniz.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8481-1086>



Bartrina, 2021). Bu tip teknolojilerin daha akıllı pişirme yöntemleri, daha hızlı teslimatlar, daha iyi kalite kontrolü ve daha verimli market alışverişi sağladığı ileri sürülebilir. Çünkü üretim ve tüketim zincirini etkileyen yapay zekanın geleceği olumlu anlamda şekillendirebileceğine yönelik araştırmalar mevcuttur (Di Vaio vd., 2020). Bu bakış açısından hareketle devrim niteliğindeki YZ teknolojilerinin sadece perakende mağazalarını değil restoranları da etkileyeceği ileri sürülmüştür (Pérez-Rodrigo ve Aranceta-Bartrina, 2021). Zira yapay zekâ uygulamaları müşterilerin hangi yemekleri istediklerini onlar daha istemeden tahmin edebilecek olanakları sunma potansiyeline sahiptir.

Yapay zekanın gastronomi alanında kullanılmasının sadece şirket karlılıklarını artırdığını ileri sürmek yanlıştır. Bu bakımdan doğa ve insan odaklı sürdürülebilirlik ve sağlık hedeflerine yönelik faydaların yansımada yapay zekâ teknolojilerinin rolü mevcuttur. Yapay zekâ uygulamalarının gıdaların besin değerlerinin iyileştirilmesine yardımcı olduğu görülmektedir. Söz gelimi Hoow Foods, yiyecekler için daha sağlıklı tarifler geliştirmek üzere yapay zekâ ve makine öğrenimi kullanmış ve şirketin dış paydaşlar tarafından önemli ölçüde destek almasını sağlamıştır (Hivelife, 2022). Yapay zekâ, daha az doğal kaynak kullanarak gıda üretmek için veri entegrasyonu yoluyla girdileri ve çıktıları optimize edebilme potansiyeli taşımaktadır. Bu teknoloji gıdaların dokusunu, rengini, tadını, besin değerini ve daha fazlasını iyileştirmek için kullanılmaktadır (Hivelife, 2022).

Birçok faydaya rağmen yapay zekâ teknolojilerini gastronomi alanında inceleyen araştırmacı sayısının azlığı dikkat çekicidir. Araştırmalara olan son yıllardaki yoğun ilgi göz ardı edilemeyecek düzeyde olsa da gastronomi araştırmacılarının yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamalarında çekingen davranmasının sebepleri araştırma konusu olmaya muhtaçtır. Bu bakımdan araştırmaların entelektüel temellerine inmenin işlevsel bir çözüm olacağı düşünülmüştür. Böylece bu kitap bölümü yapılan araştırmaların hangi entelektüel tabanı destek aldığını sorgulamaya yönelik kurgulanmıştır. Zira araştırmaların kavramsal, sosyal ve diğer yapısal özelliklerini incelemek için gastronomi tabanlı yapay zekâ uygulamalarının erken evrelerde olduğu görülmektedir. Bir araştırma alanının entelektüel desteklerini keşfetmek o araştırma alanının gideceği yönü belirleyen dinamikleri keşfetmeye yardımcı olur. Araştırmalarda entelektüel sermaye değerlemesi yapmak için, ilgili alanyazının referans aldığı kaynaklar incelenmektedir. Böylece kitap bölümümüzün içeriği gastronomi ve yapay zekâ uygulamalarını entelektüel olarak destekleyen kaynakların yapısına yönelik soruların cevaplandırılmasıyla oluşmuştur. Kitabın bir sonraki kısmında yapay zeka ve gastronomiyle ilişkili kavramların literatürde nasıl değerlendirildiği ele alınacaktır. Ardından gastronomi ve yapay zeka alanındaki çalışmalara yönelik entelektüel bir keşfe çıkılacaktır. Son olarak bu keşif sonucunda ortaya çıkan yapının önemi ve öz değerlendirmesi yapılarak kitap bölümü tamamlanacaktır.

## LİTERATÜR

### Yapay Zekâ ve Gastronomi

Yapay zeka (YZ) uygulamalarının sunduğu imkânlar sayesinde gıda kalitesinin belirlenmesi, kontrol araçları, gıda sınıflandırması ve tüketim tahmini gibi çeşitli atılımlar gıda endüstrisi için oldukça önemlidir. Akıllı sistemlerin hayatımızda yer bulması e-burun, e-dil, bilgisayarlı görü sistemleri ve yakın kızılötesi spektroskopisi (NIR) gibi diğer cihazlarla entegrasyonu gibi farklı uygulama alanlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ayrıca ortaya çıkan bu yeniliklerin sektörel paydaşlara ve nihai tüketicilere fayda sağlayacağı vurgulanmaktadır (Garre, Ruiz, ve Hontoria, 2020). Zira yapay zekâ teknikleri daha doğru tahminler oluşturmak için mevcut verilerden yararlanabileceğinden, veriye yönelik analitik kararlar yardımıyla gıda yönetimini optimize etmenin önemli bir bileşeni olacaktır.

Gastronomi alanında yapay zekâ özellikle “bilişimsel gastronomi” kavramı ile uygulama örneklerine kavuşmuştur. Bilişimsel gastronomi, veri odaklı gıda inovasyonlarına ulaşmak için gıdayı veri ve hesaplamanın gücüyle harmanlayan bir bilim dalıdır (Goel ve Bagler, 2022). Yapılan araştırmalarda bilişimsel gastronominin altı ana başlıkta açıklandığı tespit edilmiştir. Bu başlıklar, reçeteler, yemek eşleştirme, tat, sağlık ve beslenme, mutfak gelişimi, yeni tarif oluşturma şeklinde sıralanabilmektedir (Şekil 1).



Şekil 1: Bilişimsel Gastronomi Bileşenleri

Yemek tariflerinin veri odaklı bir bakış açısıyla incelenmesi, iyi düzenlenmiş ve yapılandırılmış veri kaynaklarının bulunmasını gerektirmektedir. Geleneksel yemek tarifleri, lezzetli bir yemeğin yapımında kullanılan kültürel değerlerin yansımalarıyla oluştuğu için oldukça karmaşık ve farklı yapılarda olabilmektedir. Bu durumu kolaylaştırmak adına tariflerin derlenmesini sağlayan çok sayıda web sitesi olsa da, bu tariflerin karmaşık sorgulara olanak tanıyan yapılandırılmış derlemelerinin eksikliği hissedilmektedir (Goel ve Bagler, 2022). Yapay zeka uygulamaları ise

bu gibi sorunların önüne geçmek için geliştirilmiş ve Doğal Dil İşleme (NLP) vb. yöntemlerin reçete işlemede kullanımını temel almıştır (Diwan, Batra ve Bagler, 2020).

Yemek eşleştirme, lezzet açısından hangi yiyeceklerin birlikte iyi gittiğini belirlemeye yönelik bir yöntemdir. Gıdaların temel tat bileşenlerini paylaştıklarında birbirleriyle iyi uyum sağladıkları ilkesine dayanmaktadır. Yemek eşleştirme yöntemi reçete tasarımına yardımcı olur ve lezzet temelinde teorik olarak sağlam olan gıda kombinasyonları için yeni fikirler sağlamaktadır (Klepper, 2011). Tat bileşenleri birçok gıda araştırmacısının ilgi odağı olmuştur. Yemeğin lezzetini algılamamıza olanak tanıyan tat alma duyumuz diğer duylar gibi yiyecek içecek deneyiminin en önemli parçalarından biridir. Son yıllarda özellikle duyu odaklı gastronomi çalışmalarının artması tat bileşenleri konusunun da yapay zeka uygulamaları aracılığıyla değerlendirilmesinde rol oynamaktadır (Galmarini, 2020).

Tat bileşenleri önemli olduğu kadar gıdaların beslenme ve sağlık üzerindeki etkileri de önemli hususlar arasındadır. Gıdalar insan vücudu ile karmaşık bir şekilde etkileşime girerek sağlık üzerindeki etkilerini tahmin etmenin zor olduğu bir sorun haline getirmektedir (Goel ve Bagler, 2022). Bilişimsel gastronominin veri odaklı temelini atma hedefine yönelik olarak, gıda-hastalık ilişkilerine dair etkileşimli bir veri havuzu oluşturmak kritik önem taşımaktadır. Son yıllardaki YZ uygulamalarına örnek olarak hastalık ve beslenme ilişkisini inceleyen çalışmalar gösterilebilir (Nk vd., 2018).

Bazı çalışmaların ise tekil coğrafi örnekleri inceleyerek daha büyük örnekleri resmetmeye çalıştığı görülmüştür. Klasik yöntemlerle mutfak gelişimlerinin sosyo-kültürel yapılarının ve içeriklerinin incelenmesi oldukça zahmetli bir süreçtir (Goel ve Bagler, 2022). Ancak yapay zeka uygulamaları sayesinde yüzbinlerce reçetenin coğrafi referanslarına göre ayrılıp farklılık ve benzerliklerinin diğer coğrafyalarla karşılaştırılması mümkündür (Sharma vd., 2020).

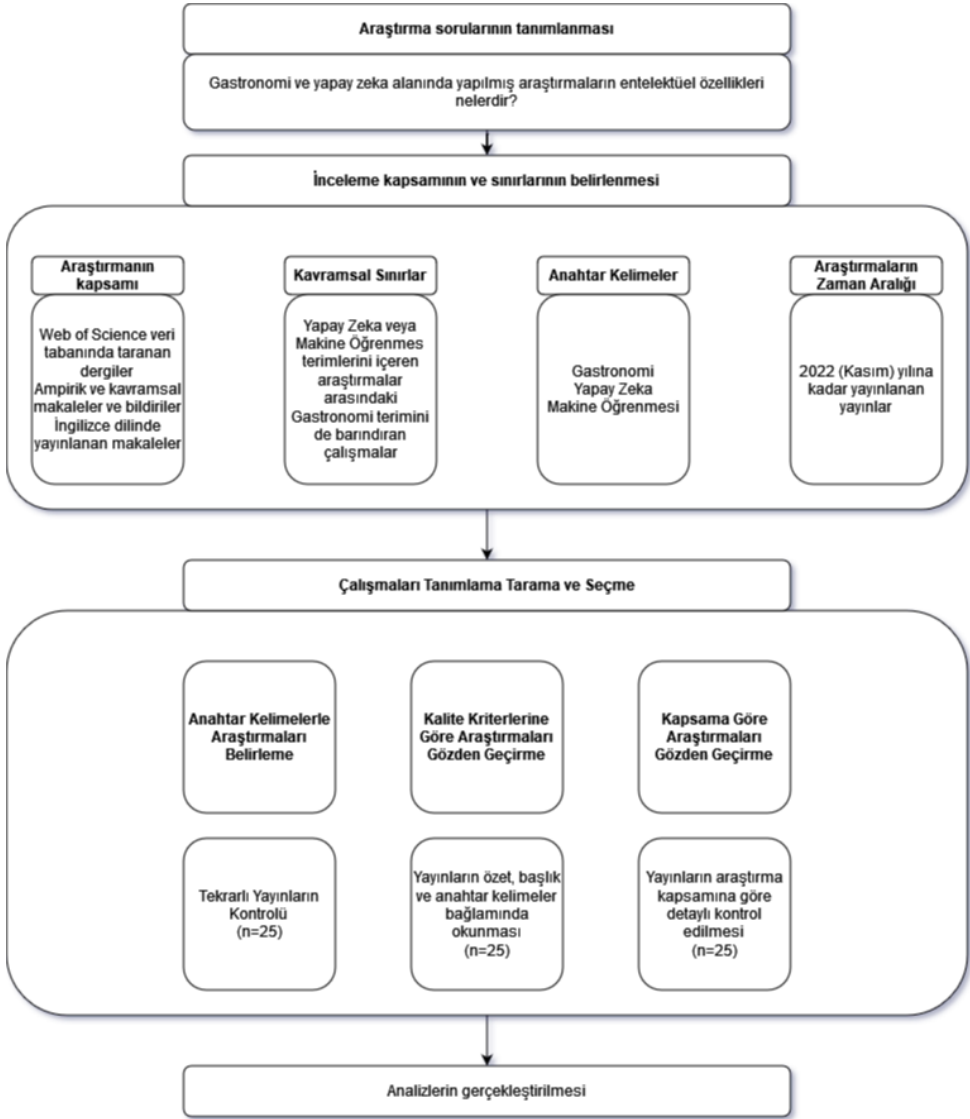
Yeni tarifler ortaya çıkarmak tüm mutfak meraklılarının ve şeflerin uzun zamandır ilgi odağı olmuştur (Goel ve Bagler, 2022). Doğası gereği hem keşfetme hem de hata yapma olasılığı yüksek olması nedeniyle yeni reçete yaratmak zahmetli ve zaman alıcıdır. Bilişimsel gastronomi alanındaki son gelişmeler “Bilgisayarlar yeni tarifler üretebilir mi?” sorusunu gündeme getirmiştir. Bu yönde kullanılan ilk yaklaşımlardan biri metin üretimidir. Bu yöntemde eski tariflerden ortaya çıkan belge topluluğu incelenerek, bu belgelerden yeni tarifler türetilmesi hedeflenir. İfadeler, dilbilgisi ve cümle yapısı kavramlarını aşılama için çeşitli kelime temsillerini kullanarak modellerin eğitilmesi gerekmektedir. Yemek tarifleri, bileşen adları, miktar ve birim gibi çeşitli adlandırılmış varlıklar içeren yapılandırılmış metinlerdir. Yeni tarif üretme algoritmaları, sağlıklı, lezzetli, vegan veya vegan olmayan, kişiselleştirilmiş, hastalığa veya diyete özgü tarifler üretmek amacıyla geniş bir tarif külliyatından tariflerin yapısını ve tarzını anlamaya yönelik geliştirilmiştir (Goel ve Bagler, 2022).

## YÖNTEM

Bu kitap bölümünde bibliyometrik analiz uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Bibliyometrik analiz, belirli bir konu, dergi ya da alanla ilgili yayınları inceleyen; yazarları ve bunların ilişkilerini belirleyebilen bilgisayar destekli bilimsel bir inceleme metodolojisidir (Güzeller ve Çeliker, 2018). Bu yöntemin sunduğu imkanlarla bir bütün olarak literatürün tamamı incelenebileceği gibi ele alınan küçük bir parçası ya da farklı metriklere göre yönelimleri araştırılabilir. Ayrıca niceliksels değerlerin yanı sıra literatürdeki niteliksel meta verilerin de incelenebileceği analizler yapmak mümkündür (Leong, 2020). Çalışmamızda açık kaynak kodlu R istatistik programı kullanılmıştır. R programının bibliyometrik analiz uygulamalarını rafine bir şekilde yapmaya olanak sağlayan bibliometrix (Aria ve Cuccurullo, 2017) ve shiny arayüzü kullanılarak raporlar ve görseller oluşturulmuştur. Gastronomi ve yapay zeka, makine öğrenmesi kavramlarının birlikte kullanıldığı araştırmaları bir kalite süzgecinden geçirmek için dahil etme ve hariç tutma kriterleri belirlenmiştir. Alanında uzman iki araştırmacı öncelikle araştırma sorusunu cevaplandırması planlanan kapsam ve sınırlılıklar üzerinde tartışmıştır. Ardından belirlenen kriterlere göre tarama işlemi gerçekleştirilmiştir. Taramadan sonra elde edilen verisetine, tanımlama, gözden geçirme ve seçme işlemleri uygulanmıştır (Şekil 2). Dahil etme ve hariç tutma kriterleri aşağıdaki gibidir.

- Gastronomi, Yapay Zeka ve Makine öğrenmesi terimlerinin başlık, anahtar kelime ve özet gibi meta verilerden herhangi birinde bulunması
- Web of Science (Wos) veri tabanında yayınlanması
- İngilizce olarak yayınlanması
- Bildiri, makale, inceleme formatında yayınlanması
- Aynı çalışmaların listeden silinmesi
- Farklı dillerdeki çalışmaların listeden silinmesi
- Herhangi bir sebeple tarama listesinde yer almasına rağmen konuyla ilgisiz çalışmaların listeden silinmesi

Araştırma sorusuna cevap vereceğine inanılan arama parametresi web of science websitesinde sorgulanmıştır. 15.11.2022 tarihinde yapılan veritabanı taramasında ilk etapta 600000 üzerinde çalışmaya erişilmiştir (Gastronomi anahtar kelimesi kullanılmadan). Seçim kriterleri göz önüne alınarak yapılan eleme sonucunda toplam 25 çalışma araştırma kapsamında incelenmiştir (Gastronomi anahtar kelimesi de dahil edilerek).



Şekil.2: Bibliyometrik Tarama Süreci

## BULGULAR

### Gastronomi ve Yapay Zekâ Çalışmalarının Genel Görünümü

Yapay zekâ ve makine öğrenmesine yönelik araştırmaların içeriğinde gastronomi kavramının kullanılması ve bu çalışmaların Web of Science (WoS)'da listelenmesi 2011 yılında başlamıştır. Bu bakımdan çalışmaların 10 yıl üzerinde bir geçmişe sahip oldukları anlaşılmaktadır. İlginç bir şekilde WoS'ta listelenen 25 adet yayının 23 farklı kaynaktan bulunduğu görülmektedir. Ayrıca yayın başına ortalama 2,64 atıf verilmiştir. 10 yıllık bir yazın geçmişi ve ortalama 2,38 yayın yaşına rağmen atıf sayısının düşük olduğu gözlemlenmektedir. Ele alınan veri setinde yer alan

çalışmaların ortalama yıllık büyüme oranı %22, 11'dir. Çalışmalardaki referanslar entelektüel bilginin temel kaynaklarıdır. Verisinde toplam 1224 referans tespit edilmiştir ve yayın başına 48 üzerinde atıfa başvurulduğu anlaşılmıştır. 124 farklı anahtar kelime ve 78 farklı KeywordPlus (KP) toplam 104 yazar tarafından yayınlarında kullanılmıştır. Entelektüel birikimin önemli göstergelerinden biri Keywords Plus'tır. KP atıf verilen yayınların başlıklarından elde edilen kavramlardan her birini ifade etmek için geliştirilmiştir. Yayınların çoğunluğu birden fazla yazar tarafından kaleme alınsa da %12'lik bir kesim yayınları tek yazarlı olarak alanyazına sunmayı tercih etmiştir. Ortalama eş-yazar sayısı ile referans sayısının yüksek olması ve tek yazarlık oranının düşük olması dikkat çekicidir. Eş yazarların birbirinden farklı ülkelerden katılım durumlarının bir ölçütü olan uluslararası eş yazarlık oranı görece düşüktür (Tablo 1).

**Tablo 1:** Gastronomi ve Yapay Zekâ Araştırmalarının Genel Yapısı

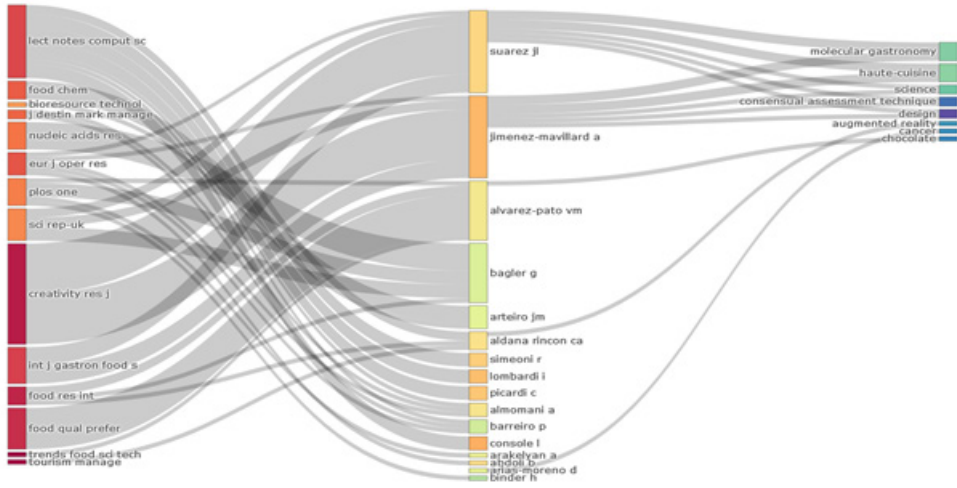
Kategori	Açıklama	Frekans
Genel Betimsel Bilgiler	Çalışma Aralığı	2011:2022
	Kaynak Sayısı (Dergi, Konferans vb.)	23
	Çalışma Sayısı	25
	Yıllık Büyüme Oranı	22,11
	Ortalama Yayın Yaşı	2,38
	Yayın Başına Ortalama Atıf	2,64
	Referanslar	1224
	Keywords Plus (ID)	78
	Anahtar Kelime	124
Yazarlar Hakkında Betimsel Veriler	Yazar Sayısı	104
	Tek Yazarlı Çalışmaların Yazar sayısı	3
	Tek Yazarlı Çalışmalar	3
	Çalışma Başına Eşyazar Oranı	4,4
	Uluslararası Eş Yazarlık Oranı	12
Yayın Türleri	Makale	16
	Bildiri	8
	Derleme	1

## Gastronomi ve Yapay Zekâ Çalışmalarının Entelektüel Görünümü

### Kelime Bulutu ve Üç Alan Diyagramı

Verisinde yer alan araştırmalarda atıf verilen çalışmalara ait KP'ler incelendiğinde teknoloji, tahmin, yüksek mutfak (haute-cuisine), duygular, moleküler gastronomi, bilim gibi kelimelerin ön plana çıktığı, turizm, tarım, davranış bilimleri, pazarlama, gıda mühendisliği gibi farklı disiplinlerin etkisinin hissedildiği anlaşılmaktadır. Kelime bulutunun genel yapıyı sunması açısından başarılı bir fotoğraf sunmasına rağmen tek başına yeterli olmadığı düşünülmüştür.

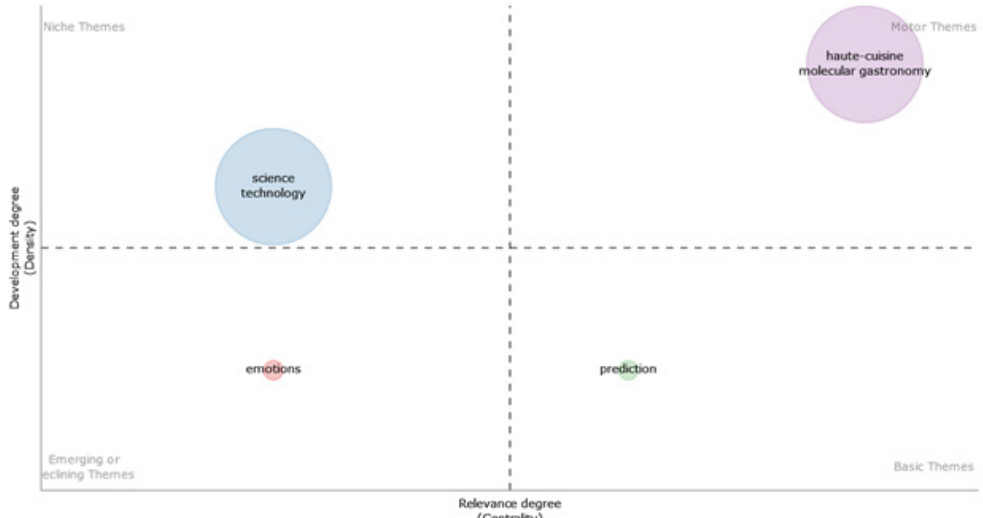




Şekil 4: Üç Alan Diyagramı

### Tematik Haritalama

Analizde kullanılan KP terimleri yardımıyla literatürün entelektüel yapısına yönelik stratejik bir harita ortaya konması amacıyla tematik haritalama yapılmıştır. Şekil 5'ter yer alan diyagram farklı tür temaları temsil eden dört bölümden oluşmaktadır. Her bir tema kümesini karakterize etmek için merkezilik ve yoğunluğu içeren iki ölçü kullanılmıştır (Muñoz-Leiva, vd., 2012). Merkezilik, belirli bir küme için diğer kümelerle olan bağlantılarının yoğunluğunu ölçer. Bu bağlantılar ne kadar çok ve güçlüyse, bu küme, bilimsel veya teknolojik topluluk tarafından önemli kabul edilen bir dizi araştırma problemini o kadar fazla ele almaktadır.



Şekil 5: Tematik Harita



Tematik harita saatin ters yönünde sağ üst, sol üst, sol alt ve sağ alt olarak 4 bölümde incelenmiştir. Sağ üst bölümde yer alan terimler motor temaları oluşturmaktadır. Bu bölümdeki temaların hem yüksek merkezilik ve hem de yüksek yoğunluk değerlerine sahip olduğu ve alanyazın için iyi gelişmiş temalar olduğu söylenebilir (Cobo et al., 2011). Alanyazını destekleyen KP terimleri içerisinde “yüksek mutfak” ve “moleküler gastronomi” bu temalar arasındadır. Sol üst bölümdeki terimler ise marjinal öneme sahip temalardır. Bu bölümdeki temalar, düşük merkezilik ve yüksek yoğunluk değerlerine sahip, iyi geliştirilmiş ve izole edilmiş temalar olarak bilinir. Bu temalar, “bilim” ve “teknoloji” kavramlarıyla temsil edilmiştir. Sol alt bölümdeki kavramlar yeni ortaya çıkan ya da kaybolan temaları temsil ederler. Düşük merkezilik ve düşük yoğunluk değerlerine sahip temalar oldukları için görece önemsiz temalar olarak adlandırılabilir. Bu bakımdan “duygular” alanyazındaki görece önemsiz temalar arasındadır. Sağ alt kadrındaki kavramlar ise önemli ancak yeterince gelişmemiş temaları gösterirler. Temel temalar olarak bilinen yüksek merkezilik ve düşük yoğunluk değerlerine sahip temaları içermektedir. “Tahminleme” Kp terimleri arasında bu tema kadranında yer almaktadır.

## SONUÇ

Bu çalışma gastronomi alanyazınında yapılan yapay zekâ ve makine öğrenmesi araştırmalarını içeren ekosistemin entelektüel bilgi birikimini ele almıştır. Son yıllardaki gastronomi alanındaki yenilikçi uygulamaların sayısı artmasına rağmen (Atabay, 2021), yapay zekâ uygulamalarının gastronomi literatürüne yeni giriyor olması ve entelektüel bilgi birikimini keşfetmeye çalışan benzer çalışmaların yetersiz olması bu kitap bölümünü son derece önemli kılmaktadır. Entelektüel bilgi birikimini keşfetmek literatür gelişiminin en temel basamaklarından biridir ve bu çalışma entelektüel bilgi birikimine panoramik bir bakış sunmuştur.

Kitap bölümünde literatüre yönelik bazı kavramsal bulgular sunulmuştur. Örneğin, ilk listelenen çalışma 11 yıl öncedir ve bu görece erken bir geçmişin göstergesidir. Ancak senelik ortalama yayın sayısının da düşük olduğu belirtilmelidir. İlginç bir şekilde WoS'ta listelenen 25 adet yayının 23 farklı kaynaktan bulunduğu görülmektedir. Bu verilerin birkaç sebebi olabilir. Bir araştırma alanında yeterince yayın yapılmamasının, o alanın henüz keşfedilmemesi, o alandaki araştırmacı sayısının azlığı, araştırma yapmanın zorluğu ya da nitelikli dergilerin ve araştırmacıların henüz bu tarz araştırmalara ilgi göstermemesi gibi sebepleri sıralanabilir. Bu verilere rağmen ortalama yıllık büyüme oranının yüksek oluşu ve özellikle son yıllara yığılan ilginin fazlalığı gelecek araştırmalar için ümit vadetmektedir. Ayrıca, eş yazarlılık sayısının yüksek ve tek yazarlı yapılan çalışma sayısının düşük olması bilimsel üretkenliğin birden fazla yazara bağlı değişkenlik gösterdiğinin bir kanıtıdır. Yani yapay zekâ uygulamaları ve gastronomi alanına aynı anda hakim olan araştırmacı sayısının çok düşük olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca sektörel olarak bilişimsel gastronominin gelişimi hızlı olsa da akademik uygulayıcıların yetersizliği de dikkat çekicidir.

Çalışma ve araştırmacı sayısının azlığı analiz raporlarında hissedilmiştir. Birçok disiplinin entelektüel olarak gastronomi ve yapay zekâ araştırmalarına henüz katkı sunmadığı anlaşılmaktadır. Yine de bilgi ve iletişim teknolojileri ile alakalı çalışmaların, pazarlama, turizm ve davranış araştırmalarının entelektüel olarak alanyazını desteklediği anlaşılmıştır. Her ne kadar yöntemsel olarak bibliyometrik haritalama kullanılmış olsa da temelde KP terimleri ele alınmıştır. Bu bakış açısının entelektüel yapıyı incelemek isteyen diğer araştırmacıları cesaretlendirebileceği öngörülmektedir. Ayrıca bu alanda yapılan çalışma sayısının artmasının gıda, sağlık, konaklama ve seyahat gibi çeşitli alanlarda yeni trendler belirlemesi beklenmektedir.

Bu çalışmanın pratikte bazı faydaları olduğu da düşünülmektedir. Entelektüel gelişim odaklarının takip edilmesi ve sektörün tüm paydaşları tarafından erişilebilir olması önemlidir. Sektör farkındalığı arttıkça problemlerin yapay zekâ temelli çözümü kolaylaşacaktır. Zira yapay zekâ, zihinsel yetenekleri ve gıda endüstrisindeki birçok zorluğa yönelik dahiyane çözümleri temsil eden matematiksel bir tekniktir. Bunun yanı sıra, etkin akademisyen ve ekollerin sektör tarafından bilinmesi birçok işbirliği fırsatının önünü açacaktır.

Her ne kadar araştırma soruları eksiksiz cevaplandırılmaya çalışılsa da bu kitap bölümünün birtakım kısıtları bulunmaktadır. Bu kısıtlardan yola çıkarak gelecekteki araştırmacıların önemli boşlukları dolduracağına inanılmaktadır. Çalışma tek bir dil ve veritabanı üzerinden kaleme alınmıştır. İleriki çalışmalar farklı veri tabanlarını ve farklı dildeki yayınları ele alabilirler. Ayrıca bu kitap bölümü sadece entelektüel yapıya yönelik analiz birimleri kullanmıştır. İlerleyen zaman dilimlerinde yapılacak çalışmalar sosyal ve kavramsal yapıya yönelik daha detaylı bibliyometrik analizlere yer verebilirler. Son olarak bibliyometrik araştırmalar doğası gereği yüzeysel ve kısa vadeli görüşler sunmaktadır. Bu dezavantajı ortadan kaldırmak için belirli periyotlarda araştırmaları tekrarlamak ve araştırma sorularını revize etmek gerekebilir.

## KAYNAKÇA

- Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959-975.
- Atabay, E., (2021). *Gastronomi ve Sosyal Medya Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar İçinde A. ARMAN ve Ö. ERDEM. Gastronomide Sistemik Araştırmalar*. (117-129), İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Bedoya, M. G., Montoya, D. R., Tabilo-Munizaga, G., Pérez-Won, M. ve Lemus-Mondaca, R. (2022). Promising perspectives on novel protein food sources combining artificial intelligence and 3D food printing for food industry. *Trends in Food Science & Technology*.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E. ve Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
- De Klepper, M. (2011). Food pairing theory: A European fad. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 11(4), 55-58.
- Di Vaio, A., Palladino, R., Hassan, R. ve Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 121, 283-314.
- Diwan, N., Batra, D. ve Bagler, G. (2020, April). A named entity based approach to model recipes. In *2020 IEEE 36th International Conference on Data Engineering Workshops (ICDEW)* (pp. 88-93). IEEE.
- Galmarini, M. V. (2020). The role of sensory science in the evaluation of food pairing. *Current Opinion in Food Science*, 33, 149-155.
- Garre, A., Ruiz, M. C. ve Hontoria, E. (2020). Application of Machine Learning to support production planning of a food industry in the context of waste generation under uncertainty. *Operations Research Perspectives*, 7, 100147.
- Goel, M. ve Bagler, G. (2022). Computational gastronomy: A data science approach to food. *Journal of Biosciences*, 47(1), 1-10.
- Güzeller, C. O. ve Çeliker, N. (2018). Bibliometric analysis of tourism research for the period 2007-2016. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6(1), 1-22.
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., Ooi, K. B. ve Lee, V. H. (2020). Tourism research progress—a bibliometric analysis of tourism review publications. *Tourism Review*, 76(1), 1-26.
- Muñoz-Leiva, F., Viedma-del-Jesús, M. I., Sánchez-Fernández, J. ve López-Herrera, A. G. (2012). An application of co-word analysis and bibliometric maps for detecting the most highlighting themes in the consumer behaviour research from a longitudinal perspective. *Quality & Quantity*, 46(4), 1077-1095.
- Nk, R., Tuwani, R., Garg, N., Mukherjee, J. ve Bagler, G. (2018). SpiceRx: an integrated resource for the health impacts of culinary spices and herbs. *bioRxiv*, 273599.
- Pérez-Rodrigo, C. ve Aranceta-Bartrina, J. (2021). Role of gastronomy and new technologies in shaping healthy diets. In *Gastronomy and Food Science* (pp. 19-34). Academic Press.
- Sharma, T., Upadhyay, U., Kalra, J., Arora, S., Ahmad, S., Aggarwal, B. ve Bagler, G. (2020, April). Hierarchical clustering of world cuisines. In *2020 IEEE 36th International Conference on Data Engineering Workshops (ICDEW)* (pp. 98-104). IEEE.
- URL-1: <https://hivelifelife.com/artificial-intelligence-food/> (E.T.: 10.11.2022)

## 9. BÖLÜM

### SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Tuba ŞAHİN ÖREN<sup>1</sup>

#### ÖZET

Sürdürülebilirlik kavramı gelişmekte olan bir olgu olarak dünya genelinde sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik açıdan değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, giderek önem kazanan gastronomi turizminin, sürdürülebilirlik boyutunda alanyazın tarafından ne zaman, nasıl, nerede ve kimler tarafından değerlendirilmeye başlandığı, birbirleri ile ilişkisi ya da öne çıkan kavramların neler olduğunu tespit edebilmek amacıyla bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmaktadır. Çalışma evreni olarak Web of Science veri tabanı belirlenmektedir. Bu kapsamda 30 farklı kaynak ve 180 yazardan oluşan toplamda 54 bilimsel makale örneklem hacmini

<sup>1</sup> Doç.Dr., Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Uşak, Türkiye, tuba.sahin@usak.edu.tr, orcid.org/0000-0003-0899-9421

oluşturmaktadır. Bibliyometrik analiz aracılığı ile sıklıkla kullanılan anahtar kelimeler, yazarlar, atıf alma durumu, dergiler ve yayınların gerçekleştiği ülkeler bazında birbirleriyle ilişkilerinin ortaya çıkaracak analizler yapılmıştır. Sonuç olarak sürdürülebilir gastronomi turizminin yeni çalışmaya başlanmış bir konu olduğu görülmektedir. Özellikle 2019 yılından sonra çalışma konusu ile ilgili bilimsel makalelerin sayısının istikrar kazandığı tespit edilmektedir. İtalya, İspanya gibi ülkelerin çalışma konusu ile ilgili bilimsel inceleme yapma eğiliminde olduğu belirlenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi, Bibliyometrik Analiz

## **BİBLİYOMETRİK ANALYSIS OF STUDIES ON SUSTAINABLE GASTRONOMY TOURISM**

### **ABSTRACT**

The concept of sustainability is evaluated in terms of socio-cultural, environmental and economic aspects throughout the world as a developing phenomenon. In this study, it is aimed to make a bibliometric analysis of gastronomy tourism, which is gaining importance, in order to determine when, how, where and by whom the literature has started to be evaluated in the dimension of sustainability, their relationship with each other or what the prominent concepts are. The Web of Science database was chosen as the population of the study. In this context, a total of 54 scientific articles, consisting of 30 different sources and 180 authors, constitute the sample volume. By means of bibliometric analysis, analyzes were made to reveal the relations with each other on the basis of frequently used keywords, authors, citation status, journals and the countries where the publications took place. As a result, it is seen that sustainable gastronomy tourism is a subject that has just started to be studied. Especially after 2019, it has been determined that the number of scientific articles on the subject of the study has stabilized. It is determined that countries such as Italy and Spain tend to conduct scientific studies on the subject of study.

**Keywords:** Sustainable Gastronomy Tourism, Bibliometric Analysis

### **GİRİŞ**

Sürdürülebilirlik dünya genelinde hemen hemen her alanda işlevsellik kazanmış ve önemi giderek artan bir kavram olarak görülmektedir. Yiyecek-içecek alışkanlıkları ise insanoğluyla beraber devam eden, gelişen diğer ifadeyle insanoğluyla beraber süreç içerisinde devinim kazanan bir olgudur. Dolayısıyla toplumların sahip olduğu yeme-içme alışkanlıkları, bunların üretim süreçleri de dahil olmak üzere ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel açıdan gastronomik bir değere sahip olduğu görülmektedir. Günümüzde toplumların gastronomik değerlerini hem yaşatmak hem çevreye duyarlı hale getirmek hem de ekonomik kazanç sağlayan bir turizm

ürüne dönüştürmesi giderek yaygınlaşmaya başlamaktadır.

Turizm ve gastronomi tarihsel süreç içerisinde oldukça eski kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde bu iki olgu; yaratıcılığa, yerel sanat ve kültüre odaklanarak toplumların sosyal ve ekonomik refahını güvence altına alabilmekte ve çevresel tehlikeleri kontrol edebilmektedir (Bastenegar, 2020). Bununla birlikte gastronomi, turistik destinasyonların geliştirilmesi ve sürdürülebilirliği açısından kilit unsurlardan biri olarak kendini kanıtlamaktadır (Jiménez-Beltrán vd., 2016).

Gastronomi turizmi, turizmin tamamlayıcı bir biçimi değerlendirilmektedir (Kumar, 2019). Gastronomi turizmi aynı zamanda kültüre ve geleneğe saygı, sağlıklı bir yaşam tarzı, özgünlük ve sürdürülebilirlik gibi geleneksel değerleri de içerisinde barındırmaktadır. Turizm sektörünün ekonomik büyüme açısından ülkelere katkı sağlamaktadır (Testa vd., 2019). Bu kapsamda ülke markasını oluşturmada ve sürdürülebilirlik sorununu çözümü de gastronomi turizmi önemli unsur olarak görülmektedir (Vázquez-Martínez vd., 2019). Diğer bir ifadeyle, gastronomi destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlama da önemli bir etken olarak düşünülmektedir (Carvache-Franco vd., 2022).

Turizm, sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve çevresel bileşenlerini birbirine bağlayan çok yönlü bir faaliyet olarak görülmektedir (Diaconescu vd., 2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi, şarap (Chiattonne, 2013) ya da zeytinyağı gibi yerel ürünlerin tanıtımını ve teşviki sağlayan ve bu sayede sürdürülebilir turizm destinasyonlarını destekleyen bir özelliğe sahiptir (Folgado-Fernández vd., 2019).

Sürdürülebilir gastronomi turizmi farklı şekillerde ele alınan, gelişmekte olan bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı çerçevesinde gerçekleştirilen bilimsel yayınların incelenmesi, hangi konulara ağırlık verildiği, hangi yazarların bu alanda uzmanlaşmaya başladığı, hangi ülkelerin ortaya çıktığı ya da alana ne kadar katkı sağladığı bağlamında verilerin incelenmesi önemlidir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramının bahsi geçen konularda yordayıcı bir şekilde ele alınması ise bibliyometrik analiz aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Aynı zamanda araştırmaya konu olmuş kavramların ağırlıkla hangi değişkenler üzerinden incelendiği, hangi değişkenler açısından gizli kalan bilgilerin olduğu gerçeğini de bütüncül bir şekilde ortaya koyması nedeniyle bu çalışmada “Sürdürülebilir Gastronomi” kavramı çerçevesinde bibliyometrik analiz kapsamında inceleme yapılmaktadır.

## **SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR**

İklim değişikliği ve çevresel bozulmalara neden olan küresel gıda sistemini sürdürülebilir bir şekilde dönüştürmek için yeni dinamiklere ihtiyaç duyduğu Richardson ve Fernqvist (2022) tarafından ileri sürülmektedir. Sürdürülebilir gastronomi, gıdaların çevre bilinciyle hazırlanmasını, üretilmesini ve tüketilmesini destekleyerek toplumun sağlık ve beslenme kalitesini iyileştiren önemli bir kavram

olarak ifade eden Pramezvary vd., (2022) tarafından sürdürülebilir gastronomi için restoran işletmelerinden toplanan mor soğan atıkları geleneksel yöntem ve farklı yöntemler kullanılarak sirke üretimi gerçekleştirmiştir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmini, sürdürülebilir kalkınma boyutunda ele alan Pramezvary vd., (2022) strateji geliştirme, marka gücünü artırma ve yerel yemeklerin tanıtımı için rota oluşturabilme bağlamında değerlendirmektedir. Mutlu (2020) ise yemek kültürünün geçmişten gelen birikimleri geleceğe taşıyarak sürdürülebilirliğine sağladığı katkıya değinmiştir. Tüketicilerin yemek ve gastronomi açısından taleplerini ortaya çıkaran ve bu durumu sürdürülebilir kalkınma boyutunda ele alan Landa (2018) ise gastronomik unsurların sürdürülebilir kalkınmaya, kültürel yemek mirasını korumak (Arman ve Şahin Ören, 2020; Şahin Ören vd., 2021), yerel yemek kültürünü ön plana çıkararak sürdürülebilirliğini sağlamak (Mutlu, 2022) ve sürdürülebilir gastronomi turizmini (Şahin Ören ve Ören, 2019; Şahin Ören ve Ören, 2020) teşvik etmek gibi bulguları ortaya çıkarmaktadır.

Niedbala vd., (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada tarım, gıda ve turizm, kırsal alanlarda turistik ürünler sunmak için birleştirildiğinde hem sürdürülebilir gastronomi hem de tarımsal sürdürülebilirlik boyutunda geleceğe yönelik yatırım olabileceğini ileri sürmektedir. Legrand vd., (2020) ise yerel ve organik gıdaların gastronomi sektörü üzerindeki etkisi, “sürdürülebilir yemek seçenekleri” ile ilgili zorluklara vurgu yapılarak “sürdürülebilir gastronomi” kavramı ile birlikte eleştirel bir şekilde gözden geçirmektedir.

Rinaldi vd., (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmada bir şehri ya da kırsal sürdürülebilir gastronomi destinasyonuna dönüştürmek için sürdürülebilir akademik ve topluluk işbirliğini ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte Harrer vd., (2021) üniversitelerin sürdürülebilir stratejik plan doğrultusunda yaptığı araştırmalarda et ve süt ürünleri gibi özellikle enerji ve karbon yoğun gıda ürünlerinin gastronomi hizmeti emisyonu açısından iklim değişikliğine neden olduğunu tespit etmektedir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel çalışmaların ağırlıklı olarak iklim değişikliği ve küresel bozulmalar, sürdürülebilir kalkınma, kültürel mirası korunması, tüketici davranışı, kırsal turizmin geliştirilmesi boyutunda gerçekleştirildiği görülmektedir.

## YÖNTEM

Bu çalışmada “sürdürülebilir gastronomi turizmi” kavramı çerçevesinde bütüncül bir şekilde alanyazının incelemek amacıyla bibliyometrik analiz gerçekleştirmek amaçlanmaktadır. Bibliyometrik analiz, belirli bir kavram ile ilgili alanyazındaki iletişimsel etkinliğin açıklanabileceği, yorumlanabileceği veya başka bir şekilde anlaşılabilmesi bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Borgman & Furner, 2002). Belirli bir konunun ya da kavramın bilimsel araştırma eğiliminin değerlendirilmesini, yapılan yayınların etki değerlerinin incelenmesini ya da çeşitli

şekillerde bibliyometrik ağların haritalanmasını sağlamak amacıyla bibliyometrik analiz yapılmaktadır (Ahmi, 2022). Diğer ifadeyle bibliyometri, bibliyografik verilerdeki sayılar ve örüntüler arasındaki ilişkiyi inceleyen yani makale sayısı, literatürün büyümesi, kütüphane ve veri tabanı kullanım kalıplarını inceleyen bir çalışma olarak görülmektedir (Chellappandi vd., 2018).

Bibliyometrik analiz incelenen olgu hakkında mevcut durumu ortaya çıkarmak için kullanılan oldukça güçlü bir araç olarak ifade edilebilmektedir. Bu bağlamda bibliyometrik analiz; dergi sıralamalarıyla (Subochev vd., 2018), spor pazarı (Rodríguez vd., 2022), havayolu işletmeciliği (Bakır vd., 2022), yeşil teknoloji (Niknejad vd., 2022), enerji (Verma vd., 2021) sağlık (Vargas vd., 2021; Cetin vd., 2022), ekonomi (Wang vd., 2021), dijital ekonomi (Teiuşan & Deaconu, 2021), finans (Ingale & Paluri, 2020), sürdürülebilir kalkınma (Nazari vd., 2021), turizm işletmeciliği (Bashir vd., 2022; Singh vd., 2022) gibi bir çok alanda kavram, olgu ya da olayları bütüncül bir bakış açısıyla incelemeye olanak sağlamaktadır.

### **VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ**

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı üzerine temellendirmiş bilimsel makalelerin bibliyometrik analizi aracılığıyla incelemek üzere gerçekleştirilen çalışmada verileri toplamak amacıyla Web of Science (WOS) veri tabanı kullanılmaktadır. Veri tabanı üzerinden çalışma amacına uygun verileri elde edebilmek amacıyla çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. Veri tabanı içerisinde amaca yönelik arama ve kısıtlama yapmayı sağlayan arama motoru üzerinden “sustainable gastronomy tourism” kodu taratılmıştır. Dil (İngilizce) ve doküman türünde (Bilimsel Makale) sınırlama getirilmiş olması çalışmanın temel kısıtlarını oluşturmaktadır. Bu kapsamda 2011-2022 yılları arasını içeren toplamda 77 bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır.

RStudio ya da R programı olarak ifade edilen ücretsiz, açık kaynak kodlu ve büyük ölçüde verileri analiz etmek amacıyla kullanılan R yazılımı aracılığıyla Bibliometrix paketi kullanılarak elde edilen veriler analiz edilmiştir. Bibliometrix paketi üzerinde veriler analiz edilmeden önce çalışmaya getirilen dil ve doküman türü ilgili kısıtlamalar yeniden uygulanmış sonuç olarak 2011-2022 yılları arasında yayımlanan, 30 farklı kaynak ve 180 yazardan oluşan toplamda 54 bilimsel makale analize tabi tutulmuştur. Çalışma amacına ulaşabilmek amacıyla araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir.

#### **Araştırma Soruları**

1. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel çalışmalara yönelik genel bilgiler nelerdir?
2. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?



3. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı, anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımı ne şekildedir ve anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları nasıl görünmektedir?
4. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerde atıf alma durumları, dergilerde yıllara göre üretim miktarları ne şekilde sıralanmaktadır ve dergi birlikte atıf ağı nasıl görünmektedir?
5. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yazarlarına ilişkin atıf alma durumu ne şekildedir ve ortak atıf ağı nasıl görünmektedir?
6. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı ülkelere ilişkin dağılım ne şekildedir?
7. WoS veri tabanında sürdürülebilir gastronomi turizmi konusu kapsamında yayınlanmış bilimsel makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri ne şekildedir?

## BULGULAR VE YORUM

Sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili İngilizce dilinde gerçekleştirilen bilimsel yayınların makaleler açısından Dünya genelinden nasıl bir yayılım sergilediğini ortaya çıkarmak amacıyla bibliyometrik analiz aracılığı ile derinlemesine inceleme yapmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda oluşturulan araştırma sorularına ilişkin elde edilen bulgular sırasıyla aktarılmaktadır.

### Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Çalışmalarının Genel Durumu

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel çalışmalara ilişkin genel bilgiler Tablo 1’de ve doküman türlerini içeren bilgiler Şekil 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Genel Bilgiler

Tanım	Sonuçlar
<b>VERİ HAKKINDA ANA BİLGİLER</b>	
Zaman aralığı	2011: 2022
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vb.)	38
Belgeler	77
Yıllık büyüme oranı%	9,63
Belge Ortalama Yaşı	3,93
Doküman başına ortalama alıntı	5,117
Referanslar	3676
<b>BELGE İÇERİĞİ</b>	
Anahtar Kelimeler Artı (Kimlik)	189
Yazarın Anahtar Kelimeleri (DE)	287
<b>YAZARLAR</b>	
Yazarlar	226

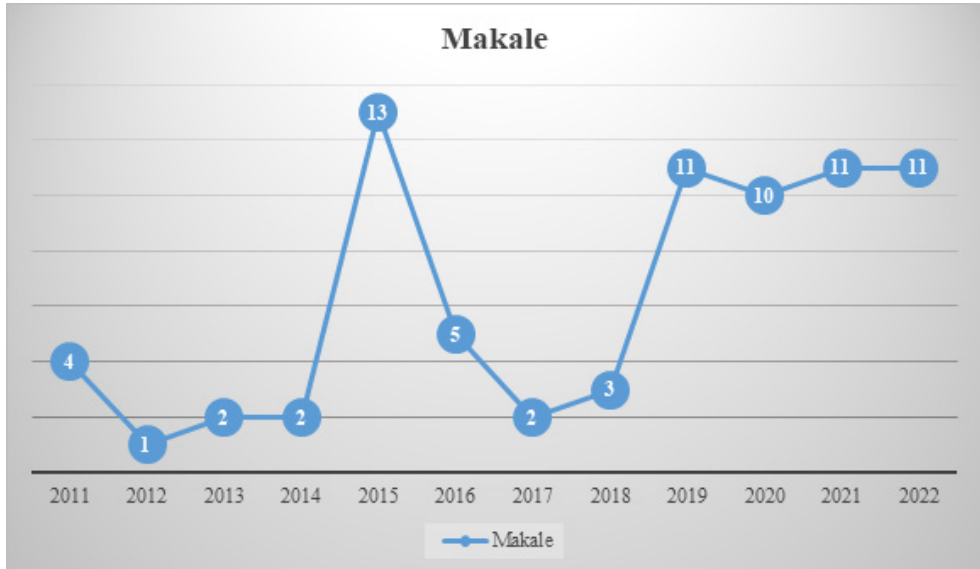
Tek yazarlı dokümanların yazarları	14
<b>YAZARLAR İŞBİRLİĞİ</b>	
Tek yazarlı dokümanlar	14
Doküman için Ortak Yazarlar	3,06
Uluslararası ortak yazarlar%	24,68
<b>DOKÜMAN TÜRLERİ</b>	
Makale	54
Kitap Bölümü	20
Erken Erişim	2
Bildiri	1

Tablo 1'e göre sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalar 2011 yılı itibariyle gerçekleştirilmeye başlamaktadır. Bu doğrultuda söz konusu çalışmalar 2011 ile 2022 yılları arasını kapsamaktadır. Son on yılda gastronomi turizmi ile ilgili toplamda 74 bilimsel çalışma gerçekleştirildiği, bunların 54'ünün ise bilimsel makale türünde olduğu görülmektedir. Bilimsel çalışmaların yıllık büyüme oranı % 9, 63 olması bu alanda çalışmaların hız kazanmaya başladığını bununla birlikte gerçekleştirilen çalışmaların 5,117 oranında atıf aldığı görülmektedir.

### **Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bilimsel Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı**

Uluslararası nitelikte gerçekleştirilen sürdürülebilir gastronomi çalışmalarının yıllara göre dağılımı Tablo 2'de verilmektedir.

**Tablo 2:** Bilimsel Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı



Tablo 2'ye göre 2011 yılı içerisinde toplamda 4 sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili makalenin gerçekleştirildiğinin takip eden yıllarda bu sayının düştüğü ancak 2015 yılı içerisinde toplamda 13 bilimsel makale çalışmasının gerçekleştirildiği görülmektedir. Sonraki yıllarda düşme görülmesiyle birlikte 2019 yılı itibarıyla istikrar kazandığı görülen ve araştırılmaya devam bir konu olduğu görülmektedir.

### **Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bilimsel Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimelerin Dağılımı, Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Kullanımı ve Anahtar Kelimelerin Birlikte Oluşum Ağları**

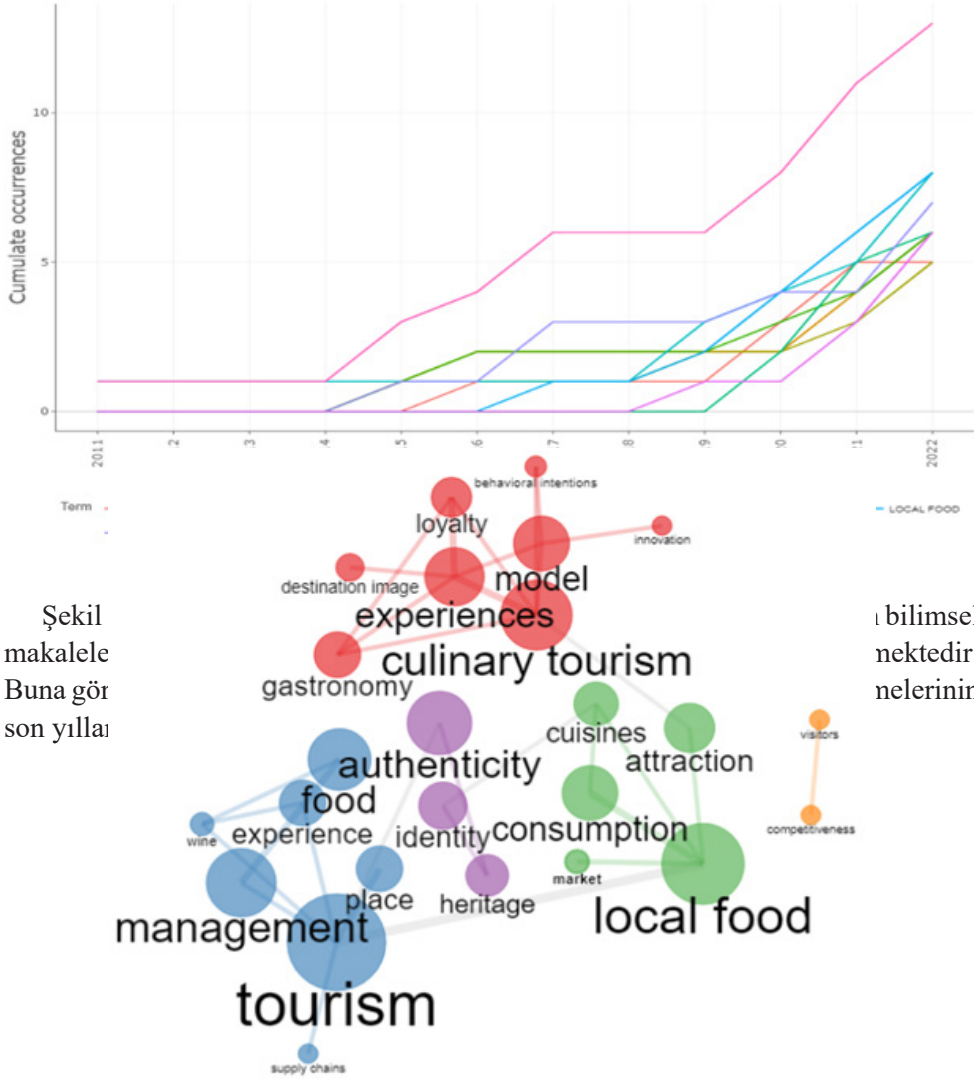
Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelere ilişkin dağılımı ve öne çıkan anahtar kelimeleri tespit edebilmek amacıyla kelime bulutu oluşturulmuştur.

Şekil 2'ye göre sürdürülebilir gastronomi turizmi bilimsel makaleler kapsamında gerçekleştirilen çalışmalarda toplamda 189 anahtar kelimedenden oluştuğu görülmektedir. Anahtar kelimeler, bilimsel makalelerin kapsamını, amacını ve



Şekil 2: Anahtar Kelime Bulutu

birer kod görevi görmektedir. Bu doğrultuda belirli konular üzerinde spesifik bir şekilde araştırma yapmayı ve araştırılan konuya ulaşabilmeyi kolaylaştırmaktadır. Şekil 2'de sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimeler "tourism", "food", "local food", "management", "authenticity", "culinary tourism" ve "experience" olarak gösterilmektedir.



Şekil  
makalele  
Buna gör  
son yılları

ı bilimsel  
nektedir.  
nelerinin

Şekil 4: Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı

Şekil 4'te sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelere ilişkin anahtar kelime birlikte oluşum ağı yansıtılmaktadır. Buna göre sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların anahtar kelime bağlamında incelendiğinde merkez yer alan ve öncü görev üstlenen tek bir anahtar kelime olmadığı görülmektedir. Anahtar kelime oluşum ağı incelendiğinde "tourism", "local food", "culinary tourism" kavramlarının yoğunlukta olduğu tespit edilmektedir. Bu çerçevede turizm, işletmecilik, deneyim, yemek, yer gibi kavramlar anahtar kelime birlikte oluşum ağına bir grup olarak değerlendirilirken yerel yemek, tüketim, çekicilik, yerel mutfak kültürleri farklı bir ağ oluşturduğu görülmektedir. Mutfak kültürü, destinasyon imajı, deneyim, yenilik, davranışsal

niyet bağlamında ise farklı bir anahtar kelime birlikte oluşum ağı oluşturduğu tespit edilmektedir.

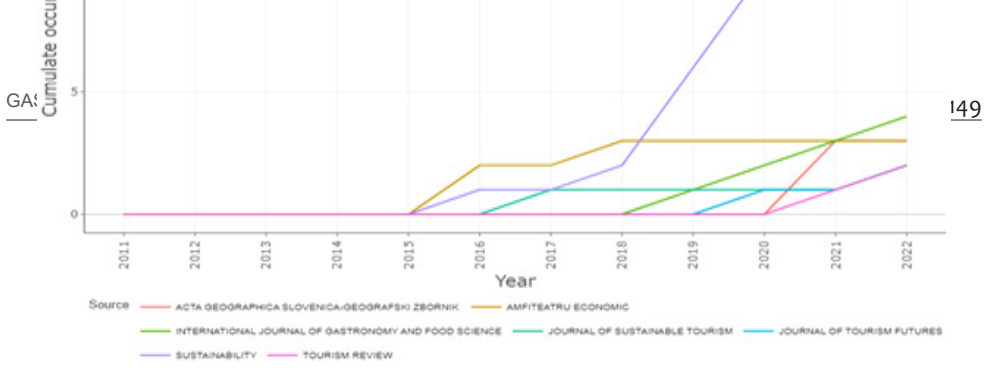
### **Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Dergilerde Atıf Alma Durumları, Dergilerde Yıllara Göre Üretim Miktarı Dağılımı ve Dergi Birlikte Atıf Ağı**

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yayınlanan makalelerin, yayınlandığı dergilerde atıf alma durumu Tablo 2’de gösterilmektedir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında toplamda 38 farklı dergi bulunmasıyla beraber söz konusu tabloda 10 dergiye ilişkin atıf durumu belirtilmektedir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerde atıf alma durumları değerlendirildiğinde en çok atfı “Tourism Management” dergisinde yayınlanan çalışmaların aldığı görülmektedir. “Sustainability”, “Annals Tourism Research”, “Journal of Sustainable Tourism”, “International Journal of Hospitality Management” sırasıyla atıf alma sıklığına sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 2:** Dergilerde Atıf Alma Durumu

<b>Dergi</b>	<b>Atıf Sayısı</b>
Tourism Management	135
Sustainability-Basel	89
Annals Tourism Research	73
Journal of Sustainable Tourism	55
International Journal of Hospitality Management	45
British Food Journal	37
Journal Of Travel Research	27
Current Issues Tourism	26
International Journal of Contemporary Hospitality Management	24
Journal of Culinary Science & Technology	24

Tablo 2 incelendiğinde sürdürülebilir gastronomi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin yayınlandığı ilk on dergi incelendiğinde, söz konusu dergilerin sosyal bilimler alanında ve ağırlıklı olarak turizm alanında yayın yapan dergi olduğu tespit edilmektedir.



Şekil 5: Dergilerin Yıllık Üretim Dağılımları

Dergilerin yıllık üretim miktarlarının yansıtıldığı Şekil 5’te 2018 yılından itibaren ilk sırada “Sustainability” dergisinin yer aldığı görülmektedir. 2021 yılı itibariyle “International Journal Of Gastronomy and Food Science” dergisinin ise 2. sırada yer almaktadır.



Şekil 6: Dergi Birlikte Atıf Ağı

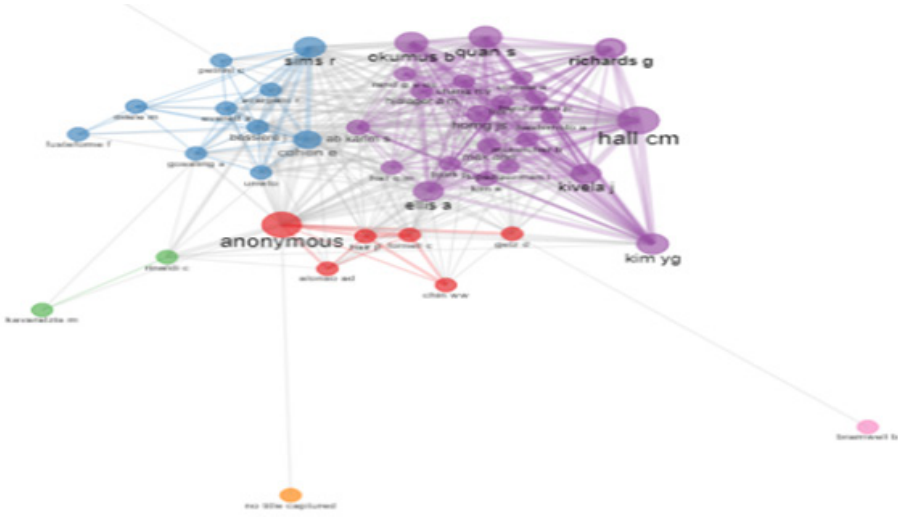
Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atıf ağına ilişkin görsel Şekil 6’da gösterilmektedir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin atıf ağları incelendiğinde 3 kümeden oluştuğu görülmektedir. 1. Küme (Kırmızı) ve 2. Küme (Yeşil) düğüm büyüklüklerinin oldukça büyük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 3. Küme (Mavi) ise dikkat çekmeyecek küçüklükte bir yapıya sahip olduğu belirlenmektedir.

### Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Yayınlanmış Bilimsel Makalelerin Yazarlarına İlişkin Atıf Alma Durumu ve Ortak Atıf Ağı

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında bilimsel makalelerin atıf olarak alanyazına katkı sağlayan ilk on yazar Tablo 3’de verilmektedir.

Tablo 3: Yazar Atıf Alma Durumu

Yazar	Atıf Sayısı
DIACONESCU D.M.	2
MORARU R.	2
STANCIULESCU G.	2
BOLE D.	1
CAVICCHI A.	1
FUSTE-FORNE F.	1
GASPERIC P.	1
GERSIC M.	1



Şekil 7: Yazar Birlikte Atıf Ağı

Şekil 7’de sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin yazarlarına ilişkin yazar birlikte atıf ağı gösterilmektedir. Buna göre yazar birlikte atıf ağı 6 kümeden oluşmaktadır. 1. Kümede (Mor) Hall C.M., Kim Y. G., Richards G., ve Okumuş, B. gibi yazarlar ön plana çıkmaktadır. 2. Kümede (Mavi) Sims R., 3. Kümede (Kırmızı) ise anonim çalışmaların yazarların ön planda olduğu görülmektedir. 4. Küme (Yeşil), 5. Küme (Turuncu) ve 6. Küme (Pembe) ise yazar birlikte atıf ağına güçsüz düğüm yapısına sahip olduğu tespit edilmektedir.

### Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Ülkelere İlişkin Dağılım

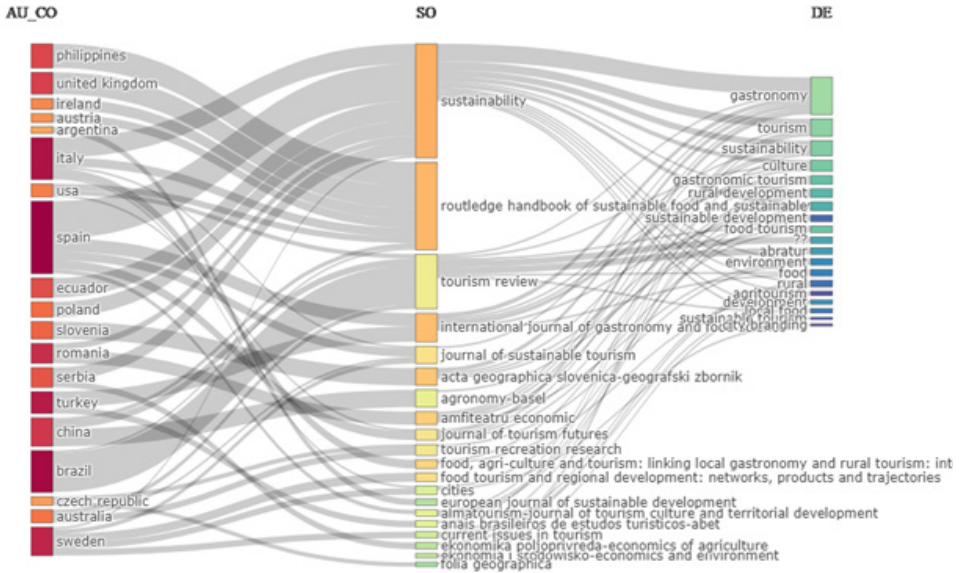


Şekil 8: Ülkelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Şekil 8’de ülkelere göre bilimsel üretim dağılımını gösterilmektedir. Diğer ifadeyle sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makalelerin

ülkeler açısından nasıl bir dağılım izlediğine ilişkin görsel verilmektedir. Buna göre İtalya'dan İsveç'e toplamda 3 bilimsel makale, İspanya'dan Ekvador'a ise iki makale şeklinde ülkelere göre bilimsel dağılım görülmektedir.

### Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bilimsel Makalelerin Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime İlişki Durumu



Şekil 9: Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime Üçlü Alan Grafiği

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makaleler, dergi, ülke ve anahtar kelimeler anlamında oluşturulan üçlü alan grafiği Şekil 9'da incelenmektedir. Buna göre yazarların ülke bilgileri sol alanda, dergi bilgileri ortadaki alanda ve anahtar kelimelerine ilişkin bilgi ise sağ alanda verilmektedir. “Sustainability” dergisinde sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen bilimsel makaleler sıklıkla yayımlandığı, bununla birlikte “gastronomy”, “tourism” ve “sustainability” ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmektedir.

### SONUÇ VE TARTIŞMA

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramının, küresel iklim değişikliği, çevresel bozulmalar gibi çevresel etkilerle birlikte yemek unsurunun somut olmayan kültürel miras anlamında gelecek nesillere de aktarılma gereksiniminin var olması ve bununla birlikte yemeğin gastronomik bir unsur olarak destinasyonlara ekonomik bir değer kazandırması sonucunda ortaya çıkan bir kavram olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda çalışma boyunca incelenen ve analiz edilen veriler ışığında sürdürülebilir gastronomi turizm kavramının gelişmekte olduğu görülmektedir. Uluslararası anlamda yayınlanan bilimsel makalelerin WoS boyutunda sadece on yıl geriye



gidebiliyor olması bu durumu ispat eder niteliktedir.

Yeni gelişen bir kavram olması ile birlikte 2011-2022 yılları arasında sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında toplamda 77 bilimsel yayına ulaşılmaktadır. Bilimsel yayınlar türü açısından incelendiğinde toplamda 54 makale türünde olduğu görülmektedir. Bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımları incelendiğinde 2013 yılında artış olduğu takip eden yıllarda ise düşüş görüldüğü ancak 2019 yılı itibarıyla istikrar kazandığı tespit edilmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yayınlanan bilimsel makaleler anahtar kelimenin sıklıkla turizm olgusu üzerinde şekillendiği bununla birlikte yerel yemek, mutfak turizmi, deneyim gibi anahtar kelimeler kapsamında incelendiği görülmektedir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları incelendiğinde turizm kavramı ile birlikte işletmecilik kavramının konu edinildiği, bununla birlikte mutfak kültürü kavramı ile deneyim kavramının çoğunlukla birlikte incelendiği tespit edilmektedir. Yerel yemek kavramının ise daha çok tüketim, çekicilik gibi kavramlarla birlikte incelendiği görülmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yayınlanan bilimsel makalelerin "Tourism Management" ve "Sustainability" dergilerde sıklıkla atıf alma durumunun gerçekleştiği tespit edilmektedir. Dergilerin birlikte atıf alma durumları incelendiğinde ise toplamda üç kümenin olduğu "Annals Tourism Research", "Tourism Management" ve "International Journal of Hospitality Management" dergileri bahsi geçen üç kümedeki en büyük düğüm büyüklüğüne ve birbirine yakınlığı durumlarına göre ortaya çıkmaktadır. Diğer ifadeyle sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların yayımlandığı dergilerin düğüm büyüklüğü ve dergilerin birbirilerine yakınlığı, ortak atıf alma dağılımına göre şekillenmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi kapsamında yayınlanan bilimsel makalelerin yazarlarının atıf alma durumu incelendiğinde 3 yazarın (Diaconescu, D.M; Moraru, R.; Stanculescu, G.) 2'şer atıf aldığı tespit edilmektedir. Söz konusu yazarların atıf alma durumunun görece düşük olmasının nedeninin sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı ile ilgili çalışmaların azlığı ve güncel bir olgu olduğu düşünülmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların ülkeler açısından dağılımları incelendiğinde İtalya, İspanya, İsveç ve Ekvador ülkelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle İtalya yemek kültürü, bunun sürdürülebilirliği ve turizm açısından bir değer olarak görülmesi ülkedeki yazarları bu alanda bilimsel çalışma yapmaya yönlendirmiş olduğu düşünülebilir. Dergi, ülke ve anahtar kelime bağlamında yayınlanan çalışmaların birbiri ile incelendiğinde İtalya, İspanya gibi ülkelerde araştırma konusu ile ilgili yayınların sıklıkla gerçekleştiği, "Sustainability" dergisinde çoğunlukla yayınların basıldığı ve gastronomi, turizm ve sürdürülebilirlik bağlamında ağırlıkla anahtar kelime olarak

kullanıldığı görülmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramının bilimsel yayınlar ışında mevcut durumunun ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen çalışmada çeşitli kısıtlar bulunmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili yayınlanan bilimsel makaleler WoS veri tarama platformu üzerinden incelenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın en önemli kısıtlarından birini oluşturmaktadır. Ancak Scopus veri tarama platformu üzerinden çalışma konusunun bibliyometrik analiz aracılığı ile incelenmesi ve bu açıdan kıyaslamalar yaparak kapsamlı bir değerlendirme yapılmasını da mümkün kılmaktadır. Çalışmada incelenen makaleler sadece İngilizce dilinde olanların incelenmiş olması çalışma için bir kısıt oluştururken çalışma konusu kapsamında bütün diller boyutunda inceleme gerçekleştirilmesi sürdürülebilir gastronomi turizmi çalışmalarına farklı bir boyut ve bakış açısı kazandırabilir.

## KAYNAKÇA

Ahmi, A. (2022). *Bibliometric Analysis using R for Non-Coders: A practical handbook in conducting*

- bibliometric analysis studies using Biblioshiny for Bibliometrix R package.* Malazia: Aidi
- Arman, A. ve Şahin Ören, T. (2020). Anadolu Mutfak Kültürünün Unutulmaya Yüz Tutmuş Mısır Unu Bazlı Yemek Örnekleri, (Editör) Küçüktığılı M. S., Seçim Y., Adabalı M. M., Yılmaz M.: Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler içinde (ss.1-18) Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Bakır, M., Özdemir, E., Akan, Ş., ve Atalık, Ö. (2022). A bibliometric analysis of airport service quality. *Journal of Air Transport Management*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2022.102273>
- Bashir, A., Singh, R., ve S., S. P. (2022). Mapping the Foundation and Trends in Tourism Research: A Bibliometric Review of Literature in Tourism. *An International Interdisciplinary Journal. Tourism*, 70(3), 480–492. <https://doi.org/10.37741/t.70.3.10>
- Bastenegar, M. (2020). From Gastronomy Tourism to Creative and Sustainable Tourism of Gastronomy Case Study: 30 Tir Street Food in Tehran. *Mazhar-The Scientific Journal of Landscape*, 14(49), 24-33.
- Borgman, C.L., ve Furner, J. (2002). Scholarly Communication and Bibliometrics. In B. Cronin (Ed.), *Annual Review of Information Science and Technology*, Medford, NJ: Information Today, 36, 3-72.
- Carvache-Franco, M., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, W., Carmen Lapo, M. del, ve Carvache-Franco, O. (2022). Gastronomy Motivations as Predictors of Satisfaction at Coastal Destinations. *Sustainability*, 14(18), 11437. <http://dx.doi.org/10.3390/su141811437>
- Cetin, M., Long, B., ve Gottlieb, M. (2022). A 10-year bibliometric analysis of publications in emergency medicine. *American Journal of Emergency Medicine*, 58, 215–222. <https://doi.org/10.1016/j.ajem.2022.06.016>
- Chellappandi, P., ve Vijayakumari C.S. (2018). Bibliometrics, Scientometrics, Webometrics/ Cybermetrics, Informetrics and Altmetrics - An Emerging Field in Library and Information Science Research. *Shanlax International Journal of Education*, 7(1), 5–8.
- Chiattonne, M. (2013). Wine tourism: attractiveness and tool for sustainable regional development. *Rosa dos Ventos*, 5(4), 616-634.
- Cooper I.D. (2015). Bibliometrics basics. *J Med Libr Assoc.* 103(4), 217-8. doi: 10.3163/1536-5050.103.4.013.
- Diaconescu, D. M., Moraru, R., ve Stănculescu, G. (2016). Considerations on gastronomic tourism as a component of sustainable local development. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(Special Issue No. 10), 999-1014.
- Folgado-Fernández, J. A., Campón-Cerro, A. M., ve Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*, 5(10), e02653.
- Harrer, M., Danzer, J., Aschemann, R., ve Hölbling, S. (2021). Low carbon diet: Integrating gastronomy service emissions into the carbon management of the university of graz. *Sustainability (Switzerland)*, 13(24) doi:10.3390/su132413680
- Ingale, K. K., ve Paluri, R. A. (2020). Financial literacy and financial behaviour: a bibliometric analysis. *Review of Behavioral Finance*, 14(1), 130–154. <https://doi.org/10.1108/RBF-06-2020-0141>
- Jiménez-Beltrán, F., López-Guzmán, T., ve González Santa Cruz, F. (2016). Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture. *Sustainability*, 8(5), 418. <http://dx.doi.org/10.3390/su8050418>
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic tourism— A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100-139. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100139>.
- Landa, C. A. (2018). Nearby food and gastronomy: A rising value? [Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza?] *Nutricion Hospitalaria*, 35(4), 44-48. doi:10.20960/NH.2124
- Legrand, W., Hindley, C., ve Laeis, G. C. (2020). Food biodiversity, local sourcing and consumers: Gastronomy as a critical interface. *Biodiversity, food and nutrition: A new agenda for sustainable food systems* (pp. 221-235) doi:10.4324/9780429030574-8
- Mutlu, Ç. (2020). Somut olmayan kültürel miras kapsamında yöresel yemek kültürü: Çırakma örneği. İçinde T. Kabakçı, Y. Seçim, S. Bayrakçı ve A. Kaya (Editör). *Akademik Gastronomi Çalışmaları* (38-53). Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Mutlu, Ç. (2022). Unutulmaya yüz tutmuş yerel yemek kültürü: Cide Elma Pekmezi Reçeli örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (3), 1604-1621. <https://doi.org/10.21325/>

jotags.2022.1058

- Nazari, M. T., Mazutti, J., Basso, L. G., Colla, L. M., ve Brandli, L. (2021). Biofuels and their connections with the sustainable development goals: a bibliometric and systematic review. *Environment, Development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustainable Development*, 23(8), 11139–11156. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-01110-4>
- Niedbala, G., Jeczmyk, A., Steppa, R., ve Uglis, J. (2020). Linking of traditional food and tourism. the best pork of wielkopolska-culinary tourist trail: A case study. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13) doi:10.3390/su12135344
- Niknejad, N., Nazari, B., Foroutani, S., ve Hussin, A. R. bin C. (2022). A bibliometric analysis of green technologies applied to water and wastewater treatment. *Environmental Science and Pollution Research*, 1–15. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-18705-1>
- Pramezwar, A., Lemy, D. M., Juliana, Sitorus, N. B., Masatip, A., Dalimunthe, F. I. ve Yanti, D. (2022). Sustainability gastronomy tourism in medan city. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(3), 875-883. doi:10.18280/ijstdp.170317
- Richardson, L., ve Fernqvist, F. (2022). Transforming the food system through sustainable gastronomy - how chefs engage with food democracy. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition*, doi:10.1080/19320248.2022.2059428
- Rinaldi, C., Cavicchi, A., ve Robinson, R. N. S. (2022). University contributions to co-creating sustainable tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9), 2144-2166. doi:10.1080/09669582.2020.1797056
- Rodríguez, M. S., Ortega Alvarez, A. M., ve Arango-Vasquez, L. (2022). Worldwide trends in the scientific production on soccer players market value, a bibliometric analysis using bibliometrix R-tool. *Team Performance Management: An International Journal*, 28(5/6), 415–440. <https://doi.org/10.1108/TPM-02-2022-0015>.
- Singh, R., Singh, A. K., ve PS, S. (2022). Journal of human resources in hospitality and tourism: a bibliometric overview. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 21(3), 441–462. <https://doi.org/10.1080/15332845.2022.2064184>
- Subochev, A., Aleskerov, F., ve Pislyakov, V. (2018). Ranking journals using social choice theory methods: A novel approach in bibliometrics, *Journal of Informetrics*, 12(2), 416-429.
- Şahin Ören, T. ve Ören, V.Ö. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında sürdürülebilirlik: Ebem köftesi örneği, *Turkish Studies Social Science*, 14(1), 151-162.
- Şahin Ören, T., & Ören, V. E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sürdürülebilir Bir Değer: Paklo Örneği ve Reçete Uygulaması. Editör) İmik Tanyıldızı, N, 135-146.
- Şahin Ören, T., Arman, A. ve Erdem, Ö. (2021). Anadolu Mutfak Kültüründe Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Bulgur ve Bulgur Yemekleri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1961-1981.
- Teiuşan, S.-C., ve Deaconu, S.-C. (2021). A Bibliometric Analysis for Global Research Trends on Digital Economy. *Revista Economica*, 73, 312–336.
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., ve Migliore, G. (2019). Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption—Understanding Italian Tourists' Motivations. *Sustainability*, 11(17), 4588. <http://dx.doi.org/10.3390/su11174588>
- Vargas, B. K., Fabricio, M. F., ve Záchia Ayub, M. A. (2021). Health effects and probiotic and prebiotic potential of Kombucha: A bibliometric and systematic review. *Food Bioscience*, 44(Part A). <https://doi.org/10.1016/j.fbio.2021.101332>
- Vázquez-Martínez, U. J., Sanchís-Pedregosa, C., ve Leal-Rodríguez, A. L. (2019). Is Gastronomy A Relevant Factor for Sustainable Tourism? An Empirical Analysis of Spain Country Brand. *Sustainability*, 11(9), 2696. <http://dx.doi.org/10.3390/su11092696>
- Verma, P., Kumari, T., ve Raghubanshi, A. S. (2021). Energy emissions, consumption and impact of urban households: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 147. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111210>
- Wang, X., Xu, Z., Qin, Y., ve Skare, M. (2021). Foreign direct investment and economic growth: a dynamic study of measurement approaches and results. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2021.1952090>



## 10. BÖLÜM

### YEME DAVRANIŞI ÜZERİNE YAPILAN ÇALIŞMALARIN BIBLİYOMETRİK ANALİZİ

Veli Erdinç ÖREN<sup>1</sup>

#### GİRİŞ

Günümüzde yemek, sadece insanların karnını doyurup yaşamlarını devam ettirebilmek için gerekli olan fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkarak, sosyal bir ihtiyaç haline gelmektedir. İnsanlar artık yemek olayını deneyimlemek, özel yiyecekler tatmak, belli bir yöreye ait yiyeceği tatmak, deneyimlemek, kültürünü öğrenmek ya da bir aşçı tarafından hazırlanmış yemeği tüketmek isteği ve ihtiyacı duymaktadır. İnsanların bu isteklerinin artması sonucunda yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe, son yıllarda destinasyonların çekicilik unsuru olarak yemek kültürlerini ön plana çıkardıkları görülmektedir. Bu bağlamda destinasyonlar yemek kültürlerini pazarlayarak yeni bir turistik ürün oluşturmaktadırlar. Sadece fizyolojik ihtiyaç olarak yemek tüketmek değil, farklı yemek kültürlerini öğrenmek, deneyimlemek için seyahat edenlerin sayısının artması gastronomi turizminin önemini ortaya koymaktadır. Destinasyonlar, insanların yeme davranışlarını dikkate alarak rekabet piyasasında etkili bir fark yaratabilmek için gastronomi turizmi kapsamında çeşitli faaliyetler düzenleyerek insanlara fırsatlar sunmaktadır. TÜRSAB'ın “*Gastronomi Turizmi Raporu*” na göre turistlerin % 88'i destinasyonu seçerken yemeğin çok önemli olduğunu belirtmektedir. Ayrıca turistlerin toplam harcamalarının % 30'luk payını yeme-içme için harcadıkları tespit edilmektedir (TÜRSAB Gastronomi Raporu, 2014).

Gastronomi turizmi kapsamında turistler için yöresel lezzetlerin çekiciliğinin yanı sıra etkinliklerin düzenlenmesi ve turistlere deneyimleme fırsatının verilmesi

<sup>1</sup> Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Banaz MYO, ORCID ID: 0000-0002-7614-644X, erdinc.oren@usak.edu.tr

destinasyon seçiminde ayrıcalık yaratmaktadır. Bu nedenle insanların yeme davranışlarının anlaşılması sonucu destinasyonların, gastronomi turizmi faaliyetlerini geliştirmesine yardımcı olacak stratejik plan yapmalarını sağlayacaktır. Bu durum da destinasyonlar için rekabet avantajı oluşmasına neden olacaktır. Buradan hareketle insanların yeme davranışları üzerine yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

### **Yazın Taraması**

İnsanların öz sunum davranışı olarak yemek deneyimlerini sosyal medyadan paylaşmasının algılanan zevk üzerinde olumlu etki yarattığı görülmektedir. Bu nedenle destinasyonlar veya işletmeler insanların sosyal medyadaki paylaşımlarını dikkate almalıdır. Tüketicilerin kişisel deneyimlerini markalarıyla ilişkilendirerek pazarlama aracı olarak kullanmaları destinasyon ve işletmeler için fayda sağlayacaktır. İşletmeler, yemek fiyatı, restoran hizmeti, yemek estetiği ve tüketicilerin duyguları ile şekillendirilen, arzu edilen deneysel bir ortam yaratmaya çalışmalı ve yemek yiyenlerin bu uyarıları sosyal medya kaynaklarından paylaşmasına sağlamalıdır (Bingna vd., 2022). Ayrıca gastronomi turizminde önemli bir turistik ürün olarak görülen yöresel yiyecekler kapsamında turistlerin tüketim niyetlerinin nasıl etkilendiği araştırılmış ve pozitif bir etki yarattığı tespit edilmiştir. Destinasyonlar, destinasyonun yenilenemeyen sınırlı kaynaklarına daha fazla odaklanarak daha duygusal reklam içeriği hazırlamalı ve böylece, turistlerin destinasyonlara karşı sorumluluk duygusunu artırarak yöresel yiyecekleri tüketim niyetlerinde gelişmeyi teşvik etmelidir. Ayrıca yerel restoranların yöresel yiyeceklere odaklanarak yenilikçi ürünler geliştirmelerini sağlayacaktır (Balıkçioğlu Dedeoğlu vd., 2022).

Gastronomi turistlerinin taleplerini ve memnuniyetlerini etkileyen motivasyon kaynakları kültürel, fiziksel ve sosyal olmak üzere üç boyutta incelenmiştir. Turistlerin memnuniyetini artıran ana boyutun deneyimleme odaklı fiziksel motivasyon olduğu ve bunu sosyal motivasyonun takip ettiği tespit edilmiştir (Carvache-Franco vd., 2022). İnsanlar bir yiyeceği sadece yemek için değil, üretim sürecini deneyimlemek için seyahat etmektedir. Bu durum pandemi sonrası daha da önemli hale gelmiştir. Bu nedenle bu amaçla gelen turistlerin profil analizi yapılarak destinasyonu temsil edecek bir gastronomik ürün yaratılması ve özellikle uluslararası pazarda bu ürünlerin satılmasıyla gastronomik markanın oluşturulabileceği önerilmektedir (Dancausa Millán ve Millán Vázquez de la Torre, 2022).

Turistlerin popüler turistik cazibe merkezine yönelik davranış ve tutumlarını etkileyen değişkenler incelendiğinde gastronomi motivasyonu, destinasyon seçimini ve gastronomi deneyimi de turistlerin memnuniyetini etkilediği görülmektedir. Spesifik olarak turistler, destinasyondan ve yerel yiyeceklerden memnun kaldıktan sonra gastronomi deneyimlerine yoğun bir ilgi göstermekte ve destinasyona karşı sadakat geliştirmektedir (Ullah vd., 2022). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe destinasyonlar çekim merkezi haline gelebilmek için ellerindeki

kaynakları etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Destinasyonlara özgü gastronomik unsurların turistlere sunulması farklılaşma yaratarak rekabetin anahtarı olabilmektedir (Mazan, 2022). Son yıllarda gastronominin, insanları seyahate yönelten önemli bir motivasyon olduğu görülmektedir. Örneğin şarap temalı gastronomi deneyiminin turistler için önemli bir motivasyon olduğu, turistlerin harcamalarını artırıcı bir etki sağladığı bilinmektedir. Ayrıca şarap süreçlerinin turistler tarafından deneyimlenmesi destinasyonla bağ kurmasını sağlayan etkin bir turistik ürün olarak görülmekle beraber destinasyonun imajını ve marka değerini olumlu etkilemektedir (Şahin Ören, 2022). Görüldüğü üzere gastronomi, insanları turizme yönelten önemli bir motivasyon kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Destinasyonların da insanların yeme davranışlarını dikkate alarak etkin bir turistik ürün oluşturması rekabet piyasasında sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda insanların yeme davranışları üzerine yapılan bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmaların kapsamlı olarak değerlendirilmesi alan yazına katkı sağlayacak ve alan yazındaki bu eksikliği giderecektir.

## Yöntem

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makalelerin bibliyometrik analizi aracılığıyla incelemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada veri toplamak için Web of Science (WoS) veri tabanı kullanılmaktadır. Bahsi geçen veri tabanı üzerinden “yemek davranışı” kapsamında gerçekleştirilen bilimsel yayınlara ilişkin çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. WoS veri tabanında öncelikli olarak “food behaviour” olgu ile tarama yaparak çalışmanın amacına yönelik veriler elde edilmek hedeflenmiştir. Dil ve doküman türü kısıtı getirilmeden önce elde edilen “food behaviour” ile ilgili 1992-2022 yılları arasında olmak üzere toplamda 233 bilimsel yayına ulaşılmıştır. Bibliyometrik analizi yapmak amacıyla bu çalışmada R yazılımı kullanılmıştır. Bibliometrix paketi üzerinde veriler analiz edilmeden önce dil kısıtı (sadece İngilizce) ve doküman türü (makale) kısıtı getirilerek arama tarama yapılmıştır. Sonuç olarak 1992-2022 yılları arasında yayımlanan, 92 farklı kaynak ve 604 yazardan oluşan toplamda 171 bilimsel makale analize tabi tutulmuştur. Çalışma amacına ulaşabilmek amacıyla araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir;

1. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel çalışmalara yönelik genel bilgiler nelerdir?
2. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?
3. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı, anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımı ne şekildedir ve anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları nasıl görünmektedir?



4. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerde atıf alma durumları, dergilerde yıllara göre üretim miktarları ne şekilde sıralanmaktadır ve dergi birlikte atıf ağı nasıl görünmektedir?
5. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerin yazarlarına ilişkin atıf alma durumu ne şekildedir ve ortak atıf ağı nasıl görünmektedir?
6. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerin yayınlandığı ülkelere ilişkin dağılım ne şekildedir?
7. WoS veri tabanında yeme davranışı konusu kapsamında yayımlanmış bilimsel makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri ne şekildedir?

### Bulgular ve Yorum

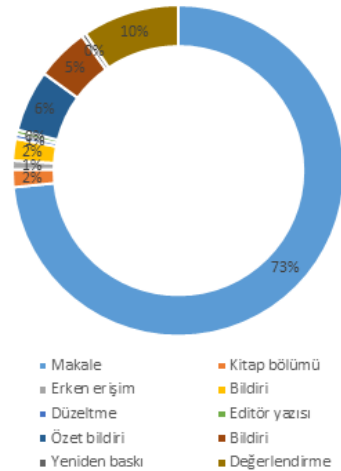
Yeme davranışı ile ilgili yapılan bibliyometrik analiz sonucunda araştırma sorularına yönelik elde edilen bulgular sırasıyla aşağıdaki gibi verilmektedir.

### Yeme davranışı Çalışmalarının Genel Durumu

Tablo 1’de yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel çalışmaların genel durumu hakkında bilgiler verilmektedir. Şekil 1’de ise yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel çalışmaların doküman türlerine ilişkin bilgiler pasta dilimi aracılığı ile gösterilmektedir.

Tablo 1: Genel Bilgiler

Tanım	Sonuçlar
<b>VERİ HAKKINDA ANA BİLGİLER</b>	
Zaman aralığı	1992:2022
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vb.)	144
Belgeler	233
Yıllık büyüme oranı%	10,11
Belge Ortalama Yaşı	8,48
Doküman başına ortalama alıntı	24
Referanslar	10831
<b>BELGE İÇERİĞİ</b>	
Anahtar Kelimeler Artı (Kimlik)	866
Yazarın Anahtar Kelimeleri (DE)	821
<b>YAZARLAR</b>	
Yazarlar	818
Tek yazarlı dokümanların yazarları	25
<b>YAZARLAR İŞBİRLİĞİ</b>	
Tek yazarlı dokümanlar	28
Doküman için Ortak Yazarlar	3,86



Şekil 1: Doküman Türleri

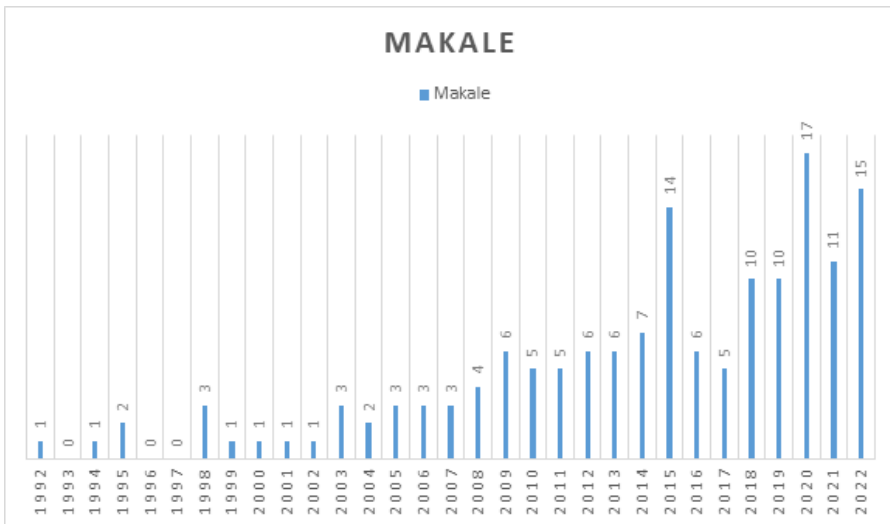
Uluslararası ortak yazarlar%	19,74
<b>DOKÜMAN TÜRLERİ</b>	
Makale	171
Kitap bölümü	4
Erken erişim	2
Bildiri	5
Düzeltilme	1
Editör yazısı	1
Özet bildiri	14
Bildiri	12
Yeniden baskı	1
Değerlendirme	22

Tablo 1'e göre yeme davranışı ile ilgili bilimsel çalışmaların 1992 yılı itibariyle yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel çalışmalar 1992 ile 2022 yılları arasında olduğu tespit edilmektedir. Yirmi yıllık bir süreç içerisinde yeme davranışı ile ilgili toplamda 233 bilimsel çalışma gerçekleştirildiği, bunların 171'inin ise bilimsel makale türünde olduğu görülmektedir. Yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel çalışmaların yıllık büyüme oranı % 10,11 olduğu bununla birlikte gerçekleştirilen çalışmaların ortalama atıf oranının 24 olduğu görülmektedir. Doküman türleri açısından ağırlıklı olarak makale türünde iken değerlendirme, özet bildiri ve tam metin bildirinin de yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel çalışmalar arasında olduğu tespit edilmektedir.

### Yeme Davranışı Bilimsel Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Yeme davranışı kapsamında yayınlanan bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımı Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Bilimsel Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı



Tablo 2’de yeme davranışı üzerine bilimsel makalelerin 1992 de yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Yeme davranışı üzerine bilimsel makale türünde en çok yayının 2020 yılında yapıldığı görülmektedir. 1992 yılından 2022 yılına doğru yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makale türlerinin giderek arttığı tespit edilmektedir.

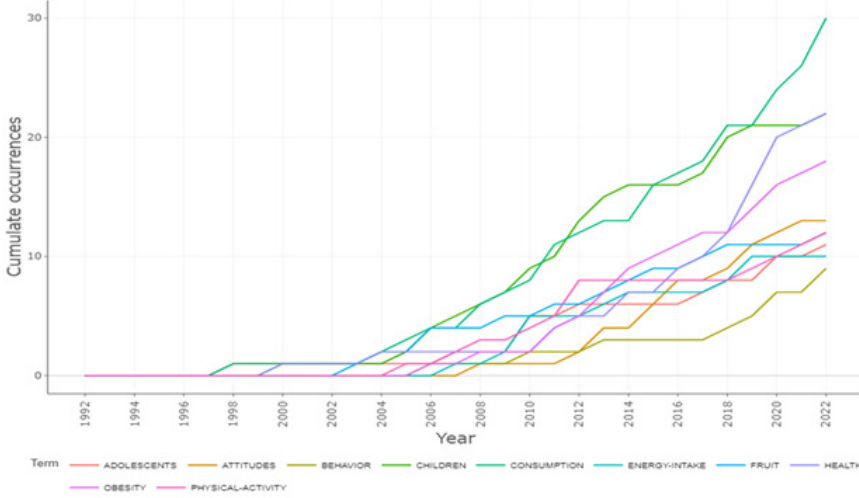
### **Yeme Davranışı Bilimsel Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimelerin Dağılımı, Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Kullanımı ve Anahtar Kelimelerin Birlikte Oluşum Ağları**

Yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makalelerin kapsamının diğer ifadeyle odak noktalarının ne olduğunun daha net anlaşılabilmesi amacıyla kelime bulutu oluşturulmuştur.



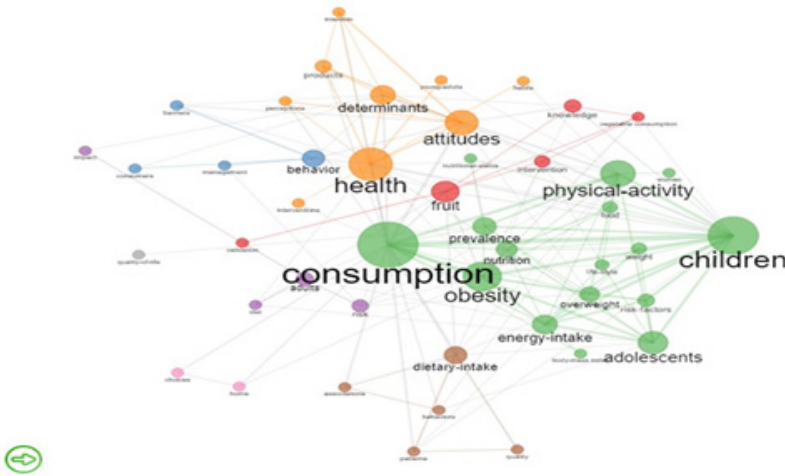
Şekil 2: Anahtar Kelime Bulutu

Yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makalelerin anahtar kelimelerinin incelendiği Şekil 2’ye göre en sık kullanılan anahtar kelimenin “children” ve “health” olduğu tespit edilmektedir. Adı geçen anahtar kelimeleri “obesity”, “attitudes”, “fruit”, “physical-activity” ve “adolescents” takip etmektedir.



Şekil 3: Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 3'te yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. Buna göre “behavior”, “children”, “health” ve “obesity” anahtar kelimelerinin son yıllarda kullanımının arttığı gözlemlenmektedir.



Şekil 4: Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı

Şekil 4'de yeme davranışı üzerine yayınlanan bilimsel makalelerde kullanılan anahtar kelimelere ilişkin birlikte oluşum ağı gösterilmektedir. buna göre anahtar kelimelerin 6 farklı küme oluşturduğu tespit edilmektedir. “consumption”, “children”, “obesity” ve “physical-activity” anahtar kelimelerinin birlikte oluşum sergilediği, “health”, “attitudes” ve “determinants” anahtar kelimelerinin birlikte kullanıldığı görülmektedir.

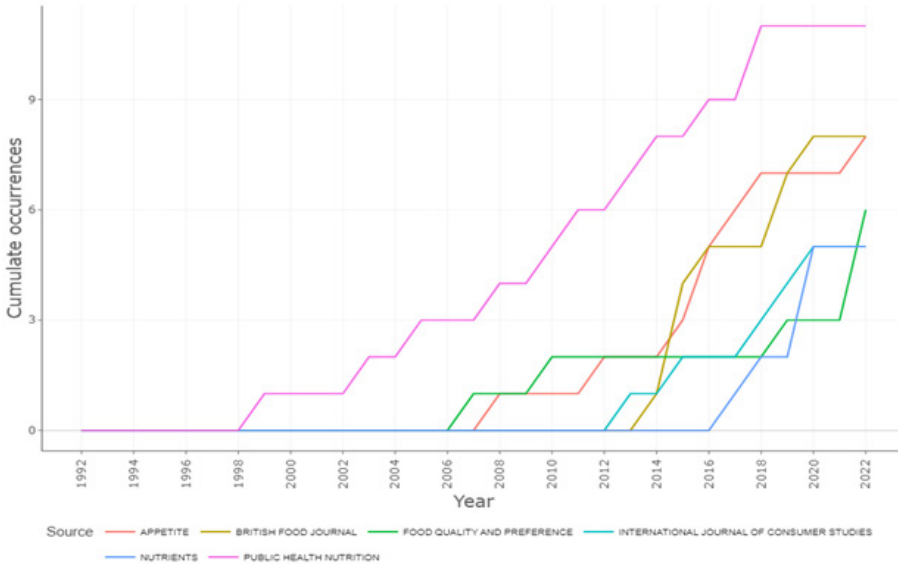
## Yeme Davranışı Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Dergilerde Atıf Alma Durumları, Dergilerde Yıllara Göre Üretim Miktarı Dağılımı ve Dergi Birlikte Atıf Ağı

**Tablo 3:** Dergilerde Atıf Alma Durumu

Dergi	Atıf Sayısı
Appetite	338
J Am Diet Assoc	147
Food Qual Prefer	126
Am J Clin Nutr	124
Public Health Nutr	123
Brit Food J	87
J Nutr Educ Behav	70
Physiol Behav	64
Eur J Clin Nutr	59
J Clean Prod	54

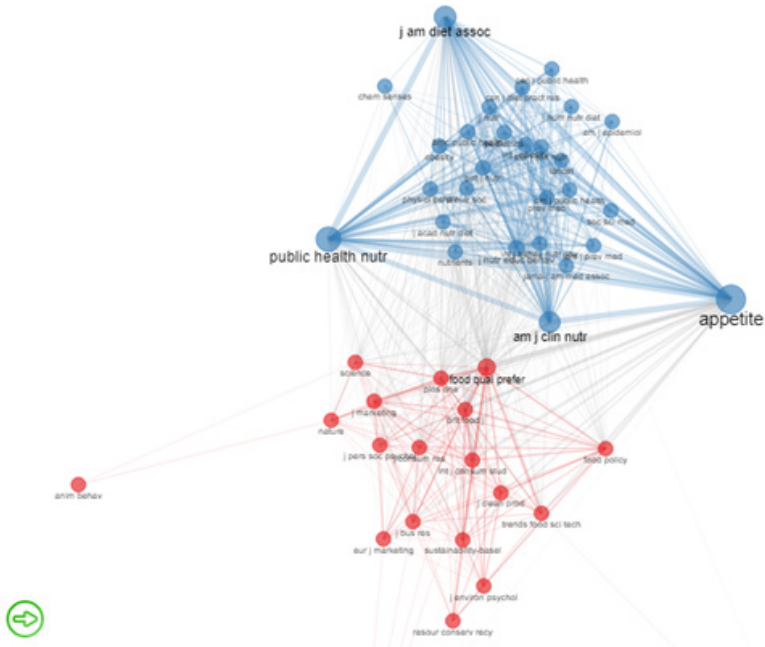
Yeme davranışı kapsamında bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerde atıf alma durumları Tablo 2’de incelenmektedir. Tablo 3’te yeme davranışı üzerine yayın yapılan ilk 10 dergi gösterilmektedir. Buna göre yeme davranışı üzerine yayınlanan makalelerde en çok atıf alan derginin “Appetite” olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla “J Am Diet Assoc”, “Food Qual Prefer”, “Am J Clin Nutr” ve “Public Health Nutr” dergileri takip etmektedir.

Şekil 5’te ise yeme davranışı bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin yıllık üretim dağılımları incelenmektedir.



**Şekil 5:** Dergilerin Yıllık Üretim Dağılımları

Şekil 5’te yeme davranışı bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin yıllık üretim dağılımları incelenmektedir. 1998 yılı itibariyle istikrarlı bir şekilde artış gösteren “Public Health Nutrition” dergisi olduğu görülmektedir. “Appetite” dergisi yeme davranışı ile ilgili bilimsel makale ilk olarak 2007 yılında yayınlamaya başladığı tespit edilmektedir.



Şekil 6: Dergi Birlikte Atıf

Yeme davranışı kapsamında bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atıf ağına ilişkin görsel Şekil 6'da gösterilmektedir. Bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin atıf ağları incelendiğinde 2 kümeden oluştuğu görülmektedir. 1. Küme (Kırmızı) ve 2. Küme (Mavi) düğüm büyüklüklerinin oldukça büyük olduğu görülmektedir.

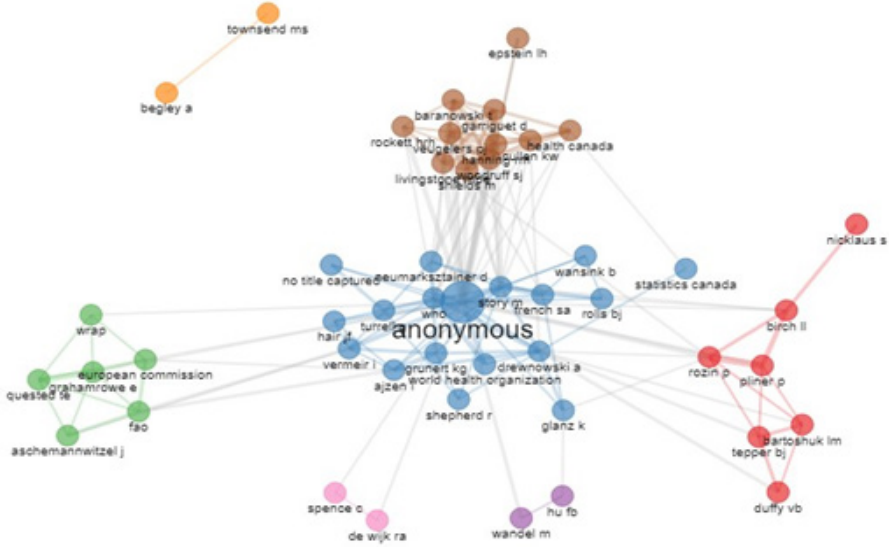
### Yeme Davranışı Yayınlanmış Bilimsel Makalelerin Yazarlarına İlişkin Atıf Alma Durumu ve Ortak Atıf Ağı

Yeme davranışı ile ilgili bilimsel makale yayınlarken alan yazına katkı sağlayan ilk 10 yazar ve atıf alma durumları Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 4: Yazar Atıf Alma Durumu

Yazar	Atıf Sayısı
Hanning RM	16
Woodruff SJ	9
Blashill L	7
Driezen P	7
Royall D	7
Toews JE	7
Wegener J	7
Lambraki I	6
Mccargar L	6
Storey KE	6

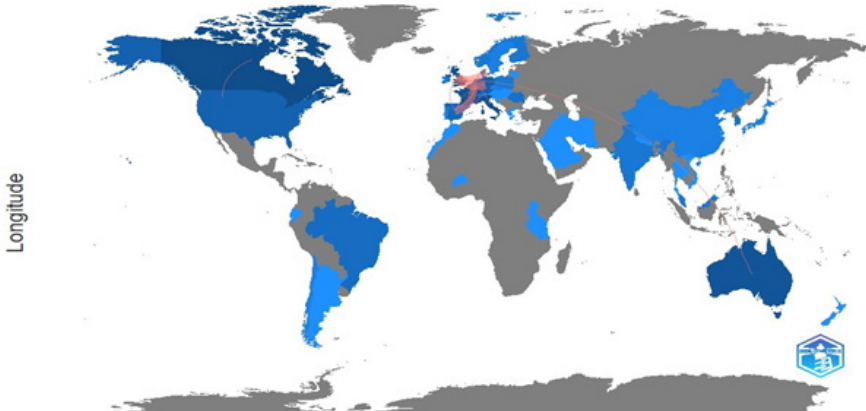
Tablo 4'e göre yeme davranışı ile ilgili bilimsel makalesi en fazla atıf alan yazar "Hanning, R.M." olduğu görülmektedir. Hanning'i "Woodruff, S.J." ve "Blashill, L." Takip etmektedir. Şekil 7'de yazar birlikte atıf ağı incelenmektedir.



Şekil 7: Yazar Birlikte Atıf Ağı

Şekil 7'de bilimsel makalelerin yazarlarına ilişkin yazar birlikte atıf ağı gösterilmektedir. Buna göre yazar birlikte atıf ağı 7 kümeden oluşmaktadır. 1. Kümede (Kahverengi) Shields, M., Epstein, I.H. ve Rockett, H.R.H. gibi yazarlar ön plana çıkmaktadır. 2. Kümede (Mavi) Shepherd, R., Hair, J.F., 3. Kümede (Kırmızı) ise Nicklaus, S., Duffy, V.B. yazarların ön planda olduğu görülmektedir. 4. Küme (Yeşil), 5. Küme (Turuncu), 6. Küme (Pembe) ve 7. Küme (Mor) ise yazar birlikte atıf ağında güçsüz düğüm yapısına sahip olduğu tespit edilmektedir.

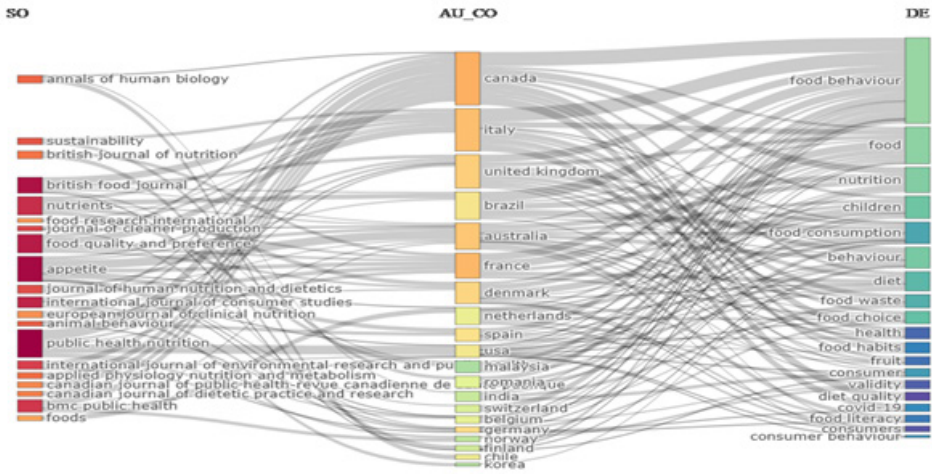
### Yeme Davranışı Bilimsel Makalelerin Yayınlandığı Ükelere İlişkin Dağılım



Şekil 8: Ükelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Şekil 8’de ülkelere göre bilimsel üretim dağılımı gösterilmektedir. Diğer ifadeyle yeme davranışı bilimsel makalelerin ülkeler açısından nasıl bir dağılım izlediğine ilişkin görsel verilmektedir. Buna göre yeme davranışı ile ilgili bilimsel makale üretimi yapan ülkeler arasında Avustralya, Fransa, Almanya, İtalya şeklinde ülkelere göre bilimsel dağılım görülmektedir.

### Yeme Davranışı Bilimsel Makalelerin Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime İlişki Durumu



Şekil 9: Dergi, Ülke ve Anahtar Kelime Üçlü Alan Grafiği

Yeme davranışı kapsamında yayınlanan bilimsel makaleler, dergi, ülke ve anahtar kelimeler anlamında oluşturulan üçlü alan grafiği Şekil 9’da incelenmektedir. Buna göre yazarların ülke bilgileri orta alanda, dergi bilgileri sol alanda ve anahtar kelimelerine ilişkin bilgi ise sağ alanda verilmektedir. “Appetite” dergisinde yeme davranışı kapsamında yayınlanan bilimsel makaleler sıklıkla yayınlandığı, bununla birlikte “food behavior”, “food” ve “nutrition” anahtar kelimelerinin ağırlıklı kullanıldığı görülmektedir. Yeme davranışı üzerine yayın yapan yazarların ağırlıklı olarak Kanada, İtalya ve İngiltereden olduğu tespit edilmektedir.

### SONUÇ VE TARTIŞMA

Yeme davranışı ile ilgili bilimsel nitelikte yayınların genel durumunu ortaya koyabilmek amacıyla yapılan çalışmada çeşitli sonuçlara ulaşılmaktadır. Yeme davranışı ile ilgili uluslararası bilimsel nitelikte çalışmaların 1992 yılı itibarıyla başladığı görülmektedir. Yeme davranışı ile ilgili bilimsel nitelikteki çalışmalar bütüncül olarak incelendiğinde 233 bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır. Bilimsel yayınlar türü açısından incelendiğinde toplamda 171 makale türünde olduğu görülmektedir. Bilimsel makalelerin yıllara göre dağılımları incelendiğinde 2015, 2020 ve 2022 yıllarında artış olduğu diğer yıllarda ise istikrarını koruduğu görülmektedir.



Yeme davranışı kapsamında yayınlanan çalışmalarda çocuk, sağlık ve obezite kavramlarının sıklıkla incelendiği tespit edilmektedir. Adı geçen anahtar kelimeler yıllara göre incelendiğinde son dönemlerde “davranış” anahtar kelimesinde yeme davranışı bilimsel makalelerine eklendiği görülmektedir.

Yeme davranışı ile ilgili bilimsel makalelerin yayınlandığı dergilerin atıf alma durumları incelendiğinde “Appetite” dergisinin ilk sırada yer aldığı tespit edilmektedir. Bununla birlikte dergilerin yıllık üretim dağılımları incelendiğinde “Appetite” dergisinin ikinci sırada, 1998 yılından itibaren “Public Health Nutrition” dergisinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bahsi geçen bu iki derginin birliktelik ağı içerisinde aynı küme bulunduğu görülmektedir. Yeme davranışı ile ilgili bilimsel makale yayımlayan yazarları atıf alma durumları incelendiğinde ise en çok atıfı, Hanning, R.M.’nin aldığı tespit edilmektedir. Yazar birliktelik ağı ise 7 farklı küme oluşturduğu görülmektedir. Yeme davranışı üzerine bilimsel makaleler ülke bazında incelendiğinde “Avusturalya, Fransa, Almanya, İtalya” ilk sıralarda yer almaktadır. Yeme davranışı kapsamında bilimsel makalelerin ülke, dergi ve anahtar kelime bazında incelenmesi sonucunda en sık “Appetite” ve “Public Health Nutrition” dergilerinde yayınlandığı, yazarların ağırlıklı Kanada, İtalya, İngiltere kökenli olduğu, en sık yeme davranışı, yemek, besin içerikleri anahtar kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Balıkçioğlu Dedeoğlu, S., Eren, D., Sahin Percin, N., & Aydın, Ş. (2022). Do tourists' responsible behaviors shape their local food consumption intentions? an examination via the theory of planned behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(12), 4539-4561. doi:10.1108/IJCHM-05-2021-0579.
- Carvache-Franco, M., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, W., Carmen Lapo, M. D., & Carvache-Franco, O. (2022). Gastronomy motivations as predictors of satisfaction at coastal destinations. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18) doi:10.3390/su141811437.
- Dancausa Millán, M. G., & Millán Vázquez de la Torre, M.G. (2022). Quality food products as a tourist attraction in the province of Córdoba (Spain). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19) doi:10.3390/ijerph191912754.
- Lin, B., Fu, X., & Lu, L. (2022). Foodstagramming as a self-presentational behavior: Perspectives of tourists and residents. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(12), 4686-4707. doi:10.1108/IJCHM-01-2022-0042.
- Mazan, İ. (2022). Gastronomi turları, Gastro-Turistler ve Turist beklentileri: Sistematik bir derleme. Gastronomide Sistematik Araştırmalar. Editörler: Dr. Öğr. Üyesi Adem Arman, Öğr. Gör. Özkan Erdem. Oğlak Yayınları, İstanbul.
- Şahin Ören, T. (2022). Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine sistematik bir araştırma. Gastronomide Sistematik Araştırmalar. Editörler: Dr. Öğr. Üyesi Adem Arman, Öğr. Gör. Özkan Erdem. Oğlak Yayınları, İstanbul.
- TÜRSAB Gastronomi Raporu. (2014). [http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu\\_12302\\_3531549.Pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf), (E.T: 16.09.2022).
- Ullah, N., Khan, J., Saeed, I., Zada, S., Xin, S., Kang, Z., & Hu, Y. (2022). Gastronomic tourism and tourist motivation: Exploring northern areas of Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13) doi:10.3390/ijerph19137734.



## 11. BÖLÜM

### SOKAK LEZZETLERİ KONUSUNDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN BIBLİYOMETRİK ANALİZİ

Yaşar Mert DEMİRAL<sup>1</sup>

#### ÖZET

Sokak lezzetleri, gastronomik açıdan önemli bir yere sahiptir. Birçok ülkenin kendisi ile özdeşleşmiş bir sokak lezzeti bulunmakla beraber bilimsel çalışmalar nezdinde sokak lezzetleri hakkında birçok yayın bulunmaktadır. Sokak lezzetlerinin genel görüntüsünü ortaya çıkartmak amacıyla yapılan bu çalışmada öncelikle sokak lezzetleri hakkında kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. 1988-2022 yılları arasında sosyal bilimler alanında İngilizce yazılan toplam 1029 çalışma, tespit edilmiştir. Sokak lezzetleri konusu kapsamında yapılan toplam 1029 çalışmanın 782 tanesi makale olarak yayınlanmış ve bu çalışma da makaleler özelinde ilerlemiştir. Çalışmanın veri toplama sürecinde Scopus veri tabanından sokak lezzetleri ile alakalı yapılmış çalışmaların verisi elde edilmiş ve elde edilen veri setleri R programından faydalanılarak bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular, belirlenen araştırma soruları doğrultusunda yorumlanmış ve tartışılmıştır.

#### 1. GİRİŞ

Her birey kendi istekleri ve zevkleri doğrultusunda farklı turizm faaliyetlerinin içerisinde bulunabilmektedir. Turizm faaliyetleri içerisinde olmazsa olmaz eylemlerden birisi ise yemek yemektir. Hangi turizm çeşidi olursa olsun, insanın olduğu her yerde yeme içme faaliyetinin gerçekleşmesi zaruri bir durumdur. Bu

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm Fakültesi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, E-mail: mert.demiral@kocaeli.edu.tr, ORCID NO: 0000-0001-8942-1247

durumda da her birey bulunduğu turizm faaliyeti esnasında gastronominin temel yapı taşı olan yeme içmeyi hayata geçirmek zorundadır.

Gastronomi turizmi dendiğinde akla birçok etkinlik gelebilmekle beraber, başka bir turizm etkinliği içerisinde yenilen yemekler gastronomi turizmi kapsamında yer almamaktadır. Yeme içme eyleminin gastronomi turizmi kapsamında yer alabilmesi için seyahatin temel motivasyon kaynağının doğrudan yeme içme eylemi olması gerekmektedir. Gastronomi festivallerine katılmak, yerel pazarları gezmek, yerel yiyecek üretiminde bulunmak, gastronomi müzelerini ziyaret etmek gibi birçok etkinlik gastronomi turizmi kapsamına girebilmekte ve bu durumda gastronomi turizmini yalnızca yeme-içme eylemi için seyahat etmek şeklinde algılamamak gerekmektedir. Fakat tüm bu koşullara rağmen, her ne kadar mutlaka tüketim gerektirmese de gastronomi turizminin özü yine de yeme-içmeye bağlıdır.

Gastronomi turizminin tüketim boyutları ele alındığında da çeşitlilik fazladır. Ünlü bir şefin yemeklerini tatmak için seyahat edilebileceği gibi gidilen destinasyonun kültürü ile özdeşleşmiş yerel lezzetleri tatmak da gastronomi turizminin tüketim boyutunda yer almaktadır. Sokak lezzetleri ise bu yerel yiyecekler içerisinde önemli bir yere sahiptir. Genelde yerli halk tarafından üretilip satılan sokak lezzetleri, buldukları yere göre büyük değişimler göstermektedir. Kültürün bir parçası oldukları için de gastronomi turistleri açısından önemli bir çekicilik kaynağı olarak görülmektedir.

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak sokak lezzetleri konusu üzerine yapılan akademik çalışmaların genel özelliklerini sunmak amaçlanmıştır. Bu çalışmada öncelikle sokak lezzetleri kavramı açıklanmış, ardından literatürde sokak lezzetleri hakkında yapılan dokümanlar incelenmiştir. Sokak lezzetleri konulu literatürde bulunan çalışmaların bibliyometrik analizi yapıldıktan sonra belirlenen araştırma soruları eşliğinde bulgular yorumlanmıştır.

## **2. YEREL YİYECEK VE SOKAK LEZZETLERİ**

Otantik ürünler olarak algılanan ve turizm destinasyonları için turistik bir cazibe unsuru olarak da dikkat çeken yerel yiyecekler, belirli bir destinasyonda üretilen ve belirli bir yerel kimlik çerçevesinde yer alan veya başka bölgelerden getirilerek o bölgede üretilen yiyecek ve içecekler olarak tanımlanmaktadır (Nummedal ve Hall, 2006; Kim ve Eves, 2012). Gastronomi turizmi açısından gelenekleri, yöresel kültürü ve yerel yiyecek-içecekleri deneyimleme arzusunda olan turistler için çok önemli unsurlar olarak kabul edildiğinden dolayı mutfak kültürü ve yerel yiyecekler, buldukları yerlerin daha spesifik ve diğerlerinden ayrılan bir yer olmasında büyük bir öneme sahiptir (Torres, 2002; Horng ve Tsai, 2010).

Yerel yiyecekler, bir destinasyonun kültürü hakkında önemli bilgiler verip tanıtılmasında değerli bir rol oynamaktadır; buna bağlı olarak da yerel yiyecekler sayesinde destinasyonların önemli bir turistik merkez haline gelmesinde yerel yiyeceklerin fayda sağladığı görülmektedir (Hjalager ve Richards, 2002). Ülke

yemek kültürünün ön tanıtımı olarak da tanımlanabilecek sokak lezzetleri, günümüzde destinasyonların kimliğini oluşturan bir parçası niteliğinde, söz konusu toplumun gastronomi kültürünü anlamakta önemli bir paydaş olarak karşımıza çıkmakta ve tıpkı bir ayna gibi geleneksel kültürü yansıtmaktadır (Campbell, 2011; Özbay, 2020; Renwick, 2021; akt: Yayla, 2021).

“Kamuya açık alanlar ve özellikle sokaklarda satıcılar tarafından seyyar veya sabit biçimde hazırlanıp satılan hazır yiyecek ve içeceklerdir (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO, 1986).” Günümüz şartlarında birçok kişi tarafından bilinip birçok tanımı bulunsa da sokak lezzetlerinin kavramsal geçmişi çok eski bir döneme dayanmamakta, hatta yeni diyebileceğimiz bir geçmişi bulunmaktadır. Bu tanım, sokak lezzetleri ile alakalı ilk tanım olma özelliğini taşıırken, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından 1986 yılında Endonezya’nın Jakarta kentinde düzenlenen, Asya’daki Sokak Yemekleri Bölgesel Çalıştay’ında ortaya atılmıştır. Genel hatları ile nitelendirildiğinde, sokaklarda ve halka açık yerlerde sokak satıcıları tarafından araba veya basit bir tezgâhta herhangi bir işlem yapılmaksızın tüketilebilecek veya satılmadan önce basit işlemlerden geçecek şekilde sunulan yiyecek ve içeceklere sokak yemeği adı verilmektedir (Ekanem,1998; Calloni, 2013).

Buldukları destinasyonların mutfak kültürlerini yansıtan sokak lezzetleri; taze, mevsimlik ve genelde yerel içeriklerden oluşmakta, mümkün olduğunca asıl kaynağından temin edilmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Kolay ulaşılabilmeleri ve düşük maliyetleri sebebiyle dünya genelinde günlük 2,5 milyar kişi tarafından tercih edilen sokak lezzetleri, çalıştıkları ortamda yemek yapmak veya yemek yemek için kendi evlerine dönmeye imkanları bulunmayan milyonlarca tüketicinin besin ihtiyacını karşılamakla birlikte özellikle işçiler, orta gelir grubuna mensup kişiler ve öğrenciler tarafından uygun fiyatlarından dolayı sıklıkla tüketilmektedir (Tinker, 1997; Tinker, 2003; Solunoğlu ve Nazik, 2018).

Dünyada bulunan tüm sokak gıdaları belirli bir menü altında yer alamayacak kadar kadar büyük bir çeşitliliğe sahip oldukları için çeşitleri, üretimleri ve tüketim şekilleri ülkeden ülkeye değişmekte, bunun sonucunda da lezzetleri son derece değişkenlik göstermektedir (Tinker ve Cohen, 1985; FAO, 1998; Ohiokpehai, 2003; Demir vd., 2018). Her destinasyonun kendisine özgü bir mutfak kültürü olmasından dolayı sokak lezzetlerinin çeşidi ve yapılış biçimleri de değişiklik göstermektedir. Sokak lezzetlerini kategorize etme ihtiyacı duyulduğunda; ana yemekler, atıştırmalıklar, içecekler ve meyveler şeklinde bir sınıflandırma yapmak mümkündür (Steyn ve Labadarios, 2011). Bununla beraber Kreig ve Sen (2013), sokak lezzetlerinin yapılışlarının belirli başlıklar altında incelenebileceğini belirtmiştir. Tablo 1’de sokak lezzetlerinin hazırlanma yöntemleri yer almaktadır. Bir yemeğin nihai olarak ortaya çıkmadan önce mutlaka belirli aşamalardan geçmesi gerekmektedir. Tablo 1’de belirtilen hazırlama yöntemlerinin ardından nihai sokak lezzetleri ortaya

çıkmaktadır. Bu yöntemlere ve destinasyon özelliklerine bağlı olarak da dünyanın farklı yerlerinde birbirinden farklı sokak lezzetleri ortaya çıkmaktadır. İğdır (2020), yapmış olduğu çalışmada farklı kaynaklardan derlediği farklı ülkelere ait sokak lezzetlerinin neler olduğunu belirtmiştir ve bu yemekler Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Sokak Lezzetlerinin Hazırlanma Yöntemleri

Sokak Lezzeti Hazırlama Yöntemi	Nasıl Uygulandığı
Kızartma	<i>Tavada az yağda kızartma ve derin yağ daldırmak suretiyle kızartma olarak iki biçimde uygulanmaktadır.</i>
Kaynatma	<i>Hazırlanacak ürünün kaynamış sıvının içerisinde pişirilmesi veya bekletilmesidir.</i>
Kavurma	<i>Az miktarda yağ içerisinde, yüksek ısıda pişirilerek gerçekleştirilir.</i>
Fırında Pişirme ve Kızartma	<i>Kapalı fırında pişirilen ürünlerin renginin değişmesi suretiyle kızartılmasıdır.</i>
Buğulama	<i>Delikli bir tabla veya tavanın kaynar suyun üzerine yerleştirilmesinin ardından bu deliklerden geçen su buharı sayesinde yiyeceklerin pişirilmesidir.</i>

**Kaynak:** (Kraig ve Sen, 2013).

**Tablo 2:** Dünyada Ülke Bazlı Bazı Sokak Yemekleri

ÜLKELER	SOKAK LEZZETLERİ
Amerika	Muffin, Bagel, Wings, Hot-dog
Çin	Lo mein, Gyoza, Bamboo-wrapped rice, Tempura
Endonezya	Nasi putih
Filipinler	Kikiam, Taho
Hindistan	Pakodas, Chaat, Aaloo tikki
İtalya	Calzone, Sebades, Foraccia
Japonya	Miso, Onigiri
Meksika	Nachos, Tacos, Buritto, Chili
Orta Doğu Ülkeleri	Falafel, Humus
Porto Rico	Papa rellena, Pasteles, Sorullos
Tayland	Pad Thai, Tempeh satay
Vietnam	Banh Mi, Com Tam

**Kaynak:** (Taylor vd., 2000; Bhowmik, 2005; FAO, 2012; Kraig ve Sen, 2013; Demir vd., 2018; İğdır, 2020).

Ülkelere ait sokak lezzetlerinin birbirinden farklılık göstermesi gibi aynı durum bir ülkenin içerisinde bulunan bölgeler ve şehirlerde de görülmektedir. Türkiye’de bulunan sokak lezzetleri de bu durumdan nasibini almıştır. Türkiye’de bulunan sokak lezzetleri, buldukları ilin özelliklerine öre değişiklik göstermekle birlikte bazı sokak lezzetleri tüm ülke genelinde bilinmekte ve tüketilmektedir (Güzeler ve Özbek, 2017). Türkiye’de yaygın biçimde tüketilen sokak lezzetleri Tablo 3’te yer almaktadır. Demir vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada İstanbul’un Türkiye

sokak lezzetleri açısından önemli bir destinasyon olduğu belirtilmiş ve İstanbul sokak lezzetleri kategorize edilmiştir. Demir vd. (2018) tarafından hazırlanan İstanbul sokak lezzetleri sınıflandırması Tablo 4' te yer almaktadır.

**Tablo 3:** Türkiye'de Satışı ve Tüketimi Yaygın Sokak Lezzetleri

Sokak Lezzeti
Boza
Börek
Döner
Kokoreç
Köfte
Midye Dolma
Nohutlu Pilav
Pide
Simit
Şalgam

**Kaynak:** (Solunoğlu, 2018).

**Tablo 4:** İstanbul Sokak Lezzetleri

Sınıfı	Sınıflandırmanın İçerisindeki Sokak Lezzetleri
Deniz Ürünleri	Midye Tava, Midye Dolma, Balık Ekmek, Lakerda
Hayvansal Ürünler	Köfte, Kelle Sögüş, Islak Hamburger, Arnavut Ciğeri, İçli Köfte, Uykuluk
Hamur İşleri	Sarıyer Böreği, Topik, Nohut Dürüm, Simit
İçecekler	Boza, Turşu Suyu, Kahve, Şerbetler, Salep
Meyveler	Can Erik, Çengelköy Salatalığı, Frenk Yemişi, Çağla Badem
Tatlılar	Osmanlı Lokması, İrmik Helvası, Osmanlı Macuncuları, Tulumba
Diğer	Kanlıca Yoğurdu, Kumpir, Tekerlek Üstü Kahvaltılıklar, Tavuklu-Nohutlu Pilav, Kuru Fasulye

**Kaynak:** (Demir vd., 2018).

Gastronomi turizminin ana çekiciliklerinden birini oluşturan sokak lezzetleri, gastronomi turizmi kapsamında turistlerin otantik olanı deneme arzularının bir karşılığı olarak yeni gıdalar deneyimlemelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Karsavuran, 2018; Bektaş vd., 2019; Fusté-Forné, 2021; Yayla, 2021).

### 3. GASTRONOMİ TURİZMİ VE SOKAK LEZZETLERİ İLİŞKİSİ

Bir destinasyonun gastronomi kültürü, destinasyonda yaşayan insanlar tarafından sıradan karşılanabilirken başka destinasyonlarda yaşayan insanlar tarafından ilgi çekici karşılanabilmektedir. Bu aşamada da devreye gastronomi turizmi girmektedir. Yiyeceklerin kültür ile kurduğu güçlü ilişki, turistlerin tercihlerine göre önemli fırsatlar olabilmekte ve turistler tarafından yıkılmak istenen tabular,



yemeklerin tadılması maksadıyla ilgili destinasyonlara seyahat gerçekleştirilmesini sağlamaktadır (Yüncü, 2010). Quan ve Wang (2004) yaptıkları çalışmada, turistik deneyimin önemli parçalarından birisi olan yerel yiyeceklerin seyahat için önemli bir motivasyon olabileceğinden bahsetmiştir. Bu durum neticesinde, yerel yemeklerin içerisinde önemli bir yere sahip olan sokak lezzetleri de gastronomi turizmi anlamında önemli bir motivasyon unsuru haline gelebilmektedir.

Doğrudan yerel yiyecekleri ve buna bağlı olarak sokak lezzetlerini deneyimlemek için seyahat eden turistler, gastronomi turizmi içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte, sokak lezzetleri kapsamında seyahatler doğrudan turistlerin bağımsız rotalarını kapsamamaktadır. Sokak lezzetlerini tanıtmak ve buna bağlı olarak sokak lezzetlerini tanıtacak çok sayıda insana ulaşmak amacı ile Amerika, Meksika, İtalya, Filipinler ve Türkiye gibi birçok ülkede her sene çeşitli sokak lezzetleri etkinlikleri yapılmaktadır (Henderson vd., 2012). Cesena, San Francisco, Antalya, Adana gibi şehirlerde gerçekleştirilen sokak lezzetleri festivalleri bu etkinliklere örnek oluşturmaktadır (İğdır, 2020).

Sokak lezzetleri her ne kadar gastronomi turizmi kapsamında önemli bir yere sahip olsalar da yapılarındaki standardizasyon eksikliği ve kontrollerinin güç olması sebebi ile bir takım problemleri de beraberinde getirmektedir (Karsavuran, 2018). Özellikle gelişmemiş ülkelerde denetim mekanizmasının zayıf olması, sokak lezzetlerinin üretim ve satış koşulları hakkında endişeleri beraberinde getirmekte ve bu durum sokak lezzetlerinin gastronomi turizmi kapsamındaki yerini tehlikeye sokmaktadır. Elverişsiz ortamlarda sağlıklı koşullarda hazırlanan, doğru ve yeterli pişirme ile sonuçlandırılmamış, çapraz bulaşmaya maruz kalmış, doğru depolama şartlarında muhafaza edilmemiş ve çevresel kirliliğin içerisinde servis edilmiş sokak lezzetleri, çeşitli sağlık sorunlarına sebep olmaktadır (Alimi ve Workneh, 2016). Kolaylıkla önlenilecek bu durumun hala devam ediyor oluşundaki asıl sebebin ise, gıda güvenliği hakkındaki bilgi düzeyleri zayıf olan sokak lezzeti satıcıları olduğu birçok çalışmada yer almaktadır (Ceyhun Sezgin ve Şanlıer, 2016). Gastronomi turizmi anlamında önemli bir değer olan sokak lezzetleri, söz konusu sebeplerden ötürü azımsanmayacak sayıda turistlerin ve yatırımcıların ilgisini kaybetmekte ve bu durumda gastronomi turizmi kapsamında tam randımanlı değerlendirilmelerinin önünde engeller ve soru işaretleri oluşmaktadır (Roever ve Skinner, 2016). Bu sebeple satıcılara, yiyeceklerin güvenli bir şekilde nasıl hazırlanacağı ve saklanacağı konusunda eğitimler verilmesi gerekmektedir (Khairuzzaman vd., 2014).

#### 4. YÖNTEM

Sokak lezzetleri konusundaki alanyazının ne durumda olduğu ile ilgili resmin ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmada bibliyometrik analizden yararlanılmıştır. 1969 yılında Pritchard tarafından ortaya atılan bibliyometri kavramı, istenilen kaynakların özelliklerini belirlemede kullanılan matematiksel ve istatistiksel bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Lawani, 1981). Bibliyometrik

analiz ise kaynakların yayınlandığı dergi, yayın bilgisi, konu yazar sayısı gibi özelliklerinin niceliksel olarak analizini ifade etmektedir (Borgman ve Furner, 2002). Bu analizlerin sonuçları kullanılıp disiplinlere göre farklılıklar belirlenerek karşılaştırmalar yapılabilmektedir (Çiçek ve Kozak, 2012).

Manuel olarak araştırma yapmanın pek mümkün olmadığı durumlarda veya hacmi büyük olan veri gruplarında işlevsel olan bibliyometrik analiz, farklı alanlardaki kaynakların istatistiklerini ortaya koymak amacıyla araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Donthu vd., 2021). Seçilen konunun araştırılmak istenen verilerini seçilen zaman dilimi içerisinde incelemeye olanak sağlayan bibliyometrik analizi, alan ile ilgili kapsamlı bir bakış açısı edinmeyi mümkün kılmaktadır şeklinde özetlenebilmektedir.

### **Verilerin Toplanması ve Analizi**

Sokak lezzetleri kapsamında yapılan çalışmaların genel bir görüntüsünü ortaya koymak amacıyla bibliyometrik analiz ile gerçekleştirilen bu çalışmada Scopus veri tabanından alınan verilerin incelenmesinde R programından yararlanılmıştır. Çalışmada Scopus veri tabanından faydalanılmasının sebebi; eserler ve eserlerde yer alan referanslara erişim sağlayarak araştırmacının geniş zaman aralıklarında arama yapmasına olanak sağlaması ve Web of Science (WOS) veritabanına göre kapsamının daha gelişmiş olmasıdır (Burnham, 2006; Martín-Martín, Orduna-Malea, Thelwall, & López-Cózar, 2018).

Çalışmanın analizleri, R programının “bibliometrix” paketinden yararlanılarak yapılmıştır. R programında kullanılmak üzere Aria ve Cuccurullo (2017) tarafından geliştirilen bibliometrix paketi, literatürde yer alan çalışmaların kapsamlı bir şekilde incelenmesine olanak sağlamaktadır. Çeşitli istatistiksel analizler yapmayı sağlayan R programı; kolay kullanımı, bir analizi birçok değer için tekrar etme, veriyi işleme ve programlama ile benzer problemlere hızlı çözüm bulma vb. özellikleri bulunan, açık kaynak kodlu bir istatistik yazılımıdır (Güzeller, Eser ve Aksu, 2016; Aria ve Cuccurullo; 2017). Bu çalışmada R programı, kullanım kolaylığı, zaman tasarrufu ve bibliyometrik analiz için ayrı bir pakete sahip olması gibi sebeplerle tercih edilmiştir.

Doğrudan amaca yönelik olması için Scopus veri tabanından çekilen veriler bazı sınırlandırmalara tabi tutulmuştur. Anahtar kelime olarak “street food” seçilmiş ve çalışmalarda herhangi bir zaman aralığı seçilmemiştir. Diğer bilim dallarında yapılan çalışmalarda sokak lezzetlerinin farklı bakış açısıyla ele alınması ve çalışmanın sonuçlarına etki edebileceği sebeplerinden ötürü yalnızca sosyal bilimler alanında yazılmış makaleler araştırmaya dahil edilmiştir. Bilim dünyasında evrensel dil olarak kabul edilmesi sebebiyle İngilizce dilinde yazılmış makaleler çalışma kapsamına alınırken makale türü dışındaki editoryal materyal, konferans bildirisi, kitap incelemesi gibi türler çalışmanın genel görüntüsü dışındaki bulgulara dahil edilmemiştir.

ALL ( “street food” ) AND ( LIMIT-TO ( SUBJAREA , “SOCİ” ) ) AND ( LIMIT-TO ( LANGUAGE , “English” ) ) parametresi kullanılarak yapılan veri taraması özetlendiğinde yalnızca sosyal bilimler alanında İngilizce yazılmış çalışmaların verilerine ulaşılmıştır. Sokak lezzetleri konusunda yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılacağı bu çalışma kapsamında elde edilen verilerin aşağıdaki araştırma sorularına cevap bulunması hedeflenmiştir.

#### Araştırma Soruları

1. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış araştırmalara yönelik genel bilgiler nelerdir? Araştırmalar yayın türlerine göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
  2. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yıllara göre dağılımları ne şekildedir?
  3. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı ve anahtar kelimelerin yıllara göre kullanımını ne şekildedir?
  4. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin birlikte oluşum ağları ne şekildedir?
  5. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yayınlandığı dergiler atf alma durumlarına göre ne şekilde sıralanmaktadır?
  6. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin yıllara göre üretim miktarları ne şekilde değişiklik göstermektedir?
  7. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamındaki makalelerin yayınlandığı dergilerin birlikte atf ağı nasıl şekillenmektedir?
  8. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yazarlarına ilişkin atf alma durumu ne şekildedir?
  9. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yazarlarına ilişkin ortak atf ağı nasıl şekillenmektedir?
  10. Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin yayınlandığı ülkelere ilişkin dağılım ne şekildedir?
- Scopus veri tabanında sokak lezzetleri konusu kapsamında yayınlanmış makalelerin dergi, ülke ve anahtar kelimelerin birbirleriyle ilişkileri ne şekildedir?

#### Bulgular

Bu kısımda sosyal bilimlerde İngilizce yazılmış “sokak lezzetleri” konusundaki çalışmaların bibliyometrik analiz çıktılarına yer verilmiş, söz konusu çıktılar çalışma kapsamındaki araştırma soruları dikkate alınarak raporlanmıştır.

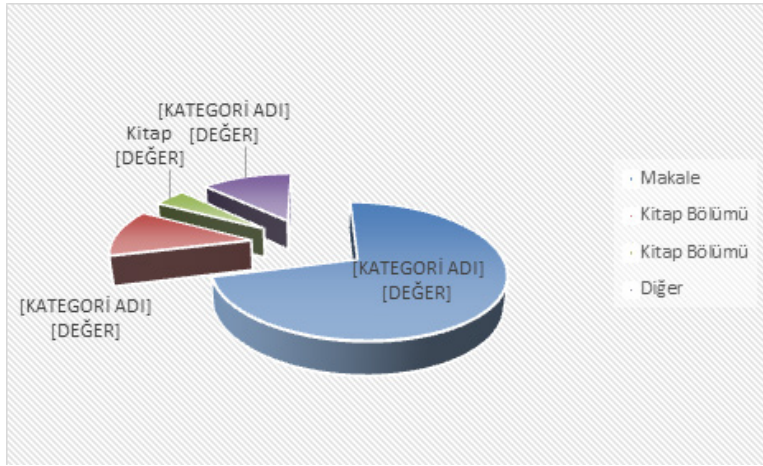
#### Sokak Lezzetleri Çalışmalarının Genel Görüntüsü

Sokak lezzetleri konusu üzerine yapılan araştırmalar kapsamında 1988-2022 yılları arasında sosyal bilimler alanında İngilizce yazılan toplam 1029 çalışmaya ulaşılmıştır. Tablo 1’ de sunulan verilere bakıldığında yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak yazar iş birliklerine dayandığı ifade edilebilir. Yine yayın başına ortalama atf sayısı 11.81 olarak gözlemlenmiştir.

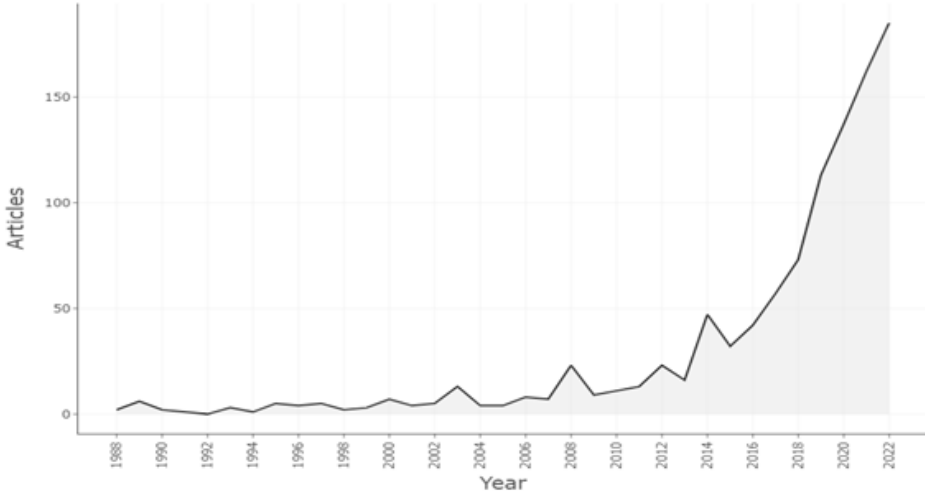
**Tablo 5: Genel Bilgiler**

Zaman Aralığı	1988-2022
Doküman	1029
Makale	782
Kaynak (Dergi, Kitap vd.)	514
Anahtar Kelime	2835
Yayın Başına Ortalama Atıf	11.81
Yazarlar	2376
Tek Yazarlı Yayınları Yazar Sayısı	49
Çok Yazarlı Yayınların Yazar Sayısı	1485
Tek Yazarlı Yayın Sayısı	327
Yazar Başına Düşen Yayın	0.43
Doküman Başına Düşen Yazar	2.30
İş Birliği İndeksi (CI)	2,67

Sokak lezzetleri konusunda yapılan çalışmaların makale, bildiri vb. gibi farklı yayın türlerine konu olduğu görülmektedir. Yayın türlerine göre dağılımları incelendiğinde (Şekil 1) %70,99 ile en fazla makale türünde çalışmanın gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir. Bu bulgular ışığında çalışmanın devamında makale türündeki çalışmalardan yararlanılması planlanmaktadır.

**Şekil 1: Yayın Türlerine Göre Çalışma Yüzdeleri**

1988 yılından itibaren sokak lezzetleri ile alakalı makalelerin varlığı dikkat çekerken çalışmaların yıllara göre üretim dağılımları incelendiğinde (Şekil 2) 2014 yılında 47 makale ile yükselişe geçen sokak lezzetleri konusu, 2022 yılında 185 makale ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır.



Şekil 2: Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

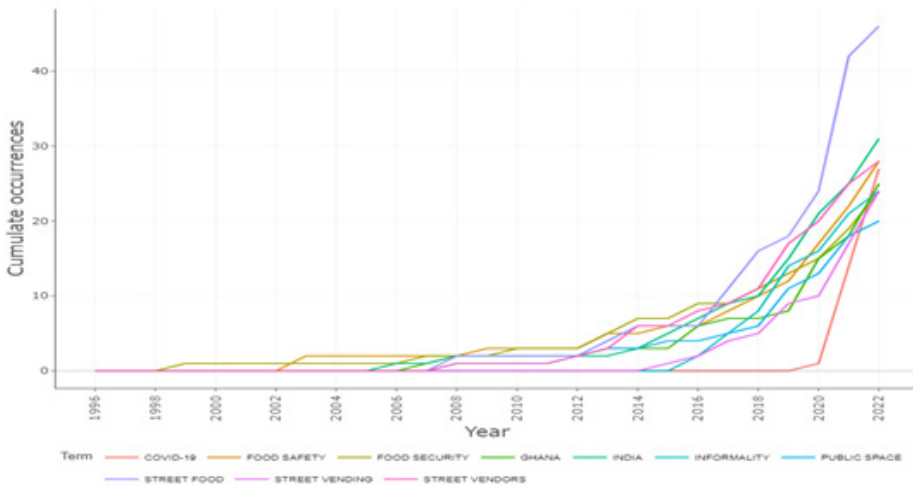
### Anahtar Kelime Analizleri

Sokak lezzetleri konusu kapsamında yapılan toplam 782 makalede 2555 farklı anahtar kelime kullanıldığı gözlemlenmiştir. Anahtar sözcük sayısındaki bu durum sokak lezzetleri kavramının çeşitli değişkenler aracılığıyla ele alınabileceğinin göstergesidir. Anahtar sözcükler araştırmanın içeriği hakkında fikir verirken çalışmanın görünürlüğünü de artırabilir. Bununla birlikte, anahtar sözcük analizleri incelenen alan hakkında genel bir bakış açısının ortaya çıkmasını, alanyazındaki ilerleyişinin gözlemlenmesini kolaylaştırmaktadır. Sokak lezzetleri konusu kapsamında sosyal bilimler alanında yayınlanan makalelerde sırasıyla “street food”, “india”, “food safety”, “street vendors” ve “covid-19” kelimeleri en sık tekrar eden anahtar sözcükler olduğu gözlemlenmiştir. İlgili kelime bulutu Şekil3’te sunulmuştur.



Şekil 3: Anahtar Sözcük Bulutu

Şekil 4’te sokak lezzetleri ile alakalı çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerin yıllara göre kullanım grafiği yer almaktadır. Buna göre “sokak lezzetleri (street food)” (f: 46) anahtar kelimesi bu alanda yapılan çalışmalarda her zaman en sık kullanılan anahtar terim olmakla birlikte 2014 yılından itibaren artış göstermeye başladığı ve 2017 yılı itibariyle her zaman en sık kullanılan anahtar sözcük olduğu görülmektedir. Sokak lezzetlerinin ardından “india”, “food safety”, “street vendors” ve “covid-19” gibi anahtar kelimelerin de literatürdeki çalışmalarda kullanıldığı görülmektedir. Bu anahtar sözcükler yorumlandığında sokak lezzetlerinin önemli bir kültür haline geldiği Hindistan üzerinde yapılan çalışmaların sayısının fazla olduğu ve pandemi döneminde gıda güvenliğinin öneminin bir kere daha önem kazandığını belirtmek mümkün olmaktadır.



Şekil 4: Anahtar Sözcüklerin Yıllara Göre Kullanımı

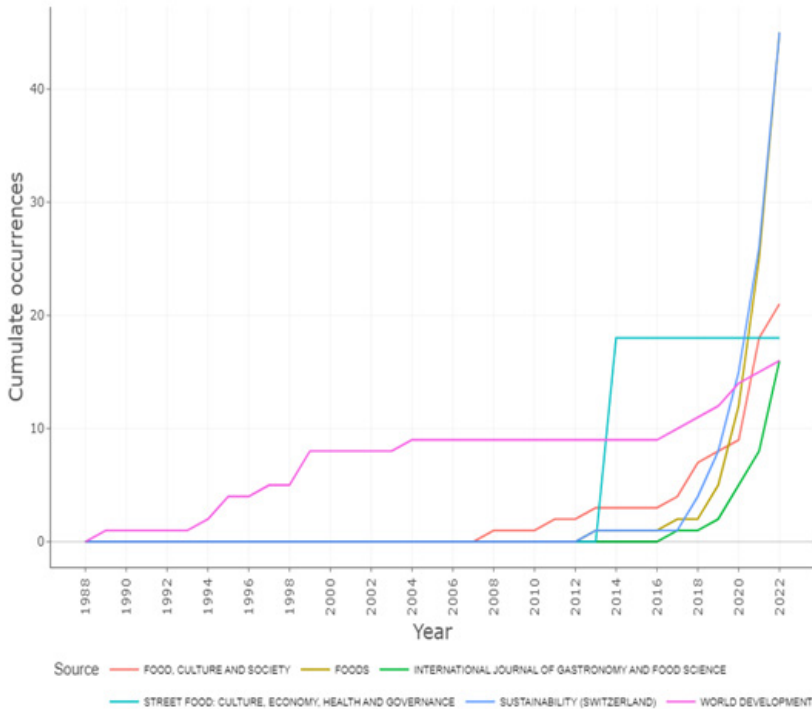
İki anahtar sözcüğün diğer çalışmalarda birlikte geçme durumlarının gözlemlenebildiği “birlikte oluşum ağı”, sokak lezzetleri konulu çalışmalar kapsamındaki anahtar kelimeler özelinde Şekil 4’te sunulmuştur. Anahtar sözcüklerin diğer çalışmalarda yer alma sıklığı, birlikte oluşum ağındaki düğümlerin o büyüme ve birbirlerine yaklaşıma oranlarında değişikliğe sebep olmaktadır. Bu durum, “street food” anahtar sözcüğünün alanyazındaki merkez anahtar sözcük olması şeklinde ifade edilirken, “diğer anahtar sözcüklerin “street food” anahtar sözcüğüyle bağlantılı olduğu ve çevresinde konulduğu şeklinde yorumlanmaktadır.



**Tablo 6:** En Sık Atıf Alan Dergiler

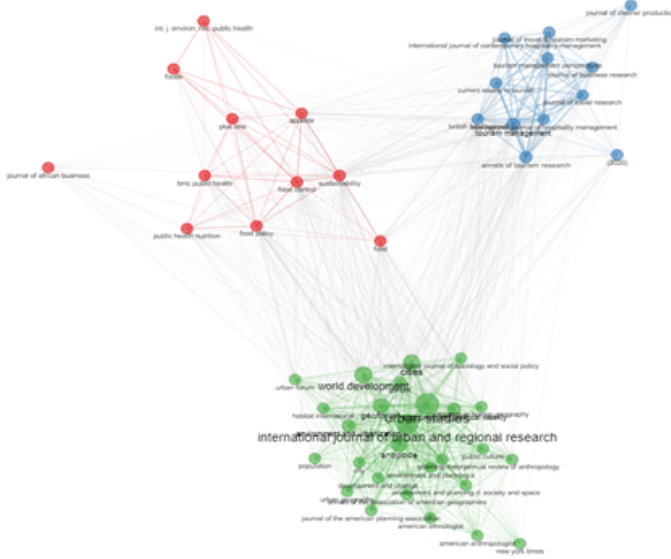
TOURISM MANAGEMENT	465
FOOD CONTROL	464
URBAN STUDIES	451
WORLD DEVELOPMENT	406
INTERNATIONAL JOURNAL OF URBAN AND REGIONAL RESEARCH	396
ECONOMIC AND POLITICAL WEEKLY	293
JOURNAL OF TRAVEL & TOURISM MARKETING	264
ANNALS OF TOURISM RESEARCH	250
SUSTAINABILITY	231
INTERNATIONAL JOURNAL OF HOSPITALITY MANAGEMENT	211

Dergilerin yıllara göre üretim miktarlarındaki dağılımın yer aldığı Şekil 6'ya göre 2013 yılında "Street Food: Culture, Economy, Helath and Governance" dergisi diğerlerinin arasından sıyrılarak en fazla makale yayınlayan dergi olmuş, 2020 yılından itibaren ivme yakalayarak yayın sayısını artıran "Sustainability (Switzerland)" ve "Foods" dergileri güncel zamana kadar en üretken dergiler olmuştur. "Sustainability (Switzerland)" ve "World Development" dergileri ise sokak lezzetleri konusunun yayımlandığı ilk yıl olan 1988 yılından itibaren sokak lezzetleri konusunda çalışmalara yer vermektedir.

**Şekil 6:** Yıllık Üretim Dağılımlarına Göre Dergiler



Sosyal bilimlerde sokak lezzetleri konusunda yazılan makalelerin atıf ağı Şekil 7’de verilmiştir. Oluşan ağlardaki düğüm ve bağlantılar yazarların diğer çalışmalarda ortak atıf alma durumlarına göre büyümekte ve birbirlerine yaklaşımaktadır. Bu grafiğe göre ise sokak lezzetleri konusu üzerine yayın yapan dergilerin 3 kümeye dağıldığı görülmektedir.



Şekil 7: Dergi Birlikte Atıf Ağı

Şekil7, düğüm büyüklüğü ve bağlantı sayısı açısından incelendiğinde sokak lezzetleri alanında yayın yapan dergilerin üç kümeye ayrıldığı ve düğümlerin büyüklüğüne bağlı olarak 1. Kümede yer alan “International Journal of Urban and Regional Research”, “Urban Studies”, “World Development” ve “Antipode” dergilerinin öne çıkan dergiler arasında olduğunu söylemek mümkün bir hal almaktadır. 1. kümede (yeşil) “International Journal of Urban and Regional Research” dergisinin öne çıktığı gözlemlenirken, 3. (mavi) kümedeki düğüm büyüklüklerinin ve bağlantı sayılarının 2. kümeden (kırmızı) daha fazla olduğu dikkat çekmektedir.

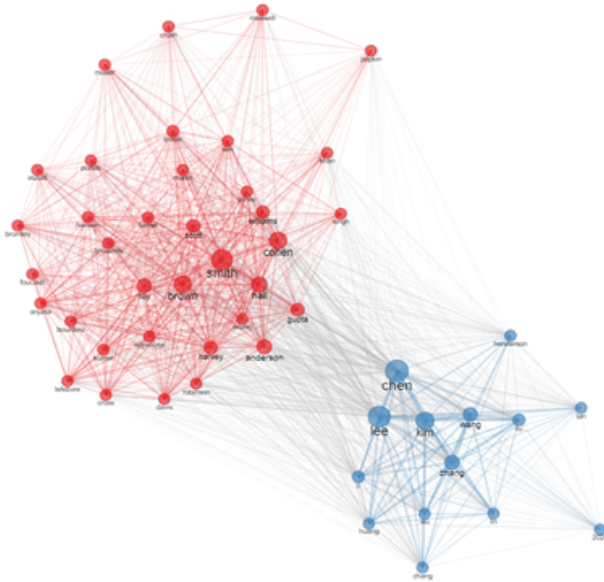
### Yazar Atıf Analizleri

Yerel referans listelerinden atıf alma durumları incelendikten sonra en çok atıf alan ilk 10 araştırmacı Tablo 7’de listelenmiştir.

**Tablo 7:** Yazarların Atıf Alma Durumları

YAZAR	ATIF SAYISI
BERTOLDI B.	22
BOLLANI L.	22
BONADONNA A.	22
GAVIDIA CM.	22
GIACHINO C.	22
GONZÁLEZ R.	22
PATTANARO G.	22
RAMOS D.	22
RONDÓN-ESPINOZA J.	22
INTANOO S.	21

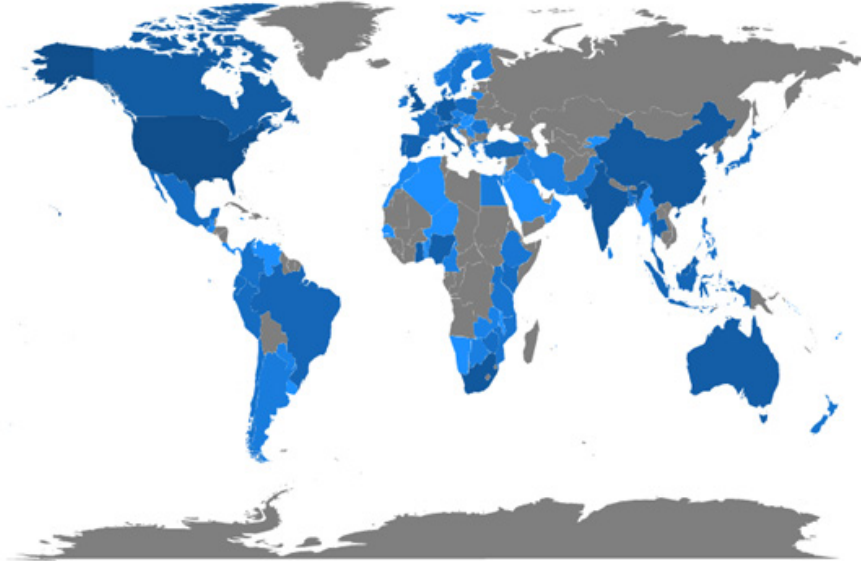
Tablo7'ye göre Bertoldi B., Bollani L., Bonadonna A., Gavidia C.M., Giachino C., Gonzalez R., Pattanaro G., Ramos D. Rondon-Espinoza J. isimli araştırmacıların 22 atıf sayısı ile birinciliği paylaşmıştır. Intanoo S. isimli araştırmacı ise birinci sırayı paylaşan 9 kişiden sonra 10. sırada yer almıştır.

**Şekil8:** Yazar Birlikte Atıf Ağı

Şekil 8'de ise yazarlara ilişkin birlikte atıf ağı verilmiş ve buna bağlı olarak sokak lezzetleri konulu yayın yapan yazarların referans listelerinde birlikte atıf alma durumlarına göre iki kümede şekillendiği gözlemlenmiştir. Düğümlerin büyüklüğüne bakıldığında 1. Kümede (kırmızı) Smith, Cohen ve Brown isimli araştırmacıların sembollerini daha büyük görüldüğü için ön plana çıkan yazarların bu yazarlar olduğunu söylemek mümkündür. İkinci kümede (mavi) Chen, Lee ve Kim isimli araştırmacıların ön plana çıktığı görülmektedir.

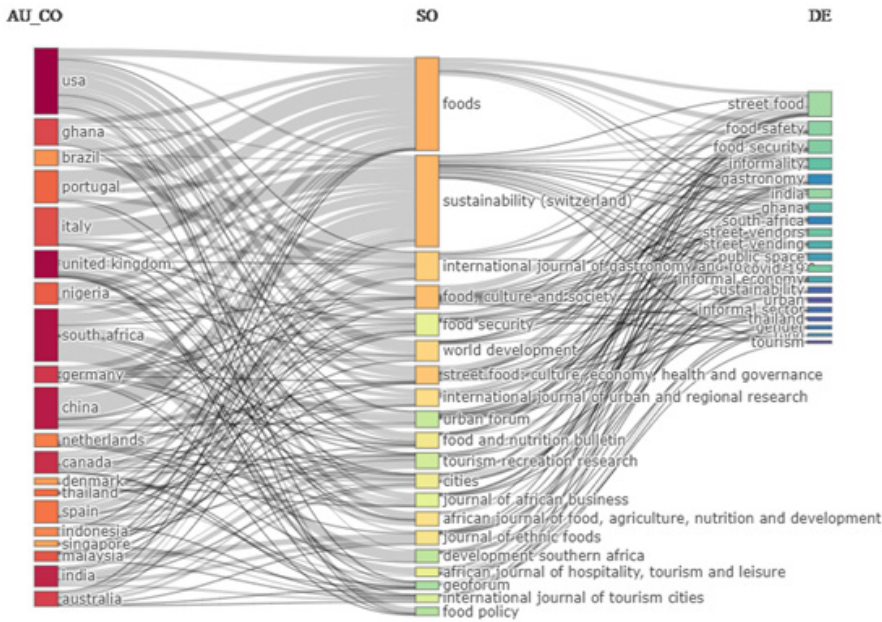
### Ülkelere Ait Atıf Analizleri

Ülkelerin bilimsel üretimlerine göre dağılımları koyu renkten açık renge sıralanmak koşuluyla Şekil 9'da gösterilmiştir. Buna göre bilimsel üretim dağılımında ABD 360 çalışma ile sokak lezzetleri alanında en üretken ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. ABD'den hemen sonra sırasıyla; 156 yayın ile İngiltere, 118 yayın ile Güney Afrika, 107 yayın ile Çin ve 105 yayın ile Hindistan şeklinde devam etmektedir. Türkiye ise 24 yayın ile 21. sırada yer almaktadır. Analizlerin sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda ABD başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde sokak lezzetleri ile alakalı çalışmaların yapıldığı dikkat çekmektedir.



Şekil 9: Ülkelere Göre Bilimsel Üretim Dağılımı

Sosyal bilimler alanında makale türünde sokak lezzetleri konusunu kapsayan çalışmaların dergi, ülke ve anahtar kelimelerinin birbirleriyle bağlantılarını incelemek adına yapılan analizin bulguları Şekil 10'da belirtilmiştir. Söz konusu bağlantıların değerlendirilmesi, Şekil 10'da yer alan üçlü bağlantı grafiği ile kolaylık kazanmaktadır.



Şekil 10: Dergi, Ülke, Anahtar Kelime Alan Grafiği

Şekil 10 incelendiğinde Amerika örneğinden yola çıkılacak olursa, Amerika’da sokak lezzetleri ile ilgili gerçekleşen çalışmaların en büyük kısmının “World Development” dergisinde yayınlandığı, bununla birlikte yapılan çalışmalarda “urban”, “food safety” ve “street food” anahtar sözcüklerinin tercih edilen anahtar sözcüklerden yalnızca birkaçı olduğunu belirtmek mümkündür. Şekil10’da yer alan bağlantılar incelendiğinde diğer ülkelerin yayın yaptığı diğer dergilere ve bu yayınlarda kullanılan anahtar sözcüklere ulaşılabilmektedir.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Her ülkenin kendine özgü bir kültürü ve buna bağlı olarak da bir beslenme biçimi vardır. Beslenme biçimleri ise birçok değişkene bağlı olarak aynı ülke içerisinde bile değişiklik gösterebilmektedir. Sokak lezzetleri ise birçok ülkede çok farklı gıdalardan, çok farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanıp ülkenin karakterine göre ortaya çıkan, genel olarak ucuz fiyatlı ve hızlı tüketilebilen lezzetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, araştırmacılar tarafında son yıllarda popüler bir alan haline gelmiş sokak lezzetleri çalışmalarının bibliyometrik resmi oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu sayede sokak lezzetleri konusunun geçmişteki durumu ve şu anki gidişatı hakkında bilgi elde etmek ve literatürde sokak lezzetlerinin genel durumunu belirlemek istenmiştir.

Çalışma bulguları incelendiğinde sokak lezzetleri ile alakalı yapılan çalışmaların 1988’den beri varlık gösterdiği ve son zamanlarda çalışma sayısında yüksek bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Çoğunlukla makale türünden yayınların ön plana çıktığı ve çalışmalarda gıda güvenliği, sokak satıcıları gibi farklı etmenlerin de kullanıldığı

ve bu etmenlerin anahtar sözcüklerle de uyduğu görülmektedir. Çalışmaların yayınlandığı dergiler kapsamında elde edilen bulgulara bakıldığında konu hakkında en fazla yayına sahip olan derginin “Street Food: Culture, Economy, Health and Governance” dergisi olduğu görülürken, en fazla atıf alma sayısına sahip olan derginin “Tourism Management” dergisi olduğu görülmektedir.

Çalışma bulgularından bir diğeri de anahtar sözcük olarak en sık kullanılanların “street food”, “india”, “food safety”, “street vendors” ve “covid-19” olduğu dikkat çekmektedir. Yine dikkat çeken bir diğer bulgu ise en çok yayının Amerika’da yapılmış olmasıdır. Bu bulgular ışığında değerlendirilme yapılırsa Amerika’da sokak lezzetlerinin gastronomik anlamda önemli bir yeri olabileceği ihtimalinden söz etmek mümkündür. Yerel referans listelerinden atıf alma durumları incelendikten sonra en çok atıf alan ilk 10 araştırmacının yirmi ikişer atıf ile Bertoldi B., Bollani L., Bonadonna A., Gavidia C.M., Giachino C., Gonzalez R., Pattanaro G., Ramos D. Rondon-Espinoza J. isimli araştırmacılar olduğu, birlikte atıf ağı incelendiğinde ise Smith, Cohen ve Brown isimli araştırmacıların ön plana çıktıkları görülmektedir.

Çalışmanın sınırlılıkları doğrultusunda ileride literatüre katkı anlamında neler yapılabileceği de tartışılmalıdır. Sokak lezzetlerinin literatürdeki genel görüntüsünü yansıtmak amacıyla bibliyometrik analizden faydalanılarak yapılan bu çalışmada Scopus veri tabanından faydalanılmıştır. İlerleyen çalışmalarda WOS gibi diğer veri tabanlarından da faydalanılarak genel görüntünün perspektifi daha da genişletilebilir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise yayın dili olarak İngilizcenin belirlenmiş olmasıdır. İlerleyen çalışmalarda diğer dillerdeki çalışmalar da incelenerek literatüre olan faydanın artırılabilmesi ihtimali değerlendirmeye alınmalıdır. Bu çalışma bibliyometrik analiz açısından kullanışlı bir program olan R ile yapılmış olup ileride yapılacak çalışmalarda başka paket programlar kullanılarak farklı bulgulara ulaşmak mümkün olacaktır. Sokak lezzetlerinin genel görüntüsünü ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada belirlenen araştırma soruları dışında da konu ile alakalı birçok araştırma sorusu geliştirilebilir. Konu ile ilgili yapılacak çalışmalarda farklı araştırma soruları üzerinden gidilmesi ihtimalinde pek çok yeni bulgu bulmak da olasılık dahilindedir.

**KAYNAKÇA**

- Alimi, B. A. ve Workneh, T. S. (2016). Consumer Awareness and Willingness to Pay for Safety of Street Foods in Developing Countries: A Review. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 242-248.
- Aria, M., ve Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), ss.959-975.
- Bektarım, N., Çakıcı, C., ve Ballı, E. (2019). Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığı. 3. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik, 678-684.
- Bhowmik, S. K. (2005). Street Vendors in Asia: A Review. *Economic and Political Weekly*, 40(22/23), 2256-2264.
- Borgman, C., L. ve Furner, J. (2002). Scholarly communication and bibliometrics. *Annual Review of Information Science and Technology*. 36, 2-45.
- Burnham, J. F. (2006). Scopus database: a review. *Biomedical digital libraries*, 3(1), 1-8.
- Calloni, M. (2013). Street Food On The Move: A Socio- Philosophical Approach. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3406-3413.
- Campbell, P. T. (2011). Assessing the Knowledge, Attitudes and Practices of Street Food Vendors in The City of Johannesburg Regarding Food Hygiene and Safety. Yüksek Lisans Tezi. School of Public Health, Cape Town.
- Ceyhun Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2016). Street Food Consumption in Terms of the Food Safety and Health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Çiçek, D., & Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 734-756.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., and Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Ekanem, E. O. (1998). The Street Food Trade in Africa: Safety and Socio-Environmental Issues. *Food Control*, 9(4), 211-215.
- Fusté-Forné, F. (2021). Street food in New York City: Perspectives From a Holiday Market. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24(2).
- Güzeler, N., ve Çağla, Ö. (2018). Conceptual Analysis of Street Flavors of Turkey. *Annals of The University of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(2), 147-155.
- Güzeller, C. O., Eser, M. T., & Aksu, G. (2016). R Programı ve Microsoft Excel Kullanılarak İkili Karşılaştırma Yöntemi Uygulaması. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 7(1), 96-108.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2001). Wine and Food Tourism. N. Douglas, N. Douglas ve R. Derrett (Eds.), *Special Interest Tourism: Context and Cases içinde* (307-329. ss.). Brisbane: J. Wiley ve Sons Australia.
- Henderson, J. C., Yun, O. S., Poon, P., ve Biwei, X. (2012). Hawker Centres as Tourist Attractions: The Case of Singapore. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 849-855.
- Hjalager, A. M. ve Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. Routledge, Londra.
- Hornig, J. S. ve Tsai, C. T. (2010). Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- İğdir, E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sokak Lezzetlerinin Yeri ve Gastronomik Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 101-110.
- Karaoğlan, S. (2020). İslami finans literatürünün retrospektifi: geçmiş ve gelecek öngörülerine üzerine bibliyometrik bir analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(39), 1088-1106.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.
- Khairuzzaman, F., Chowdhury, M., Zaman, S., Al Mamun, A. ve Bari, L. (2014). Food Safety Challenges Toward Safe, Healty and Nutritious Street Foods in Bangladesh. *International Journal of Food Science*, (2014), 1-9.

- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and Validation of A Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2/3), 39-55.
- Kraig, B., & Sen, C. T. (2013). Street Food Around the World. An Encyclopedia of Food and Culture: An Encyclopedia of Food and Culture. Abc-clio, Oxword.
- Lawani, S. M (1981). Bibliometrics: Its Theoretical Foundations, Methods and Applications, *International Journal of Libraries and Information Services*, Cilt: 31(4), ss. 294-315.
- Long L.M. 2004. Culinary Tourism. The University Press of Kentucky, Kentucky.
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M., & López-Cózar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of informetrics*, 12(4), 1160-1177.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Mitchell, R. ve Hall, C.M. (2003). Consuming Tourism: Food Tourism Consumer Behavior. Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macions, N. ve Cambourne, B. (Eds.), *Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets* içinde. Boston; Butterworth-Heinemann.
- Nummedal, M. ve Hall, M., (2006). Local Food and Tourism: An Investigation of the New Zealand South Island's Bed and Breakfast Section's Use and Perception of Local Food. *Tourism Review International*, 9(4), 365-378.
- Özbay, G. (2020). Ulusal ve Uluslararası Platformda Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 670-683.
- Quan, S., ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Renwick, T. (2021). Jay Fai and the Anomaly of the "Good" Street Vendor. *Food, Culture and Society*, 24(1), 127- 141.
- Richards, G. (2012). An Overview of Food and Tourism Trends and Policies. OECD (Ed.), *Food and the Tourism Experience* içinde. OECD Publishing.
- Roever, S. ve Skinner, C. (2016): Street Vendors and Cities. *Environment and Urbanization*, 28(2): 359-374.
- Solunoğlu, A., ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Solunoğlu, A., (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Steyn, N. P. ve Labadarios, D. (2011). Street Foods and Fast Foods: How Much Do South Africans of Different Ethnic Groups Consume?. *Ethnicity & Disease*, 21(4), 462-466.
- Şahin, A. ve Yılmaz, G. (2021). Local food research: a bibliometric review using Citespace II (1970-2020). *Library Hi Tech*.
- Taylor, D. S., Fishell, V. K., Derstine, J. L., Hargrove, R. L., Patterson, N. R., Moriarty, K. W., ve KrisEtherton, P. M. (2000). Street Foods in America-A True Melting Pot. *World Review of Nutrition and Dietetics*, 86 (1), 25-44.
- Torres, R. (2002). Toward A Better Understanding of Tourism and Agriculture Linkages in the Yucatan: Tourist Food Consumption and Preferences. *Tourism Geographies* 4(3), 282-306.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable Tourist Experiences and Place Attachment When Consuming Local Food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548.
- Winter, T., Teo, P., ve Chang, T. C. (2008). *Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism*. Routledge. New York.
- Yayla, Ö. (2021). Sosyal Medya'da Türk Sokak Lezzetleri: Youtube Örneği (Turkish Street Foods in Social). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1379-1400.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. Şengel, S. (Ed.), 10. Aybastı Kabataş Kurultayı: Yerel Değerler ve Yayla Turizmi içinde (28-34 ss.). Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.