

Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(1): 642-659.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.685](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.685)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Türk Turizm Dergilerinde Gastronomi: Gastronomi alışmaları Nereye Gidiyor?

Dr. Öğr. Üyesi Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta:

ezencir@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6668-9961>

Öz

Gastronomi uzun yıllar insan hayatının bir parçası olmakla birlikte bu alandaki bilimsel çalışmalar son yıllarda büyük artış göstermektedir. Gerek uluslararası gerekse ulusal çalışmalarda gastronomi yükselen bir ivme göstermektedir. Alana gerçek anlamda katkının sağlanabilmesi için yapılan çalışmaları değerlendirerek ilerlemek önemlidir. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı ulusal düzeyde gastronomi makalelerinin hangi konularda eğilim gösterdiğinin belirlenmesi olmuştur. ULAKBİM TR Dizin dergilerinde taranan turizm dergileri kapsamında ele alınan bu çalışmada 620 makale incelenmiştir. Bulgular incelendiğinde, gastronomi konusunda yemek ve kültür, operasyonlar, gastronomi turizmi, gıda ve sağlık, gastronomi eğitimi, gıda bilimi olmak üzere altı tema belirlenmiştir. Diğer alanlarda ise pazarlama, yönetim, turizm, medya ve sürdürülebilirlik başlıkları öne çıkmıştır. Araştırma sonucunda en çok dikkati çeken, pazarlama alanındaki çalışmaların fazlalığı olmuştur. Gastronomi alanında yöresel ve yerel konularda yığılma olduğu ve tek bir bölge veya özel bir ürün gibi konulara çokça yer verilirken Türkiye genelini kapsayabilecek yaygın etkiye sahip konuların azlığı da dikkat çekmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Alanı, TR Dizi'nde Taranan Dergiler, Anahtar Kelimeler, Konu Eğilimleri.

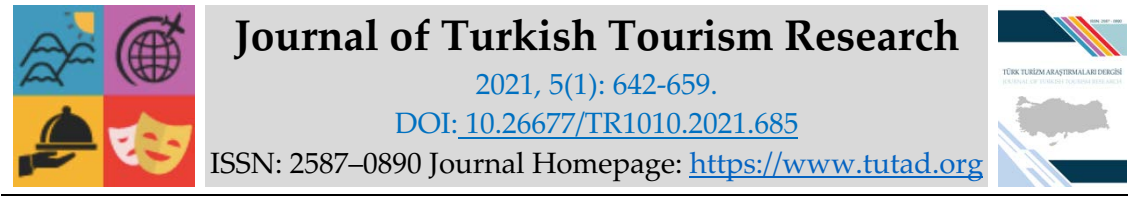
Makale Gönderme Tarihi: 02.01.2021

Makale Kabul Tarihi: 12.03.2021

Önerilen Atıf:

Zencir Çiftçi, E. (2021). Türk Turizm Dergilerinde Gastronomi: Gastronomi alışmaları Nereye Gidiyor?, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 642-659.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Gastronomy in Turkish Tourism Journals: Where the Gastronomy Studies are Headed?

Assistant Prof. Dr. Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail: ezencir@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6668-9961>

Abstract

Gastronomy has been a part of human life for a long time. On the other hand, scientific research in this field is recently increasing. Gastronomy has been gaining an increasing momentum in both international and national studies. It is important to study the fields development. In this context, the main purpose of this study is to investigate the topics of national gastronomy studies. In this research, which is handled within the scope of tourism magazines scanned in ULAKBIM TR Index journals, 620 articles have been examined. Research purposes such as the number of articles, authors, multi-authorship and institution and keywords were examined, and content analysis was used in this context. When the findings were examined, six areas related to gastronomy were identified: food and culture, operations, gastronomy tourism, food and health, gastronomy education and food science. Besides, marketing, management, tourism, media, sustainability and other fields were identified. Results has demonstrated that the most striking issue is marketing and the local issues. Specific products and regions were over studied in the gastronomy field. On the other hand, it was found that topics that may have widespread effects were scarce.

Keywords: Gastronomy Field, Journals Indexed in TR Dizin, Keywords, Subject Trends.

Received: 02.01.2021

Accepted: 12.03.2021

Suggested Citation:

Zencir Çiftçi, E. (2021). Gastronomy in Turkish Tourism Journals: Where the Gastronomy Studies are Headed?, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(1): 642-659.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Gastronomi özellikle son yıllarda rağbet gören konularda ön sıralarda yer almaktadır. Her ne kadar eski bir kavram olsa da hem mutfaklarda hem de akademik alanlarda en çok ilgi çeken konulardandır. Geçmişine bakıldığında mutfağa bilimsel bakışın en eski örneği Savarin'in "Tadın Fizyolojisi" kitabına kadar dayandırılmaktadır. Yemeğin içeriği gibi fizik ve kimyaya dayanan konuların yanı sıra Escoffier zamanında mutfağın bölümlere ayrılması yönetim biliminin konusu altında değerlendirilebilir. Ayrıca tabaktaki ürünlerin mevsimselliği, besin değerleri, beslenme dengesi gibi beslenme ve sağlık konuları; tabaktaki renk uyumu gibi tasarım ilkeleri ile sanat kapsamına giren çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Mutfakta başlayan bu çok yönlülük bilimsel çalışmalara da yansımış, gastronomi konusundaki çalışmalar geniş çapta ele alınmaya başlamıştır.

Gastronominin bilim olup olmadığı yönünde tartışmalar devam ededursun, dünyanın en iyi dergileri olarak nitelendirilen Social Science Citation Index (SSCI) dergiler (örneğin Cornell Hospitality Quarterly, International Journal of Contemporary Hospitality Management, International Journal of Hospitality Management, Journal of Hospitality and Tourism Management, Tourism Management) dahil olmak üzere gastronomi konusu sıkça irdelenmeye başlamıştır. Ülkemizde de çeşitli alanlarda yayımlanan dergilerde gastronomi araştırmaları boy göstermeye başlamış, gastronomi alanında tezlerden, makale ve bildiriye kadar farklı kategorilerde gastronomi çalışmalarında büyük bir artış yaşanmıştır. Son yıllarda açılan gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin lisans ve lisansüstü programları ile sayıları her geçen gün artan gastronomi kongreleri bu ilginin artışında bir katalizör olarak değerlendirilebilir. Diğer yandan, pek çok konuda olduğu gibi insan hayatına girişi eski bile olsa, son yıllardaki gelişmelere paralel olarak çok büyük bir hızla artan gastronomi çalışmalarının yönü belirlenmelidir. Bilimin birbiri üzerine inşası sağlam yapısını oluşturmaktadır. Sosyal bilimlerin değişkenliği dikkate alındığında bu yapının oluşturulması ve desteklenmesinin ne kadar önemli olduğu bir kere daha anlaşılmaktadır. Gastronomi alanındaki çalışmalar söz konusu olduğunda da özellikle sosyal bilimler açısından incelenen çalışmaların birbirini tamamlar nitelikte olması ve bilimi ileri taşıması için arada durup genel resme bakılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmada gastronomi alanındaki ulusal yayınların incelenmesine karar verilmiştir.

LİTERATÜRDEKİ ALAN İNCELEMELERİ

Bilimsel çalışmaların gidişi pek çok araştırmaya konu olmuştur. Genellikle bibliyometri yöntemiyle incelenen bu çalışmalar sayesinde incelenen alanın yazar, kurum, araştırma alanı, araştırma yöntemi, çalışma alanı, veri toplama tekniği, analiz yöntemi, makale sayfa sayısı ve benzeri pek çok bilginin yanı sıra atıfları da incelenmekte ve atıf analizleri gerçekleştirilmektedir. Her bir alana farklı açılardan katkı sağlayan bu çalışmaların hemen hemen bütün bilim dallarında gerçekleştirildiği görülmektedir.

Uluslararası literatür incelemelerine bakıldığında turizm alanında çok sayıda bibliyometrik incelemeye rastlanmaktadır. Turizm dergilerini konu edinen ilk çalışmalardan biri Palmer, Sese ve Montano tarafından 2005'de ele alınmış, etki puanına göre dergi sıralamasının yanı sıra yıllara göre kullanılan istatistiksel analizler incelenmiştir. Konu ile ilgili en genel çalışmalardan bir diğeri Hall'ın 2011'de gerçekleştirdiği araştırmadır. Yazar, turizm alanının geliştirilmesi için turizm dergilerinin kalitesini etki değerleri üzerinden incelemiş ve en iyi turizm dergilerini sıralamıştır. Köseoğlu, Rahimi, Okumuş ve Liu 2016'da öncü dergilerde konu alanları ve alt alanlarını incelemiş, ayrıca yazar ve çok yazarlılık gibi parametreleri ele almışlardır. Leong, Hew,

Tan, Ooi ve Lee (2020), turizm makalelerini yazar, kurum, ülke ve konu gibi çok sayıda değişkene göre değerlendirmiştir.

Turizm dergilerindeki gelişimini izlemeye yönelik çalışmalar dergi ve belirli ülkeler kapsamında da gerçekleştirilmiştir. Örneğin; Law, Leung, Au ve Lee (2013) kaliteye ters yönden baktığı çalışmada atıf almayan makaleleri Asia Pacific ve Tourism Research dergileri üzerinden değerlendirmiştir. Çiçek ve Kozak (2012) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin bibliyometrik profilini incelemiştir. Law, Leung ve Cheung (2012) Cornell Hospitality Quarterly dergisini içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Ülkeler bazında yapılan çalışmalara ise Evren ve Kozak'ın (2014) Türkiye'de yayımlanan makaleleri incelemesi, Köseoğlu, King ve Yıldız'ın (2019) Avustralya Üniversitelerinde görev yapan araştırmacıların makalelerini incelemesi örnek gösterilebilir.

Makale incelemelerinde karşılaşılan bir diğer durum konu temelli incelemelerdir. Makalelerin durumu ve eğilimlerin sistematik incelemelerinde en çok konulara göre turizm makalelerinin incelemeleri bulunmaktadır. Örneğin; Kandampully Keating, Kim, Mattila, ve Solnet (2014) bazı SSCI dergilerdeki servis (food service) konulu makaleleri incelemiştir. Lai, Hitchkok, Yang ve Lu (2018) konuyu biraz daha spesifik boyutta ele alarak hizmet kalitesi üzerine çalışmaları incelenmiştir. Özel ve Kozak'ın (2012) pazarlama araştırmaları, Cheng, Edwards, Darcy ve Redfern (2018) macera turizmi araştırmaları, Wondirad'ın (2019), meta analizi ile eko turizm ve sürdürülebilir turizm konularını ele alması turizm makalelerinde spesifik alt başlıkların incelendiği diğer örneklerdir.

Turizm içinde kendine yer edinmeye başlayan ve özellikle son yıllarda popülerliği artan bir diğer konu gastronomidir. Literatürde gastronomi konulu pek çok araştırma yapılmakta, bu çalışmaların artmasıyla birlikte gastronomi çalışmalarının sistematik analizini konu alan yeni araştırmaları ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Okumuş, Köseoğlu ve Ma'nın (2018) öncü turizm dergilerinde yaptığı araştırmada öncü yazarlar, çok yazarlık, öncü ülke ve kurumlar ve kullanılan araştırma yöntemlerinin detaylarına ilişkin derinlemesine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Gastronomi alanında en çok makale yayımlanan derginin International Journal of Hospitality Management, SooCheong Jang'ın en üretken yazar; Purdue Üniversitesinin alana en çok katkı veren üniversite olduğu tespit edilen çalışmada ABD ezici bir çoğunlukla en çok yayın veren ülke olarak belirtilmiştir. Konu sınırlandırması ise sadece gastronomiye özgü konular olarak literatüre dayandırılmış; gıda bilimi, yemek ve sağlık, yemek ve mutfak operasyonları, yemek ve kültür, yemek ve kültür, gıda güvenliği, gıdaların bulunabilirliği, yemek (gastronomi) turizmi, yemek ve eğitim alt başlıkları kullanılmıştır. Çoğunluğu nicel araştırmalardan oluşan makalelerin ayrıca yöntem bakımından incelemeleri de gerçekleştirilmiştir. Uluslararası dergiler üzerine gerçekleştirilen bir diğer araştırmada Güzeller ve Çeliker (2017) "gastronomy" anahtar kelimesiyle Web of Science Core Collection veri tabanında tarama yaparak farklı sonuçlara ulaşmıştır. Buna göre ABD yine en çok yayın yapılan ülke olurken Harve This en çok atıf alan kişi, Journal of Culinary Science and Technology en fazla atıf patlamasına sahip dergi olarak belirlenmiştir. Yayınlarda kullanılan ortak kelimelere göre sırasıyla gastronomi, Fransız gastronomisi, gıda, moleküler gastronomi, turizm, kimlik, kültür, model, endüstri ve inovasyon en sık tekrarlanan kelimeler olmuştur. Benzer bir diğer çalışmada Nebioğlu (2019) Web of Science'da taranan dergileri ele almış; yayın bilgileri, anahtar kelimeler, atıflar ve ülke işbirlikleri üzerine analizler gerçekleştirmiştir. Buna göre 2000'li yıllarla birlikte büyük bir artış gözlenen yayınlar analiz edildiğinde, en çok makalenin Tourism Management dergisinde yayınlandığı; hospitality, leisure, sports and tourism alanının en çok yayının bulunduğu alan olduğu tespit edilmiştir. Anahtar kelime analizinde en çok kullanılan kelimeler tüketim, turizm, yiyecek, deneyim, yerel yiyecek, model, yönetim, otantizm, kimlik, memnuniyet

olarak sıralanmıştır. En çok atıf alan yazarlar ise sırasıyla Cohen, Hall ve Kim olarak tespit edilmiştir.

Gastronomi konusunda Türkiye’de de çeşitli araştırmalarla durum tespiti çalışmalarına bulunmaktadır. Altaş (2017) Türkçeye tercüme edilen gastronomi kitaplarının bibliyometrik analizini, Şahin, Akdağ, Çakıcı ve Onur (2018), Gastronomi ve Mutfak Sanatları anabilim dalında yayınlanan tezleri, Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay ve Mercan’ın (2017) turizm alanında yazılmış gastronomiye ilişkin tezleri, Tayfun ve arkadaşlarının (2018) yiyecek içecek ile ilgili tezleri, Boyraz ve Sandıkçı’nın (2018) turizm kongreleri, Aktaş Alan ve Şen’in (2020) gastronomi temalı festivaller üzerine yapılan çalışmaları bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmalardır. Ayrıca turizm ve gastronomi kongrelerini, gastronomi konulu makaleleri ve tezleri kapsayan genel bir araştırma da Sandıkçı, Boyraz, Mutlu ve Gökçe (2018) tarafından alana kazandırılmıştır. Bu çalışmada araştırma konuları gastronomi ile ilişkili turizm strateji ve politikaları, gastronomi ve yiyecek içecek endüstrisi, gastronomi turizmi pazarlaması, gastronomi mirası, gastronomik ürünler, gastronominin diğer disiplinlerle ilişkisi, gastronomi destinasyonları ve bölgeler, gastronomide yeni eğilimler, gastronomide sürdürülebilirlik, gastronomi ve medya, gastronomide dernek ve enstitülerin rolü, gastronomide eğitim ve kariyer, uluslararası gastronomi ve gastronomi alan yazını başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Bunların yanı sıra ulusal alanda gastronomi turizmi (Ercan, 2020; Çuhadar ve Morçin, 2020), yöresel yiyecekler (Ayaz ve Türkmen, 2018), restoranlarda bahşiş (Yılmaz, 2017) gibi gastronominin alt başlıkları olarak değerlendirilebilecek araştırmalarla da karşılaşmak mümkündür. Bütün bu çalışmalar bir anlamda gastronomi alanında yapılan yayınların zenginliğine işaret etmektedir. Hem yayın sayısının fazla olması hem de yayınları inceleyen çalışmaların varlığı konuya verilen önemi göstermesi bakımından dikkat çekicidir.

Toparlamak gerekirse, literatürde alan incelemelerine yönelik çalışmalar uzun yıllardır yapılmaktadır. Yeni sayılabilecek bir alan olan gastronomide de bu yönde çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Gastronomi araştırmalarını inceleyen çalışmalarda tez, makale, bildiri gibi farklı alanlardaki yayınlar ele alınırken en çok alt başlıklar inceleme konusu olmuştur.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı ulusal düzeyde taranan dergilerde gastronomi alanında yayımlanan makalelerin anahtar kelimeler üzerinden incelenerek konu eğilimlerinin tespit edilmesidir. Literatürde görüldüğü gibi uluslararası yayın incelemeleri öncü olarak değerlendirilen SSCI dergiler üzerinden yapılmakta; en çok atıf alan makalelerin, dergilerin ve kurumların alana katkısı belirlenmektedir. Türkiye’de ulusal düzeyde yayınlarda ise ULAKBİM TR Dizin’de taranan dergiler öncü olarak nitelendirilebilir. Bu bağlamda araştırma TR Dizin’de taranan turizm dergileri ile sınırlandırılmıştır. Gastronomi çalışmalarına fen bilimleri veya sosyal bilimlerin birçok farklı disiplininde karşılaşmak mümkündür. Ancak lisans seviyesinde temel eğitimin genellikle Turizm Fakülteleri bünyesinde veriliyor olması dikkate alınarak araştırma kapsamı turizm dergileriyle sınırlandırılmıştır. Buna göre araştırma sorusu; *TR Dizin’de taranan turizm dergilerinde gastronomi alanındaki makalelerde en çok hangi konular ele alınmaktadır?* olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında cevap aranan sorular şunlardır: Makalelerin yıllara göre nasıl dağılmaktadır? Gastronomi konusunda en çok yayın yapan dergiler hangileridir?, Kaç yazar alana katkı sağlamıştır? Yazarlar kaç makale ile katkı sağlamıştır?, En çok katkı sağlayan yazarlar kimlerdir?, Çok yazarlılık durumu nasıldır?, Ortak yazarlı çalışmalarda kurum işbirlikleri nasıldır, aynı kurumdan mı farklı kurumlardan mı işbirliği yapılmaktadır?, Katkı veren kurum sayısı kaçtır?, Kurumların devlet, vakıf ve yurtdışı olma durumuna göre dağılımı nasıldır?, En çok katkı veren kurumlar hangileridir?, En çok tekrarlanan anahtar kelimeler hangileridir?,

Anahtar kelimeler hangi temalar altında yer almaktadır?, En çok hangi işletme türünde araştırma gerçekleştirilmiştir?, En çok hangi ürünler üzerine araştırma gerçekleştirilmiştir?, En çok nerelerde araştırma gerçekleştirilmiştir?

Araştırma, gastronomi biliminin gelişiminde farkındalığın artırılması, alanın gelişmesine katkı vermesi ve bir anlamda koordinasyonun sağlanması açısından önemlidir. Literatürde uluslararası çalışmaların incelendiği makalelerde belirtildiği gibi bu tarz çalışmalar, incelenen bilimin gelişimi için önemli birer kaynak niteliğindedir. Bu çalışmada ulusal düzeydeki gelişimin değerlendirilmesi yapılacaktır. Böylece uluslararası düzeyde yayın yapan dergilerdeki gastronomi çalışmaları ile kıyaslama yapılması da mümkün olacaktır. Araştırmanın, bilim insanlarına gastronomi alanında yığılmalar ve boş alanlara yönelik bir projeksiyon sağlaması açısından da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada nitel bir araştırma yürütülmüştür. Araştırma amacı doğrultusunda veri toplamada ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. TR Dizin resmi sayfasında Kasım 2020 itibarıyla, sadece 'turizm' alanında faaliyetine devam etmekte olan 6 dergi tespit edilmiş ve yine sayfada listelenen makaleler araştırma kapsamına alınmıştır. Turizm alanında daha önceden taranan Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi 2002-2007 yılları arasında faaliyette bulunduğu ve günümüzde üniversitenin sosyal bilimler dergisi olarak faaliyetine tekrar başladığı için araştırma dışında tutulmuştur.

Veri tabanı üzerinden elde edilen veriler 2019 yılına kadar olduğu için tespit edilen dergilerin web sayfaları incelenerek henüz TR Dizin istatistiklerinde yer almayan makaleler de araştırmaya dahil edilmiştir. Makalelerin belirlenmesinde makalelerin adı esas alınmış ve gastronomi ile ilgili tespit edilen bütün kavramlar dikkate alınmıştır. Restoran, yiyecek, içecek işletmeleri, yiyecek, içecek, yöresel mutfaklar, mutfak, yemek, servis, gıda bilimi, beslenme, gastronomi eğitimi, gibi genel ifadelerin yanı sıra özel isim veya özel ürünler de kapsama dahil edilmiştir. Örneğin; zeytin, peynir, Bafra pidesi, Emine Göğüş Mutfak Müzesi gibi. Tarama sonrasında toplamda 620 makale incelemeye alınmıştır. Dergilerin genel bilgileri ve makale sayılarına Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. TR Dizin'de Taranan Turizm Dergilerine Ait Bilgiler

Dergiler*	Yayıma Başladığı Yıl	Tarandığı Yıllar	Makale Sayısı	Gastronomi Konulu Makale Sayısı
Advances in Hospitality and Tourism Research	2013	2013-2020	80	13
Anatolia	1990	2005-2020	317	17
Turizm Araştırmaları Dergisi	2013	2014-2020	774	459
Journal of Tourism and Gastronomy Studies	2004	2012-2020	234	35
Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	2014	2014-2020	160	27
Turizm Akademik Dergisi	2017	2018-2020	368	69
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi				
TOPLAM			1933	620

*Sıralama alfabetik olarak verilmiştir.

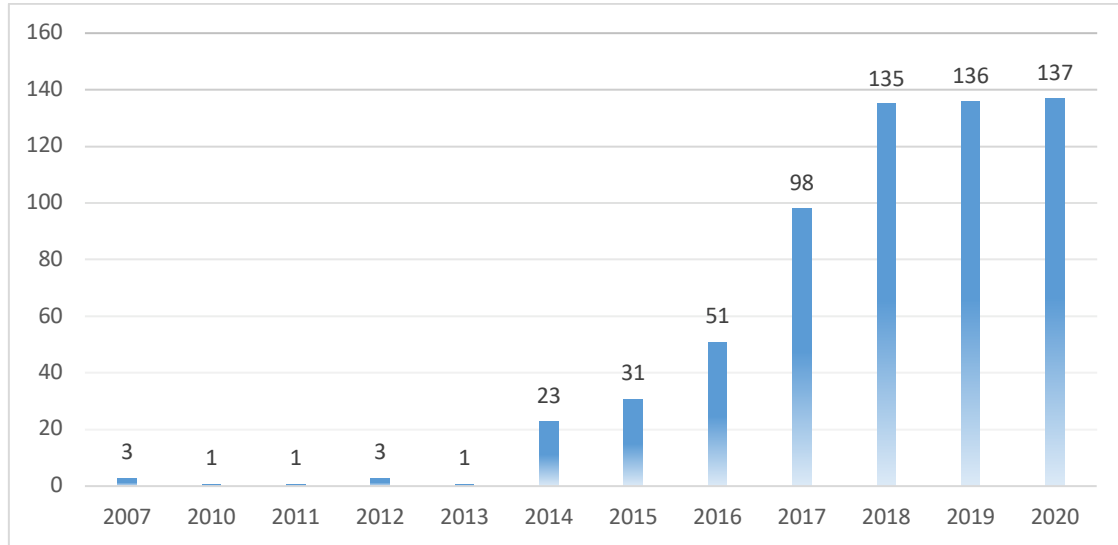
Literatürde görüldüğü gibi benzer çalışmalarda pek çok farklı değişken incelenebilmektedir. Bütün değişkenlerin tek bir çalışmada incelenmesi ise çalışma odağının dağılması açısından tercih edilmemektedir. Bu çalışmada da araştırmanın temel amacına uygun olarak anahtar kelimelerin analiz edilmesine karar verilmiştir. Bu noktada ayrıca Okumuş ve arkadaşları (2018),

Güzeller ve Çeliker (2017), Nebioğlu (2019) ve Sandıkçı ve arkadaşlarının (2018) çalışmaları da dikkate alınmıştır.

Verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, araştırmacı tarafından tanımlanmış araştırma sorusu açısından önem arz eden anlam içerikleri üzerinde odaklaşan bir arama ve tarama stratejisidir (Gökçe, 2006: 17). İçerik analizinde kullanılan teknikler frekans analizi, kategorisel analiz, tematik analiz, değerlendirici analiz, ilişki analizi gibi farklı analizler olabileceği gibi birden fazla tekniğin kullanılması da mümkündür. Örneğin, kategoriler temalara göre ayrılarak tematik analiz gerçekleştirilebilir ve bunun üzerinden frekans analizi yapılabilir (Bilgin, 2006). Bu çalışmada da önce literatür dikkate alınarak 6'sı gastronomi ile ilgili, 6'sı genel konular çerçevesinde olmak üzere toplam 12 tema oluşturulmuş, anahtar kelimeler bu temaların altına yerleştirilmiştir. Ardından her tema kendi içinde alt temalar veya doğrudan anahtar kelimeler olarak sayılmıştır. İşletme grupları, ürün ve araştırma alanı ise ayrı başlık olarak ele alınmıştır. Ayrıca yazar, çok yazarlılık durumu, birden fazla yazarlı makalelerde yazarların hangi kurumlardan katıldığı ve kurum bilgilerinin frekanslarına bakılmıştır. Araştırmada değerlendirilen dergilerin yayına başlama tarihleri ve sayı başına makale sayılarındaki farklılık dikkate alınarak bulgularda dergilerin yıllara göre karşılaştırılmasına yer verilmemiştir.

BULGULAR

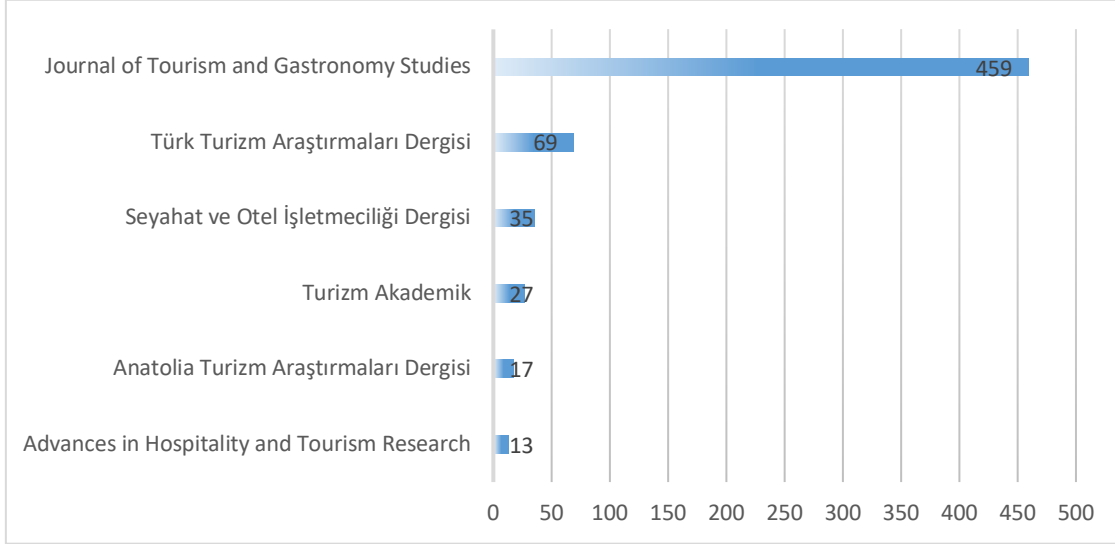
Araştırma kapsamında 620 makale incelenmiştir. Bu makalelerin yıllara göre dağılımı Grafik 1'de gösterilmiştir.



Grafik 1. Gastronomi Konulu Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Grafikte açıkça görüldüğü gibi gastronomi konusunda makaleler 2014 yılında ivme kazanmaya başlamış ve yükselişe geçmiştir. 2018 yılından itibaren ise belli bir ortalamada makale yayımlandığı görülmektedir. Tablo 1'de görüldüğü gibi 2013-2014 yıllarında taranan dergi sayısında artış yaşanmış, bu da makale sayılarını etkilemiştir. Diğer taraftan hem dergi sayısının artması hem de gastronomi makalelerinin sayısının artması eğitimdeki değişikliklerle ilgili olabilir. Bilindiği gibi Türkiye'de turizm eğitimi veren kurumlar 2013-2014 yıllarından itibaren fakülte kimliği kazanmış, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri bu tarihten sonra eğitim hayatına başlamıştır. Dolayısıyla bu gelişmelerin makale sayısını etkilediği düşünülebilir.

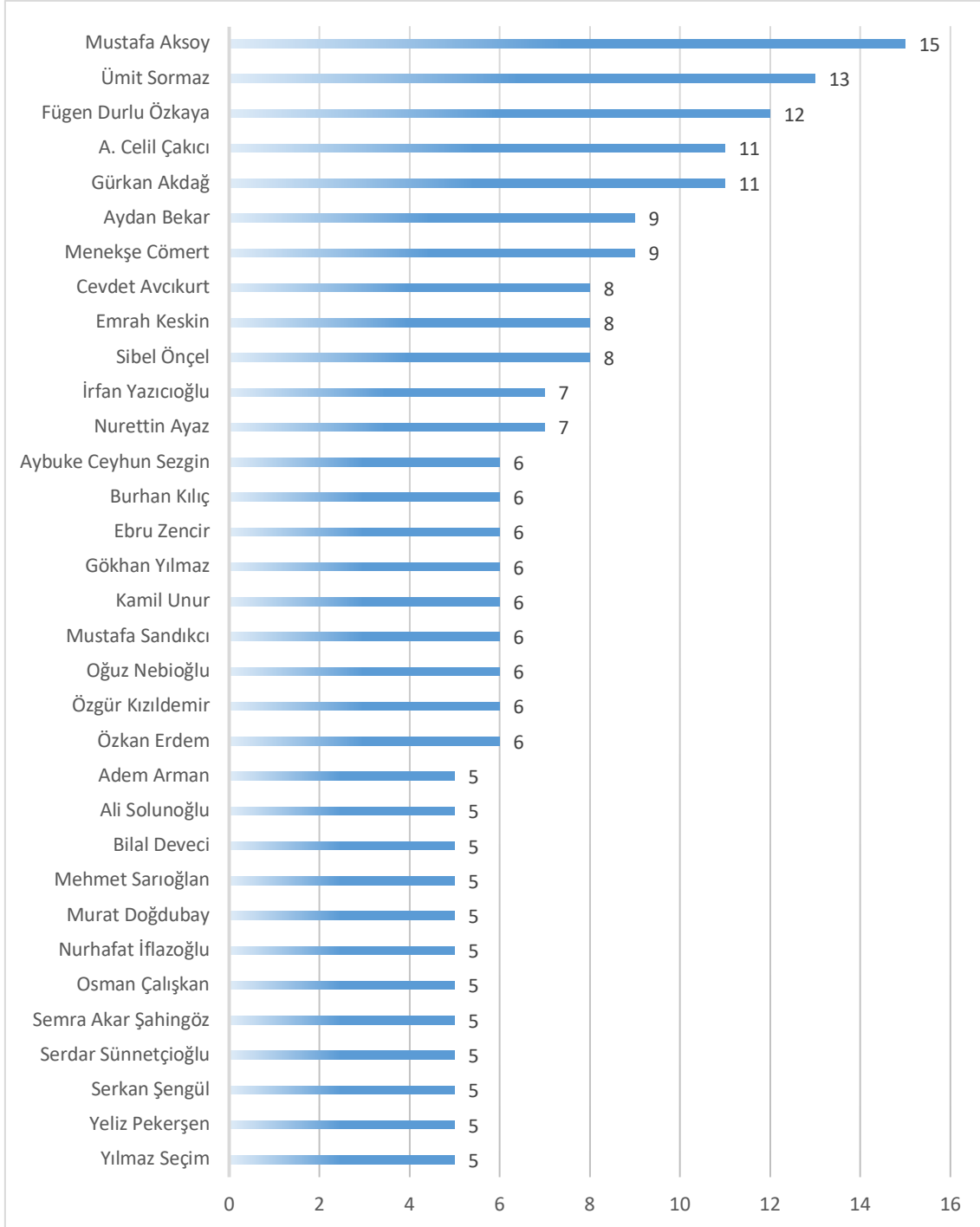
İncelenen dergiler listesinde görüldüğü gibi (Tablo 1) iki dergi dışında kalan dergilerin yayın hayatına yakın zamanda başladıkları görülmektedir. TR Dizin’de dizinlenme tarihleri açısından bakıldığında ise bir dergi hariç bütün dergilerin 2012 yılı sonrasında dizinlenmeye başladığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan dergilerin yayın hayatına başlama tarihleri ile gastronomi konulu makale sayıları doğru orantılı değildir (Grafik 2).



Grafik 2. Gastronomi Konulu Makale Sayılarına Göre Dergi Sıralaması

Grafik 2’de görüldüğü gibi Journal of Tourism and Gastronomy Studies, önemli bir farkla en çok yayın tespit edilen dergi olmuştur. Bu da derginin 7 yıl içerisinde yıllık ortalama 66 makaleyi gastronomi konularına ayırdığını göstermektedir. Bu durum yılda 4 sayı ve bazı yıllarda özel sayılar çıkaran dergide sayı başına makale sayısının fazla olmasıyla açıklanabileceği gibi dergi adına gastronomi kelimesinin yer alması ile de ilişkilendirilebilir. Diğer taraftan yayın hayatına en son başlayan Türk Turizm Araştırmaları Dergisi’nin yayın sayısının oransal olarak fazlalığı da dikkat çekicidir. Genel olarak dergilerin yayın politikasıyla açıklanabilecek bu durum neticesinde gastronomi alanında en çok katkı veren dergilerin Journal of Tourism and Gastronomy Studies ve Türk Turizm Araştırmaları Dergisi olduğu görülmektedir.

Araştırma sorularından bir diğeri alana en fazla katkı sağlayan yazarlar olduğu için çalışmanın bu bölümünde gastronomi çalışmalarının yazarlarına yer verilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda gastronomi alanında katkı sağlayan 830 yazar tespit edilmiştir. Bu yazarların 571’i sadece 1 yayını yapmıştır. 2 yayını bulunan 144, 3 yayını bulunan 54 yazar, 4 yayını bulunan 28 yazar 5 ve üzeri yayını bulunan toplamda 33 yazar olduğu tespit edilen bir diğer bulgudur. Bu durum alana katkının geniş bir kitle tarafından gerçekleştirildiği şeklinde değerlendirilebilir. Diğer taraftan katkının en çok kimler tarafından gerçekleştirildiği de önemsenen konulardandır. Literatürde pek çok çalışmada ‘araştırma liderleri’ merak edilmekte ve inceleme konusu yapılmaktadır (Zhao ve Ritchie, 2007). Bu çalışmada da en çok yayın yapan yazarlar Grafik 3’de listelenmiştir.



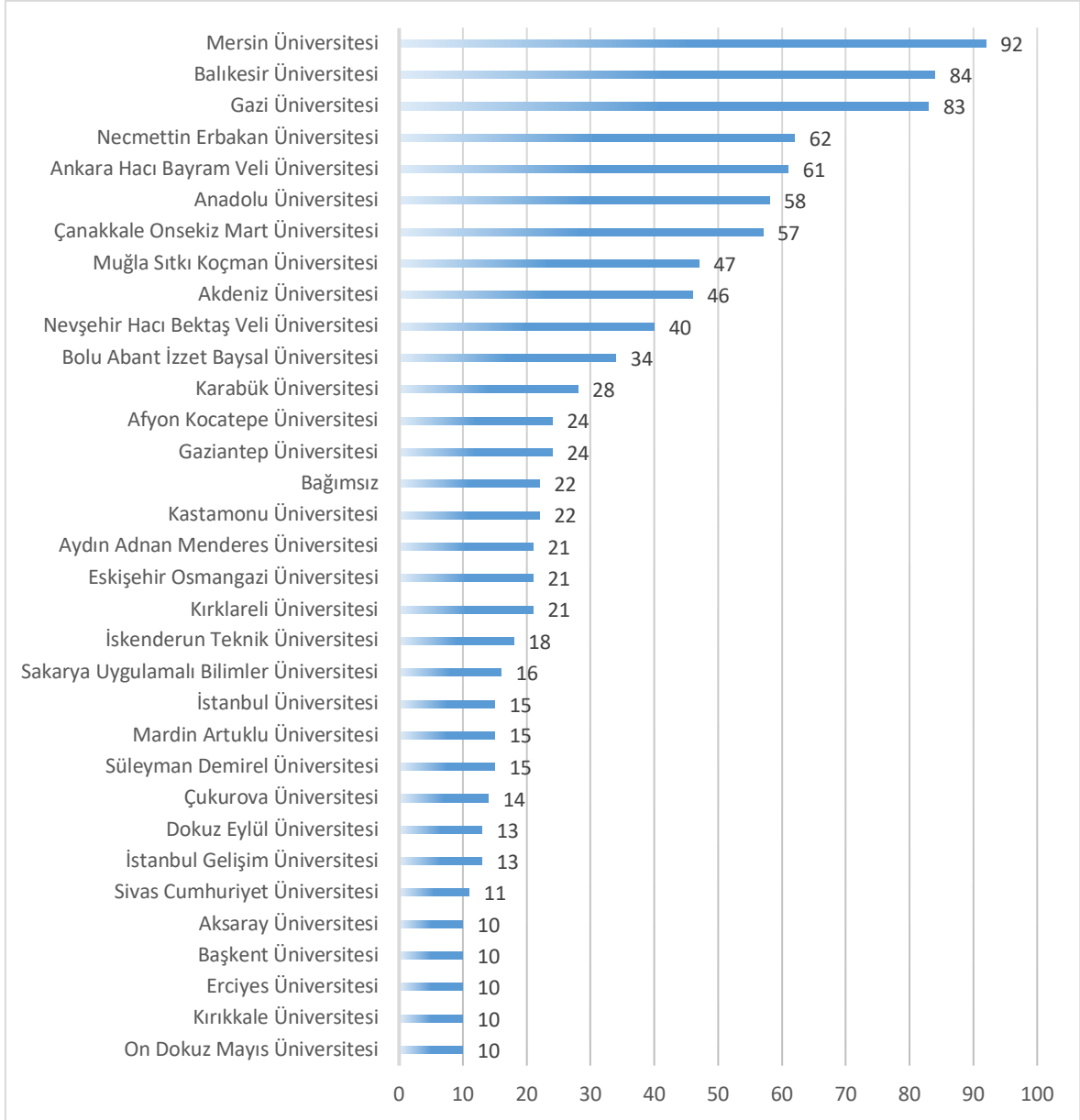
*Sıralama içinde alfabetik olarak düzenlenmiştir

Grafik 3. TR Dizin’de Taranan Dergilere Gastronomi Alanında En Çok Katkı Veren Yazarlar*

Bu noktada üzerinde durulması gereken konu araştırmanın sadece TR Dizin’de taranan turizm dergilerinde yapılmış olmasıdır. Bu bağlamda listede yer alan yazarların alana önemli katkıları yadsınmamakla birlikte SSCI veya diğer taranan dergilerin ve turizm dışında (örneğin sosyal bilimler dergileri) yayın yapan dergilerin de taranmasıyla elde edilecek bir liste sonucunda gastronomi literatürüne en çok katkı yapan yazarlar ifadesinin kullanılması daha doğru olacaktır.

Çalışma kapsamında toplamda 620 makalenin değerlendirildiği dikkate alındığında çok yazarlılık durumunun yüksek olduğu tahmin edilebilir. Bu noktada araştırmada çok yazarlılık durumları da incelenmiştir. Buna göre tek yazarlı 112 makale (%18), 2 yazarlı 334 (%53,9) makale, 3 yazarlı 121 makale (%19,5), 4 yazarlı 45 makale (%7,3), 5 yazarlı 6 makale (0,9) ve 6 yazarlı 2 makale (0,3) olduğu tespit edilmiştir. Çok yazarlılıkta kurumsal bir değerlendirme yapılabilmesi için makale yazarlarının kurumları da incelenmiştir. Buna göre 284 makalenin aynı kurum yazarları tarafından kaleme alındığı görülürken, 224 makalenin farklı kurum yazarları tarafından yazıldığı görülmüştür. Bu bağlamda kurum içi ortaklığın daha fazla olduğu söylenebilir. Kurumlar arası işbirliğinin de azımsanmayacak kadar çok olduğu dikkat çekmektedir.

İncelenen bir diğer konu, katkı veren kurumlar olmuştur. Araştırmada, toplamda 145 farklı üniversiteden alana katkı sağlandığı tespit edilmiştir. Ayrıca üniversite bünyesinde olmayan kurumlar da söz konusudur. Böylece gerek özel sektör gerekse meslek liseleri gibi üniversite bünyesinde bulunmayan yazarlar tarafından da gastronomi bilimine katkı sağlandığı anlaşılmıştır. Bu bağımsız kurumlar arası anlamlı bir birliktelik olmadığı için sadece "bağımsız" olarak ifade edilmesi uygun görülmüştür. 145 farklı üniversite ise son derece yüksek bir sayı olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de vakıf, devlet, yurtdışı ve KKTC kapsamında Gastronomi ve Mutfak Sanatları programlarının sayısı fakülte bünyesinde 102 ve yüksekokul bünyesinde 53 program bulunmaktadır. Ayrıca önlisans düzeyinde açılık bünyesinde 167 program yer almaktadır (www.yokatlas.yok.gov.tr). Bu bağlamda kurum katkısının çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. Diğer taraftan incelenen makalelerin bir kısmının yabancı yazarlarca kaleme alındığı, dolayısıyla yurt dışı kurumların da bu sayı içerisinde yer aldığı unutulmamalıdır. Üniversitelerin incelenen yıllar içerisinde bölünerek farklı isimlerde yeniden katkı sağlaması ve gastronomi bölümünün bulunmadığı üniversiteler tarafından da katkı sağlanmış olabileceği de yine dikkate alınmalıdır. Tespit edilen 145 üniversitenin 84'ü devlet, 33'ü vakıf, 25'i yurt dışında faaliyet gösteren üniversitelerdir. Kurumların sayısal olarak katkıları incelendiğinde bu üniversitelerden 44'ünün sadece 1'er makaleyle katkı sağladığı görülmüştür. 2'şer makaleyle 18, 3'er makaleyle 13, 4'er makaleyle 12 üniversiteden alana katkı sağlanmıştır. 7 kurum (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi) 5 makale ile, 8 kurum (Atatürk Üniversitesi, Beykent Üniversitesi, Bozok Üniversitesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi) 6 makale ile, 3 kurum (İstanbul Arel Üniversitesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi ve Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi) 7 makale ile, 4 kurum (Hitit Üniversitesi, İstinye Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi, Sinop Üniversitesi) 8 makale ile ve 4 kurum (Ankara Üniversitesi, Bartın Üniversitesi, Makarere Üniversitesi (Uganda) ve Pamukkale Üniversitesi) 9 makale ile katkı sağlamıştır. 10 ve daha fazla makale ile alana katkı sağlayan kurumlar Grafik 4'te gösterilmiştir.



*Sıralama içinde alfabetik olarak düzenlenmiştir

Grafik 4. En Çok Katkı Veren Kurumlar*

Yukarıda görüldüğü gibi makale katkısı en yüksek olan 33 üniversite grafiğe alınmıştır. Diğer taraftan grafik okunurken üniversitelerin bölünmesi veya isim değişiklikleri yaptığına da dikkat çekmek gerekmektedir. İncelenen süreç içerisinde bazı üniversiteler bölünerek başka isimle akademik faaliyetlerine devam etmiştir. Dolayısıyla bu listede de farklı isimle temelde aynı kurumun katkısı olduğu söylenebilir. Örneğin Gazi Üniversitesi- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi olarak veya Sakarya Üniversitesi- Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi olarak bölünmüştür. Bu grafik oluşturulurken yapılan değişiklik bilinmekle birlikte beyan esas alınmıştır.

Çalışma kapsamında 2407 anahtar kelime incelenmiştir. Buna göre öncelikle kelimelere içerik analizi uygulanmış ve en çok tekrarlanan kelimeler tespit edilmiştir. Buna göre en çok

tekrarlanan kelimeler sırasıyla gastronomi (139), yöresel (100), yiyecek içecek işletmeleri (69), gastronomi turizmi (57), turizm (56) ve beslenme (55) olmuştur. Literatürde incelenen uluslararası gastronomi makaleleri ile karşılaştırıldığında Güzeller ve Çelikel'in (2017) tespit etmiş olduğu anahtar kelimeler ile sadece 'turizm' kelimesinin doğrudan örtüştüğü görülmektedir. Nebioğlu'nun (2019) çalışmasındaki kelime analiziyle de 'turizm' ve yöresel karşılık olarak 'yerel yiyecek' kelimelerinin uyumlu olduğu anlaşılmıştır. Diğer taraftan anahtar kelimelerin alt temalar oluşturularak incelenmesiyle literatürle daha uyumlu ve karşılaştırılabilir sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir. Daha kapsamlı analizler için araştırmanın bu aşamasında temalar oluşturulmuştur.

Tablo 2. Temalara Göre Anahtar Kelimeler

Gastronomi Konuları			Genel Konular		
Tema	n	En Sık Tekrarlanan Alt Tema/ Kelime Örnekleri	Tema	n	En Sık Tekrarlanan Alt Tema/ Kelime Örnekleri
Yemek ve Kültür	299	Yöresel (100) Yerel (26) Türk mutfağı (25) Mutfak kültürü (19) Sokak lezzetleri (15)	Pazarlama	325	Müşteri (33) Destinasyon (27) Korku (16) Marka (14) Fiziksel kanıtlar (11)
Operasyonlar	214	Aşçı (20) Gıda güvenliği (18) Mutfak (15) Menü (15) Moleküler gastronomi (12) Pişirme (5)	Yönetim	192	Yenilikçilik (10) Meslek algısı (8) İş tatmini (7) İşten ayrılma niyeti (7)
Gastronomi Turizmi	81	Gastronomi Turizmi (57) Yemek turizmi (2) Gastronomi şehri (2)	Turizm	131	Turizm (56) Turist (5) Hizmet (4) Festival turizmi (4)
Gıda ve Sağlık	79	Beslenme (55) Hijyen (14) Sağlık (7) Hastalık (3)	Medya	52	Sosyal medya (15) TripAdvisor (12) Web siteleri (3)
Gastronomi Eğitimi	65	Gastronomi eğitimi (10) Gastronomi ve mutfak sanatları (6) Eğitim (5) Üniversite öğrencileri (4)	Sürdürülebilirlik	50	Sürdürülebilirlik (22) Atık (12) Yeşil uygulamalar (11) Gıda israfı (5)
Gıda Bilimi	25	Antioksidan aktivite (2) Fermentasyon (2) Etnobotanik (2)	Diğer Alanlar	-	Tarih (24) Sosyoloji (21) Sanat (14) Muhasebe (11) Teknoloji (11)

Çalışmada öncelikle kategoriler oluşturulmuş ve bu kategoriler literatürdeki temalar dikkate alınarak gruplandırılmıştır. Ayrıca çalışmada kümelenen bazı kategoriler de yine farklı temalar olarak kodlanmıştır. Buna göre 12 tema tespit edilmiştir. Temalar altında yer almayan

“gastronomi” ve “yiyecek içecek” kelimeleri ayrıca sayılmıştır. Yine temalar altına girmeyip bir bütünlük oluşturmayan ve sadece bir defa tekrarlanan kelimeler ayrı tutulmuştur.

Temalar oluşturulurken doğrudan gastronomi ile ilişkili olduğu düşünülen temalar ve genel konular ayrı ayrı ele alınmıştır. Doğrudan ilişkili olanlar Okumuş ve arkadaşları (2018) çalışması esas alınarak oluşturulmuştur. Genel alanlar için ise Okumuş ve arkadaşlarının yanı sıra Sandıkcı ve arkadaşları (2018) dikkate alınmıştır. İlgili ana başlıklar gastronomi ve eğitim, gastronomi turizmi, gıda bilimi, operasyonlar (culinary operations- pişirme, servis, gıda güvenliği vb), gıda ve sağlık, yemek ve kültür olmak üzere 6 temada toplanmıştır. Genel konular olarak temalandırılan başlıklar ise medya, pazarlama, sürdürülebilirlik, turizm ve yönetim başlıkları altında kümelenmiştir. Buna göre anahtar kelimelerin tematik analizi Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi gastronomi ile ilgili konulardan en çok çalışılanı yemek ve kültürdür. Bunu sırasıyla operasyonlar, gastronomi turizmi, gıda ve sağlık, gastronomi eğitimi ve gıda bilimi takip etmektedir. Gastronomi bilimi altında genellikle fen bilimleri konularının çalışıldığı düşünüldüğünde bu durum olağan kabul edilebilir. Genel konular dikkate alındığında ise pazarlama konusundaki çalışmaların önemli bir farkla fazlalığı görülmektedir. Yönetim ve turizm alanları da azımsanamayacak kadar fazladır. Dergi alanlarının turizm olması turizm konulu makalelerin çokluğunu açıklamakla birlikte pazarlama ve yönetim konusunun sıklığı genel olarak gastronomi biliminin bu disiplinlerden sıkça yararlandığı şeklinde yorumlanabilir. Öyle ki, gastronomi alanında en sık işlenen yemek ve kültür konusunun sıklığı pazarlama çalışmalarının altında kalmaktadır. Diğer taraftan sadece konu başlıkları ile gastronomiyi konumlandırmak doğru olmayacaktır. Literatürde makalelerin yöntemine ilişkin analizler de yapılmaktadır. Bu çalışmada ise yöntemler anahtar kelimeler üzerinden incelenmiştir. Buna göre makalelerde kullanılan araştırma yöntemleri bibliyometri (11) ve nitel araştırma (6) ile ifade edilirken içerik analizi, kişi ilişkilendirme testi, sosyal ağ analizi, duyuşsal analiz, SWOT analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Konu ile ilgili bir genelleme yapılabilmesi için ise incelenen makalelerin tamamının araştırma yöntemlerinin de analize tabi tutulması gerekir.

Çalışma sırasında temalar içerisine yerleştirilmeyen ancak anahtar kelimeler içinde önemli bir yer tutması ve gastronomi alanına katkı sağlama bakımından araştırmaların yapıldığı işletme türleri, çalışma sahaları, incelenen ürünler ayrıca ele alınmıştır. Bu bağlamda bahsi geçen konularla ilgili anahtar kelimeler de analiz edilmiştir. Bulgular Tablo 3’de aktarılmıştır.

Tablo 3. İşletme, Ürün ve Araştırma Alanı Bulguları

Kategori	İşletme Grupları	Ürün	Araştırma Alanı
Anahtar Kelime-Alt Tema* Örnekleri	Yiyecek İçecek İşletmeleri (93) Konaklama İşletmeleri (32)	İçecekler (26) Zeytinyağı (6) Baharat (5) Ekmek (4) Et (4) Mantar (4)	Türkiye (12) İstanbul (12) Gaziantep (8) Hatay (8) Kapadokya (6) Mersin (6) İzmir (5)
Toplam	137	139	97

*İşletme grupları altındaki ifadeler ve ürün kategorisinde ‘içecekler’ alt temalar olarak oluşturulmuştur.

Tabloda ürün ve araştırma alanı sayıları dikkati çekmektedir Tablo 3’deki içecekler kategorisinin altında tekrarlanan kelimelere bakıldığında kahve (7) ve şarap (4) kelimelerinin sık tekrarlandığı görülürken özellikle bir defa işlenen ürün sayısının fazlalığı dikkat çekmektedir. Boza, bulgur, çikolata, havuç gibi genel gıda ürünlerine ilişkin anahtar kelimelerin yanı sıra çok spesifik ürünün de inceleme konusu olduğu görülmüştür. Araştırma alanı kategorisinde de benzer bir durum söz konusudur. Türkiye, İstanbul, Gaziantep veya Hatay gibi gastronomide öne çıkan alanlarda çalışmaların yapılması beklenen bir sonuçtur. Bunun yanı sıra bölgeler ve iller bazında araştırmalar da yapılmış, hatta ilçe, belediye ve köyler çerçevesinde araştırmalar gerçekleştirilmiştir.

İçerik analizinde önemli olduğu düşünülen bir diğer konu özel başlıkların incelenmesi olmuştur. McDonalds, Tahmin Kahvehanesi, Emine Göğüş Mutfak Müzesi, Ateşbaz-1 Veli, İbn Sina gıda reçeteleri gibi 24 madde bulunmuştur. Bir anlamda örnek olay incelemesi olarak değerlendirilebilecek bu kelimelerin gastronomi alanında derinlemesine incelenmesi gereken özel konular olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Gastronomi hem dünyada hem de Türkiye’de hızla gelişen bir alan olarak göze çarpmaktadır. Sektörel gelişmelere paralel olarak bilimsel çalışmalar da hızla artmakta, araştırma konuları çeşitlenmektedir. Uluslararası araştırmalarda olduğu gibi Türkiye’de de öncü dergilerde gastronomi makalelerinin sayısı artış göstermektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, ULAKBİM TR Dizin’de taranan turizm dergilerinde yayınlanan gastronomi konulu makalelerin anahtar kelimelerinin incelenmesidir. Böylece Türkiye’de gastronomi literatürünün ne yönde ilerlediği tespit edilmeye çalışılmış ve uluslararası yazın ile Türk yazınının karşılaştırılmasına olanak sağlanmıştır. Araştırmada ayrıca en çok katkı veren yazarlar ve kurumlar da incelenmiştir.

Araştırma sonucunda en çok katkı veren yazar ve kurumlar listelenmiş olmakla birlikte yukarıda belirtildiği gibi bu araştırmanın kapsamında olmayan dergiler de bulunduğu için değerlendirilmeyen çok sayıda yazar ve kurum olabilir. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında ortaya çıkan tablo için sadece TR Dizin’de taranan ve turizm alanında yayın yapan dergilerde en çok katkı sağlayanlar denebilir. Katkı sağlayan kurumlar listesi incelendiğinde özellikle uzun yıllardır yüksek okul olarak veya başka bir fakülte altında yer alan turizm bölümlerine sahip üniversitelerin, listenin üst sıralarında olduğu görülmektedir. Bu, aynı zamanda bu üniversitelerde turizm konusunda uzmanlaşmış akademisyenlerin varlığına da işaret etmektedir. En çok katkısı olan kurumlar ile yazarlar listesine bakıldığında belli bir oranda uyumlu olduğu söylenebilir. Ancak bu konuda kesin yargılara varılabilmesi için farklı araştırmalara ihtiyaç vardır. Yazar analizlerinin derinlemesine gerçekleştirildiği çalışmalarda (örneğin Zhao ve Ritchie, 2007; Türktarhan, 2013) yazarlar kurumları ve eğitim geçmişleriyle de incelenmekte ve daha derinlemesine analizler sayesinde isabetli çıkarımlar yapılabilmektedir. Diğer taraftan hizmet verilen kurumun şartları, yazarın eğitim altyapısı, yabancı dil bilgisi, akademik yükseltme şartları yayın sayısında etkili olabilir.

Yayın eğilimlerinin anlaşılabilmesi için gerçekleştirilen kelime analizi sonucunda literatürle örtüşen başlıklardan çok farklılaşan konular dikkati çekmiştir. Öncelikle dikkati çeken gastronomi araştırmalarında özellikle pazarlama başta olmak üzere yönetim gibi farklı alanlarda yayın sayısının fazla olmasıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi sadece pazarlama alanında yapılan çalışmalar bile gastronomi alanında en sık işlenen konudan fazladır. Bu bulgu gastronominin disiplin olması yönündeki tartışmaları akla getirirken yazarların konu seçiminde bu kaygıyı

taşıdıkları şeklinde de yorumlanabilir. Seyitoğlu ve Çalışkan (2018) gastronominin akademik bir disiplin olup olmadığını sorguladıkları çalışmalarında gastronominin henüz akademik bir disiplin olmanın koşullarının tamamını karşılamadığını, ancak olumlu gelişmelerin yaşandığını belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda çıkan konu dağılımı Seyitoğlu ve Çalışkan'ın araştırmasını destekler niteliktedir.

Araştırma sonucunda özellikle yemek ve kültür ile operasyonlar temalarında bir yığılma olduğu görülmektedir. Operasyonlar teması, içerik olarak çok farklı konuları kapsadığı için alt temalara ve kelimelere bakıldığında aynı oranda çeşitliliğin yakalandığı söylenebilir. Diğer taraftan yemek ve kültür teması kapsamında yöresel ve yerel kelimelerinin sıklığı benzer konuların fazla işlendiği yönünde yorumlanabilir. Her ne kadar ulusal düzeyde yayınlar incelenmiş olsa da gastronomi alanına katkı verilebilmesi için uluslararası konuların işlenmesi, bilime katkı anlamında daha etkili olabilir. Yemek ve kültür teması ürün ve araştırma alanı başlıklarıyla birlikte değerlendirildiğinde, spesifik ürünler ve spesifik yerler üzerine yapılan araştırmaların azımsanmayacak kadar çok olduğu görülmüştür. Diğer taraftan henüz yeni sayılabilecek gastronomi disiplininin teoriler, paradigmlar ve diğer disiplinler çerçevesinde incelenmesi, konuların bu bağlamda irdelenmesi alana daha önemli katkılar sağlayabilir. Yöresel ve yerel ürünler gastronomi alanında çok önemli bir yere sahip olmakla birlikte proje bazlı çalışmalara ele alınması önerilebilir. Böylece ürünlerin tek tek ele alınması yerine daha kapsamlı çalışmalarla daha fazla ürünün tek başlıkta incelenmesi veya tek bir ürünün Türkiye genelinde incelenmesi gibi daha kapsamlı çalışmalar ortaya konulabilir. Çalışma alanlarının çeşitliliği ve bazı alanların küçüklüğü değerlendirildiğinde, aynı anlayışla daha genel araştırmalar yapılması önerilebilir. Elbette özel destinasyonlar veya özel konular da ele alınabilir ve bu konular alana katkı sağlayabilir. Ancak araştırma sonucunda gastronomi açısından ön planda olmayan (turistik olmayan, gastronomi turizmi yapılmayan, gastronomik bir ürünün tanıtımı olmayan, coğrafi işaret alma vb faaliyetlerin yürütülmediği) yerlerde de çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Bu noktada da gastronomisiyle ön planda olan destinasyonlara öncelik verilebilir.

Konuyla bağlantılı olabilecek ve dikkat çeken bir diğer sonuç gastronomi turizmi temasıdır. Gastronomi turizmi uluslararası yazında da ayrı bir başlık olarak incelenmekte olup turizm içinde gastronominin yer bulması adına önemli bir konudur. Yine de çoğu temadan daha fazla işlenmiş olması dikkat çekicidir. Temalarda üzerinde durulması gereken bir diğer konu medya başlığında sosyal medyanın konu alınması ve TripAdvisor üzerinden inceleme sayısının fazlalığıdır. Medya ve günümüzde daha yaygın kullanımı olan sosyal medyanın pek çok temsilcisi olduğu dikkate alındığında çok farklı alanlardan veri toplanabileceği düşünülmektedir. Literatürde ise bir yığılma olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ileride yapılacak araştırmalar için farklı kaynakların kullanımı önerilebilir.

Bilindiği gibi gastronomi bilimsel anlamda henüz yeni sayılabilecek bir alandır. Lisans düzeyinde gastronomi eğitimi de yeni olduğu için mevcut bölümlerin akademik kadrolarının altyapısı dahi alan dışıdır. Hem bu gerçek hem de yapılan araştırmalardan da anlaşıldığı üzere gastronomi alanı farklı disiplinlerden beslenmekte ve genellikle turizmin altında yer bulmaktadır. Türkiye'de gastronomi eğitimi de yine büyük oranda Turizm Fakültelerinin altında faaliyet göstermektedir. Gastronominin akademik disiplin olması yönündeki ölçütler itibarıyla olumlu olarak değerlendirilebilecek bu durumun daha iyi hale getirilmesi ve Türkiye'de yapılan gastronomi çalışmalarının bütün dünyayla aynı seyirde ilerlemesi yapılan çalışmalardan haberdar olma, gündemi takip etme ve bir anlamda büyük resmi görüp bunun parçası olmayla mümkün olacaktır. Bunun için alanın ihtiyacına göre araştırmaların yapılması yayın kalitesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Gelecekte araştırma yapacak bilim insanlarının gastronomi alanını analiz eden bu gibi araştırmaları takip ederek ve güncel eğilimleri değerlendirerek çalışma konularını belirlemeleri önerilebilir.

Sonnot

Araştırmada görüldüğü üzere incelenen makalelerde bazı konularda yığılma olduğu anlaşılırken, bazı çalışmaların gastronomi alanına ne kadar katkı sağlayacağı ve yaygın etkisi tartışılabilir. Bu satırları kaleme alan yazarın kimi çalışmaları da dahil olmak üzere çok spesifik konuların ele alındığı, çalışma alanlarından anlaşılmaktadır. Buna ürün çalışmaları ve özel konular da eklendiğinde özgün katkı sayının yüksek olduğu yadsınamaz. Diğer taraftan disiplin adına yaygın etkinin uluslararası literatüre oranla arka planda kaldığı söylenebilir. Türkiye genelini kapsayan çalışmaların azlığı bu çıkarımı desteklemektedir. Spesifik çalışmalar ise araştırma sayısını artırmaktadır. Kurumların beklentileri, yayın baskıları, yayın teşvikleri, atama kriterleri, belirli dönemlerde sunulan faaliyet raporları ve benzer pek çok sebep araştırma sayılarını etkiliyor olabilir. Bu noktada bu sebeplerin alanda yapılan yayınlara etkilerinin de incelenmesi gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki bilim freni patlamış bir araba gibi gitmemeli, ilerlenen yolda olan biteni keşfedebilecek hızda ilerlemelidir.

KAYNAKÇA

- Aktaş Alan, A. ve Şen, Ö. (2020). Gastronomi Temalı Festivaller Üzerine Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (Kış): 132-144.
- Altaş, A. (2017). Türkçe'ye Tercüme Edilen Gastronomi Kitaplarının Bibliyometrik Analizi, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 103-117.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B.M. (2018). Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1): 22-38.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boyras, M. ve Sandıkçı, M. (2018). Gastronomi Bildirilerinin Değerlendirilmesi: Turizm Kongreleri Örneği 2013-2017, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 873-889.
- Cheng, M., Edwards, D., Darcy, S. and Redfern, K. (2018). A Tri-Method Approach to a Review of Adventure Tourism Literature: Bibliometric Analysis, Content Analysis, and a Quantitative Systematic Literature Review, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(6): 997-1020.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili, *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 26(4): 724-756.
- Çuhadar, M. ve Morçin, İ. (2020). Türkiye'de Gastronomi Turizmi ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(1): 92-106.
- Ercan, F. (2020). Türkiye'deki Gastronomi Turizmi Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2): 1058-1075.
- Evren, S. and Kozak, N. (2014). Bibliometric Analysis of Tourism and Hospitality Related Articles Published in Turkey, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1): 61-80.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güzeller, C.O. ve Çeliker, N. (2017). Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2):88-102.
- Hall, C.M. (2011). Publish and Perish? Bibliometric Analysis, Journal Ranking and the Assessment of Research Quality in Tourism, *Tourism Management*, 32: 16-27.

<https://yokatlas.yok.gov.tr/netler-tablo.php?b=190248> (Erişim Tarihi: 31.12.2020)

Kandampully, J., Keating, B.W., Kim, B., Mattila, A.S. and Solnet, D. (2014). Service Research in the Hospitality Literature: Insights from a Systematic Review, *Cornell Hospitality Research*, 55(3), 287-299.

Köseoğlu, M.A., Rahimi, R., Okumuş, F. and Liu, J. (2016). Bibliometric Studies in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 61: 180-198.

Köseoğlu, M.A., King, B. and Yıldız, M. (2019). The Global Dissemination of Scholarly Tourism Outputs From 1976 to 2016: Evidence from Australia, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5): 365-378.

Lai, I.K.W, Hitchkok, M., Yang, T. and Lu, T. (2018). Literature Review on Service Quality in Hospitality and Tourism (1984-2014), *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1): 114-159.

Law, R., Leung, D. and Cheung, C. (2012). A Systematic Review, Analysis, and Evaluation of Research Articles in Cornell Hospitality Quarterly, *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(4): 365-381.

Law, R., Leung, D., Au, N. and Lee, H. (2013). Progress and Development of Information Technology in the Hospitality Industry: Evidence from Cornell Hospitality Quarterly, *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1): 10-24.

Leong, L. Y., Hew, T.-S., Tan, G.W.-H., Ooi, K.-B. and Lee, V.-H. (2020), Tourism Research Progress – A Bibliometric Analysis of Tourism Review Publications, *Tourism Review*. (Online) https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-11-2019-0449/full/html?casa_token=OWBAHXY7vWgAAAAA:jLxqh9ItHmFpEbg9sq5ORgDUH5HBiI7Xf8D4WR_PU9LcVU7bOYyHHZQQ6feNaso-2BnGUIL-.piiOrBR3Q20lqZcp3Am_odBiy7pLGOwYNCRFjITSSNm0 (Erişim Tarihi: 08.01.2021).

Nebioğlu, O. (2019). Turizm ve Yiyecek Tüketimi: Uluslararası Alanyazın Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1): 71-88.

Okumuş, B., Köseoğlu, M.A. and Ma, F. (2018). Food and Gastronomy Research in Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis, *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.

Özel, Ç. H., ve Kozak, N. (2012). Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) Ve Bir Atıf Analizi Çalışması, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 715-733.

Palmer, A.L., Sese, A. and Montano, J.J. (2005). Tourism and Statistics: Bibliometric Study 1998-2002, *Annals of Tourism Research*, 32(1): 167-178.

Sandıkçı, M., Boyraz, M., Mutlu, H. ve Gökçe, F. (2018). *Gastronomi Araştırmaları Bibliyografyası*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2018). Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3): 523-537.

Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Mercan, Ş.O. (2017). Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 345-354.

Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dallarında Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 30-41.

Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimođlu, E., Sürücü, Ç. ve Durmaz, M. (2018). Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2): 523-547.

Türktarhan, G. (2013). *Türkiye’de Turizm Pazarlaması Alanyazınının Gelişim Süreci (1990-2012)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Wondirad, A. (2019). Does Ecotourism Contribute to Sustainable Destination Development, or it is Just a Marketing Hoax? Analyzing Twenty-Five Years Contested Journey of Ecotourism Through a Meta-Analysis of Tourism Journal Publications, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11): 1047-1065.

Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda Bahşış ile İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2): 65-79.

Zhao, W. and Ritchie, J.R.B. (2007). An investigation of academic leadership in tourism research: 1985–2004, *Tourism Management*, 28(2): 476-490.