JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

ISSN: 2147 – 8775

Journal homepage: www.jotags.net



Instagram'da Coğrafi İşaretli Ürünler Etiketi ile Paylaşılan Gönderilerin İçerik Analizi

(Content Analysis of Posts Shared on Instagram with the Geographically Indicated Products Hashtag)

*** Yusuf Ziya AKBAŞ** [a]

[a] Çankırı Karatekin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guiding, Çankırı/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 19.02.2026

Kabul Tarihi: 17.06.2026

Anahtar Kelimeler

Instagram

Coğrafi işaret

İçerik analizi

Öz

Bu çalışmanın amacı Instagram'da, "#coğrafiişaretliürünler" etiketi ile paylaşılan gönderilerin sistematik içerik analizini yapmaktır. Araştırmada nitel araştırma desenine dayalı içerik analizi ve tematik analiz teknikleri kullanılmış; evreni oluşturan 9.770 gönderi arasından erişilebilen 5.710 gönderi örnekleme dâhil edilmiştir. Veriler, Instagram Etiket Dışa Aktarıcı (IG HashTags Exporter) uzantısı aracılığıyla toplanmış; elde edilen veriler yıllara göre dağılım, etkileşim oranları, etiket kullanımı ve içerik türleri açısından incelenerek tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, paylaşımların 2015-2025 yılları arasını kapsadığını; içerik üretimi ve kullanıcı etkileşiminin özellikle 2020-2021 döneminde belirgin biçimde arttığını, 2022 sonrasında ise kademeli bir düşüş eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Gönderilerde en sık tekrar eden etiketler #coğrafiişaret, #organik, #tarım, #Türkiye ve #doğal olup, paylaşımların köken, doğallık ve üretim pratikleri etrafında yoğunlaştığı görülmüştür. Tematik analiz sonucunda içerikler 11 tema altında toplanmıştır. Destinasyon bazında Karadeniz illerinin görünürlüğü dikkat çekerken, gastronomi markalaşması yüksek olan bazı illerin görece daha geride kalması dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, Instagram'ın coğrafi işaretli ürünleri yalnızca ticari bir meta olarak değil; kültürel miras, güven ve deneyim unsurları ile harmanlayarak sunan çok boyutlu bir platform olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına yönelik olarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Keywords

Instagram

Geographical indication

Content analysis

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

This study aims to conduct a systematic content analysis of Instagram posts shared under the hashtag "#coğrafiişaretliürünler." The study employed content analysis and thematic analysis techniques within a qualitative research design; of the 9.770 posts constituting the study population, 5.710 accessible posts were included in the sample. Data were collected via the Instagram Hashtag Exporter (IG HashTags Exporter) extension, and the resulting dataset was examined in terms of annual distribution, engagement rates, hashtag use, and content types, and subsequently evaluated through thematic analysis. The findings indicate that the posts span the years 2015-2025; content production and user engagement increased markedly, particularly during 2020-2021, followed by a gradual downward trend after 2022. The most frequently recurring hashtags were #coğrafiişaret, #organik, #tarım, #Türkiye, and #doğal, suggesting that posts concentrated around origin, naturalness, and production practices. The thematic analysis categorized the content into 11 themes. While the visibility of Black Sea provinces was notable among destinations, the relatively lower prominence of certain provinces with strong gastronomic branding was considered a striking finding. Overall, Instagram was identified as a multidimensional platform that presents geographically indicated products not merely as commercial commodities, but by integrating them with elements of cultural heritage, trust, and experience. Various recommendations were proposed based on the study's findings.

** Sorumlu Yazar*

E-posta: yusufziyaakbas@karatekin.edu.tr (Y. Z. Akbaş)

DOI: 10.63556/jotags.2026.1870