



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme (Development of The Gastronomy Tourism Literature: A Research on Journal of Tourism and Gastronomy Studies's Articles)

*Cevdet SÖKMEN^a , Oya ÖZKANLI^b 

^a Başkent University, Faculty of Art, Design and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

^b Gaziantep University, Faculty of Fine Arts, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Gaziantep/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 17.05.2018

Kabul Tarihi: 10.06.2018

Anahtar Kelimeler

Gastronomi turizminin gelişimi

Gastronomi turizmi çalışmaları

Bibliyometri

Öz

Bibliyometri farklı isimlerle de olsa 1900'lü yılların başında kullanılmaya başlamıştır. Terimin bugünkü anlamıyla kullanımı ise Pritchard'ın 1900'lü yılların ikinci yarısında yayımladığı makaleyle gerçekleşmiştir. Bu çalışmada, bibliyometrik analiz yardımıyla gastronomi turizmi disiplininin gelişim süreci aydınlatılmaya çalışılmıştır çünkü bu gelişim, aynı zamanda bir destinasyon için de önemli bir gelişmişlik göstergesidir. Bu amaçla 2013 yılından 2018 yılına kadar yayımlanan Journal of Tourism and Gastronomy Studies (Jotags) dergisindeki 281 makalenin künye ve kaynakça bilgileri kullanılmıştır. Söz konusu makalelerin en genel ifadeyle yazarları, bu yazarların makaleleri için atf yaptığı kaynaklar ve ilgili kaynakların yazarları, araştırmada benimsenen yaklaşım, veri toplama aracı gibi parametreler esas alınmıştır. Yapılan analiz doğrultusunda gastronomi turizmi disiplininde çalışan yazarlar ve çalışılan kaynak türlerine ilişkin bulgular sunulmuş böylece de gastronomi turizmi alanyazınının gelişim süreci ortaya koyulmuştur.

Keywords

Development of gastronomic tourism

Gastronomic tourism studies

Bibliometry

Abstract

Bibliometrics began to be used at the beginning of the 1900's, even with different names. The use of the term in its current sense was made by Pritchard's article in the second half of the 1900's. In this study, the development process of the gastronomy tourism discipline was tried to be clarified by bibliometric analysis because this development is also an important developmental point for a destination at the same time. For this purpose, 281 articles in Journal of Tourism and Gastronomy Studies (JTGS) analysed between 2013-2018 were used. In the broadest terms, parameters such as the author of the article, the references cited by the articles of these authors and the authors of the relevant sources are taken as basis. In the direction of the analysis made, the findings about the authors working in the discipline of gastronomy tourism and the types of sources studied were presented so that the development process of the gastronomy tourism literature was revealed.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: csokmen@baskent.edu.tr (C. Sökmen)

GİRİŞ

Gastronomi turizmindeki arz kaynakları tesisler, aktiviteler, etkinlikler ve organizasyonlardır. Ancak bir destinasyonun söz konusu arz kaynaklarına sahip olması, onun gastronomi turizmi açısından gelişmişliğini göstermede tek başına güvenilir bir ölçüt değildir (Smith ve Xiao, 2008). Bir destinasyonun gastronomi turizminde öne çıkabilmesi onun gelişmişlik düzeyine de bağlıdır ve en gelişmiş seviyede olan destinasyonun dördüncü seviyedeki gelişmişlik göstergelerini sağlaması beklenmektedir. Bu seviye gastronomi turizminin hem küresel hem de yerel niteliğine dikkat çeker ve destinasyonun uygulama yönüne ek olarak teorik yönünün de gelişmiş olduğunu gösterir. Bu da gastronomi üzerine yazılmış akademik çalışma ve tezler ile mümkündür (Hjalager, 2002). Bu noktadan hareketle çalışmada bibliyometrik analiz kullanılmış ve gastronomi turizmi disiplindeki çalışmaların durumu objektif bir şekilde sunulmaya çalışılmıştır. Kimin, nerede, neyi, nasıl çalıştığını göstererek ilgili bilim dalının gelişim süreci aydınlatılmaya çalışılmıştır.

Bibliyometrik analiz, bilimsel nitelikteki yayınları ve bilim dallarını belirli parametreler doğrultusunda inceleyerek bunların hem mevcut durumunun hem de zaman içindeki gelişiminin tespitini sağlamaktadır (Pritchard, 1969). Yazara göre bibliyometrinin ana amacı herhangi bir disiplinin veya yazılı dokümanın gelişim sürecini, bir takım parametreler kullanarak analiz etmektir. Bu parametreler yalnızca istatistiksel verilerle sınırlı olmayıp ilgili bilim dalını ve bilimsel yayınları hem nicelik hem de nitelik bakımından değerlendirmektedir. Bibliyometrik analiz pek çok yayın türüne uygulanabilmektedir ancak ana odağı makalelerdir (Hall, 2011: 16). Bu nedenle 2013 yılından 2018 yılına kadar yayımlanan JTGS dergisindeki 281 makalenin künye ve kaynakça bilgileri kullanılmıştır. Söz konusu makalelerin en genel ifadeyle yazarları, bu yazarların makaleleri için atıf yaptığı kaynaklar ve ilgili kaynakların yazarları, araştırmada benimsenen yaklaşım, veri toplama aracı gibi parametreler esas alınmıştır. Yapılan analiz doğrultusunda gastronomi turizmi disiplini içinde çalışan yazarlar ve çalışılan kaynak türlerine ilişkin bulgular sunulmuş böylece de gastronomi turizmi alanyazınının gelişim süreci ortaya koyulmuştur.

Çalışmanın alanyazın kısmında öncelikle gastronomi turizmi kavramı ele alınmıştır. Ardından gastronomi turizminin gelişmişlik göstergelerinden bahsedilerek gastronomi turizmine ilişkin yapılan önemli çalışmalar ve bibliyometri özelindeki çalışmalar sunulmuştur. Yöntem bölümünde ise araştırmanın evreni ve örneklemi, seçilen veri parametreleri, verilerin nasıl derlendiği, girildiği ve analiz edildiği açıklanmıştır. Bulgular ve yorum bölümünde, araştırmada toplanan verilerden elde edilen bulgular, araştırmacının yorumlarıyla birlikte sunulmuştur. Sonuç ve öneriler bölümünde ise söz konusu bulgular çerçevesinde ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir. Araştırmacının teoriye ve pratiğe yönelik önerileriyle de çalışma son bulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi, bir bilim dalı olarak hem fen bilimlerinden hem de sosyal bilimlerden faydalanmaktadır ve aynı zamanda onlar için de çeşitli araştırma konuları sunmaktadır. Fen bilimleri ile olan ilişkisi bağlamında tat alma, besin öğeleri, gıda maddelerinin nitelikleri, hijyen, sanitasyon ve buna benzer konular sıralanabilir. Sosyal bilimler bağlamında ise hangi yemekten ya da içecekten hangi sebeplerle hoşlanıp hoşlanmadıkları psikolojinin; söz konusu yiyecek ve içeceklerin paylaşılması, dışarıda yeme içme olgusu ve motivasyonu ekonomi ve sosyolojinin; mutfak

araç-gereçlerinin evrimi tarih ve arkeolojinin; menülerin sunumu ve müşterilerin sunulan hizmetten memnun kalması pazarlamanın; hangi inançta nelerin yenilebileceği nelerin yenilemeyeceği ise ilahiyatın kapsamına girmektedir (Shenoy, 2005). Bu bilim dalları ve araştırma konuları bunlarla sınırlı olmayıp çoğaltılabilir ki nitekim bunlardan bir tanesi de turizmdir.

Gastronomi turizmi kavramının kökeni üç unsura dayanmaktadır: tarım, kültür ve turizm. Tarım, gastronomi turizmine konu olan ürünü sunmakta; kültür, bu ürünün tarihini ve otantikliğini sağlamakta ve son olarak turizm ise gerekli altyapı ve hizmetleri temin etmektedir (Smith ve Hall, 2003; Du Rand ve Heath, 2006). Bununla bağlantılı olarak gastronomi turizminin 20. yüzyıldaki mevcut konumunu kazanmasında bir takım unsurların etkili olduğu anlaşılmaktadır (Boniface, 2003):

1. Tarımın ortaya çıkışı ile insanların çevreye ve süreçlere uyum sağlaması, kendilerini tarım konusunda geliştirmeleri,
2. Kültürel etkileşimlerin ve kültür hâkimiyetinin önem kazanması,
3. Bireysellikten küreselliğe geçiş ve standartlaşmaya olan tepki,
4. Gıda güvenliği konusundaki endişeler.

Alanyazında “culinary tourism”, “gastro tourism”, “food tourism”, “gourmet tourism” gibi farklı isimler yer alsa da daha bilinir olması bakımından çalışma kapsamında gastronomi turizmi kavramı kullanılacaktır ve bu kavramı 1998 yılında alanyazına kazandıran kişi Lucy M. Long’dur. Söz konusu kavram, culinary tourism olarak ilk kez “bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin hazırlanması, sunulması, tüketilmesi, buradaki öğün sistemi, yeme biçimlerini keşfetme amacıyla gerçekleştirilen turizm şekli” anlamıyla kullanılmıştır (Long, 2004). Bu tanımla yazar, gastronomi turizminin sosyo kültürel yanını vurgulamakta, başka tatlarla tanışmanın diğer kültürleri kabul etme ve deneyimleme yollarından biri olduğunu savunmaktadır.

Gastronomi turizminin kültürle bağlantısı, yadsınamaz bir gerçektir. Gastronomi turizmine katılan turistler, özel ilgi turizmi kapsamında ele alınabileceği gibi kültür turizmi kapsamında da değerlendirilebilecektir (Hjalager ve Corigliano, 2000). Long’un (2004) bahsi geçen gastronomi turizmi tanımı zamanla, dar kapsamı nedeniyle eleştirilmiştir ve ardından kavramı açıklamaya yönelik yeni tanımlar türetilmeye başlamıştır. Smith ve Xiao (2008) gastronomi turizmini motivasyon temelinde tanımlamış ve seyahat kadar yeme-içme ile ilgili özel ilgilerin de motivasyonu ile destinasyon tercihi yapıldığını, ancak bu seçimde önceliğin illa ki yeme-içme ilgisi olamayabileceğini belirtmiştir. Benzer şekilde Quan ve Wang (2004) da turistlerin seyahatlerinde yiyecek içeceğin hem ana çekim unsuru hem de ikincil destek unsur olabileceğini hatta günlük rutinin bir parçası olarak da tercih edilip tüketilebileceğini savunmaktadır. Burada önemli bir tartışma gündeme gelmektedir çünkü Hall ve Mitchell (2005) gastronomi turizmini şöyle tanımlamaktadır: birincil ve ikincil gıda üreticilerini, yiyecek ve içeceklerle ilgili festivalleri, restoranları ve özel gıda üretimi yapılan destinasyonları deneyimlemek için yapılan seyahatlerdir. Görüldüğü gibi tanımlar arasındaki temel fark, yeme-içme motivasyonunun önceliğidir. Bir diğer ifadeyle gastronomi turizmi, yalnızca diğer seyahatlerin bir parçası olarak görülememekte bunun yerine gidilecek destinasyondaki yiyecek içecek kültürünün turist davranışının ve destinasyon seçimini şekillendireceğini ifade

etmektedir. Yeme-içme motivasyonu, zorunlu bir ihtiyacın yerine getirilmesi olarak görüldüğü takdirde ziyaret edenler ile ziyaret edilen destinasyon arasında kurulan ilişkinin ancak tek yönlü ve yüzeysel nitelikte olabileceği belirtilmektedir. Dolayısıyla gastronomi turizminden bahsedebilmek için şu ön koşullardan birinin ya da birden fazlasının yerine getirilmesi gerektiği söylenebilir (Hall ve Sharples, 2003):

1. Özel, nitelikli bir yiyeceği tüketme isteği,
2. Belirli bir yöreye ait spesifik bir ürünü tüketme isteği,
3. Ünlü bir şefin hazırladığı, özel bir yemeği yeme isteği.

Yukarıdaki üç koşulda da öne çıkan özellik eşsizliktir. Gastronomi turizmi, eşsiz yeme-içme deneyimleri ile ilgili olmalıdır. Burada eşsizlik ile kast edilen söz konusu yemek ya da içeceğin spesifik bir yere, bölgeye ya da ülkeye ait olmasıdır. Bunun bir sonucu olarak gastronomi turizminin gerçekleştiği alanlar da özgün yemek ve içeceklerinin bulunduğu temel alanlar olmalıdır (Groves, 2001; Green ve Dougherty, 2008).

Gastronomi turizmini bir başka açıdan ele alan Santich (2004) ise tüketimden çok üretim konusuna odaklanan bir turizm çeşidi olduğunu belirtmektedir. Söz konusu üretimin hangi tarihsel süreçlerden geçtiğini gösteren müzeler, çiftlikler vb. yerlerin yer aldığı Fransa ve İtalya bu anlamda önemli temsilcileri oluşturmaktadır. En genel ifadeyle insanların tatmak istedikleri yiyecek ve içeceklerle ilgili seyahat deneyimlerini ifade eden gastronomi turizmi şöyle özetlenebilmektedir (Hall, Mitchell ve Sharples, 2003):

1. Yerel kültürün parçasıdır,
2. Bölgesel turizm tanıtımında önemli bir unsurdur,
3. Bölgenin tarımsal ve ekonomik gelişiminde önemli bir bileşendir,
4. Rekabetçi hedef pazarlamanın bir anahtarıdır,
5. Hem küreselleşme hem de yerelleşmenin bir göstergesidir,
6. Belirli tüketim modelleri ve tercihleri olan turistler tarafından tüketilen bir ürün ve hizmettir.

Gastronomi turizminin bir bakıma destinasyonlara etkisini içeren yukarıdaki maddelere bakıldığında, ilgili destinasyonlar için önemi daha iyi anlaşılacaktır. Gastronomi turizmi yiyecek ve içeceklerin turizm endüstrisindeki önemi dolayısıyla ekonomik ve toplumsal kalkınma anlamında ülkelere büyük katkıları olabilecek bir turizm çeşididir (Wolf, 2006). Gastronomi turizminin bir destinasyona ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik olarak üç temel etkisi olduğunu savunan Everett ve Aitchison (2008) özellikle kırsal bölgelerde gastronomi turizmini teşvik etmenin yararlarından bahsetmektedir. Söz konusu teşvikin bölgedeki çiftçilerin, üreticilerin ve küçük işletmelerin turizm gelirlerini arttırmasına yardımcı olacağını düşünmektedir. Bölgenin ekonomik gelişiminde sürdürülebilirlik sağlanması açısından gastronomi turizminin potansiyeline dikkat çeken bir başka araştırmacı Hjalager (2002) ise alanyazına bir gastronomi tipolojisi modeli önermektedir. Bu modelde hiyerarşik olarak takip edilen dört aşamanın sonuncusuna gelindiğinde, bölge için en yüksek ekonomik performansın sağlanacağı iddia edilmektedir.

Gastronomi turizminin bölgesel kalkınma üzerindeki etkisini inceleyen Hall, Mitchell ve Sharples (2003) yeme-içme ile turizmin arasındaki ilişki iyi kurulduğunda bunun yalnızca ekonomik değil bölgesel kalkınmaya da yerel

kimliğin ve kültürün güçlenmesi anlamında katkı sağlayacağını ileri sürmektedir. Bunun temel sebebi ise sosyal ve kültürel mirasa sahip çıkılması ve bunların gelecek kuşaklara aktarılması konusunda gastronomi turizmin oluşturduğu bilinçtir.

Gastronomi turizminin ekonomik ve sosyal gelişime katkısı dışında bir başka etkisi de yerleşik halk ile turist arasında duygusal bir bağ ve sembolik etkileşim kurulmasına olanak tanınması, böylece destinasyon imajı ve pazarlaması açısından güçlü bir gelişim sağlamasıdır. Söz konusu bağın nasıl kurulduğuna yönelik açıklamalara göre turistler gittikleri destinasyonda daha önceki günlük yaşamlarında dikkat bile etmedikleri bazı yiyeceklere ve içeceklere, deneyimleri esnasında sembolik anlamlar yüklemektedir. Böylece söz konusu yeme-içme unsurları ile ilgili faaliyetler, bölgesel etkileşimin bir aracı haline gelmektedir (Kalkstein-Silkes, Cai ve Lehto, 2008).

Gastronomi turizmi kavramının anlamı, kapsamı, önemi ve etkilerinden sonra bir başka önemli konu olan gastronomi turizminin gelişmişlik göstergeleri akla gelmektedir. Smith ve Xiao (2008) gastronomi turizminde arz kaynaklarının tesisler (binalar, araziler, rotalar), aktiviteler (tüketim türleri, gastronomi turları, eğitimler), etkinlikler (tüketici gösterileri, festivaller) ve organizasyonlar (birlikler, dernekler) olmak üzere dört türü olduğunu belirtmektedir. Bir destinasyonun söz konusu arz kaynaklarına sahip olması, onun gastronomi turizmi açısından gelişmişliğini göstermede tek başına güvenilir bir ölçüt değildir. Bu nedenle gastronomi turizminin ekonomik etkilerinde daha önce bahsi geçen gastronomi tipolojisi üzerinde durulacaktır. İlgili tipolojiye göre bir destinasyonun gastronomi turizminde öne çıkabilmesi için sahip olması gerekenlerin dört farklı seviyesi vardır ve artan her bir seviyeyle birlikte destinasyonun gelişmişlik düzeyi de artmaktadır. Gastronomi turizminin gelişmişlik göstergeleri, Hjalager (2002) tarafından “*dörtlü hiyerarşi*” şeklinde aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

Birinci Derece Göstergeler: Yiyecek endüstrisinin yerel gelişimini aktarmaktadır ve ürün kalitesinin iyileştirilmesine dikkat çekmektedir. Bu göstergeler, arz kaynaklarının niceliğini ön plana çıkarmaktadır. Talep edenler ile tedarikçiler arasındaki iletişim eksikliği, sunulan yiyecek-içeceğin, altyapının yetersizliği konuları destinasyonların kendilerini doğru şekilde tanıtmalarını ve planlama yapmalarını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle de restoranların, konaklama tesislerinin ya da yerel aktivitelerin yalnızca var olması yetmemekte bunların web sitesi, broşür gibi kanallarla tanıtımının da yapılması gerekmektedir. Günümüzde gastronomi ile ilgili televizyon kanallarının ve programlarının giderek artması da bu anlamda bir gösterge sayılabilmektedir (Fields, 2002). Birinci dereceden göstergeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Gastronomik ürünleri tanıtan web sitesinin olması
- Gastronomik ürünleri içeren seyahat broşürlerinin olması
- Yerel ürünlerin tanıtımının yapılması
- Yerel ürünlerin marka sayıları
- Restoranların sayısı
- Restoranların tanınmışlığı/imajı
- Planlaması yapılan yeni restoranların olması
- Konaklama tesislerinin sayısı

- Yerel ürünlerin sunum şekilleri
- Yerel gastronomik aktivite ve etkinliklerin olması
- Turistlere yönelik yerel ürünleri tanıtmaya çabasının olması

İkinci Derece Göstergeler: Bir önceki göstergeler arasında yer alan yerel ürünlerin sunum tarzlarının ya da kalitelerinin çok daha ötesine geçerek bunların günümüz koşullarına göre uyarlanmasını, turist taleplerine hitap edecek şekilde yeniden düzenlenmesini içermektedir. Dolayısıyla söz konusu göstergelerin, bir destinasyonun gastronomi turizmi konusunda yatay yöndeki gelişimini temsil ettiği söylenebilir. Yerel yiyeceklerin her yerde farklı şekillerde ve kalitede yapılması destinasyonlar için önemli bir sorun oluşturmaktadır. Bu durumun önüne geçebilmek adına ise tedarikçilerin ve restoranların, kalite standartlarını belirleyen ve denetleyen kurumların olması önemli bir diğer gelişmişlik göstergesidir. İkinci dereceden göstergeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Yerel ürünlerin sunum kalitesi
- Yiyecek tedarikçileri ve restoranların, kalite standartlarını belirleyen ve denetleyen kurumların olması
- Sertifikalı ve kaliteli ürünlerin turizm broşürlerinde yer alması
- Seyahat broşürlerinin bölgesel turizm sorumluları tarafından turistlere ulaştırılıyor olması
- Yerel yiyeceklerin günümüz koşullarına ve taleplerine hitap edecek şekilde uyarlanmış olması

Üçüncü Derece Göstergeler: Yemek yeme deneyimini etkileyen dış unsurların zenginleştirilmesini ve böylece destinasyonun gastronomi turizmi konusunda yatay yöndeki gelişimini temsil ettiği söylenebilir. Bu aşamada dikkat çeken unsurlardan biri, yiyeceklerle bağlantılı etkinliklerin ve üretim sürecini hikâyeleştiren ziyaretçi merkezlerinin gündeme gelmesidir. Festivaller, fuarlar, hasat kutlamaları gibi etkinliklerin yanı sıra oluşturulan gastronomi rotaları ya da yiyeceklerin nasıl üretildiğini ve nasıl tüketildiğini gösteren, turistlere sadece pasif olarak izleme değil aynı zamanda katılma imkânı da sağlayan gastronomi müzeleri, yöresel yemek kursları da ilgili destinasyonun üçüncü dereceden gelişmişliğini göstermektedir. Üçüncü dereceden göstergeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Yemeğin yerel aktivite ve etkinliklerle tanıtılması
- Turistleri restorana çekecek yarışma, eğlence gibi çekiciliklerin olması
- Doğal yemek-çiftlik konseptli tatil seçeneklerinin olması
- Turistik gastronomi broşürlerinin ve internet sitelerinin çevrildiği yabancı dil sayısı
- Gastronomi broşürlerinin görsel açıdan zenginliği
- Turistlere yönelik yöresel yemekleri pişirme kurslarının olması
- Tarımsal üretim alanlarının turizme açılması
- Şarap rotalarının yaratılmış olması
- Gastronomi müzelerinin olması

Dördüncü Derece Göstergeler: Bir destinasyonun gastronomi turizmi konusunda çapraz yöndeki gelişimini temsil ettiği söylenebilir. Diğer ifadeyle bu göstergeler, gastronomi turizminin hem küresel hem de yerel niteliğine

dikkat çekmektedir ve bu göstergeleri sağlayan bir destinasyonun en gelişmiş seviyede olduğu kabul görmektedir. Burada altı çizilmesi gereken konu ise gastronominin uygulama yönüne ek olarak teorik yönünün de tamamlanmış olması gerekliliğidir. Gastronomi eğitimi için özel olarak öğrenme ortamlarının hazırlanması da bunu işaret etmektedir. Bu eğitim kurumlarına ve Ar-Ge çalışmalarına ek olarak planlı gelişim sağlamak adına gastronomi turizmi topluluklarının örgütlenmesi konusuna da değinilmiştir. Son olarak yerel gastronomi üzerine yazılmış akademik çalışma ve tezler de bir başka gösterge olarak sunulmaktadır. Dördüncü dereceden göstergeler şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Turizm eğitim kurumlarında, gastronomi konusunda Ar-Ge çalışmalarının olması
- Yerel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının olması
- Yerel gastronominin ulusal ve yerel medyada yer alması
- Yerel gastronomi üzerine yazılmış akademik çalışmaların ve tezlerin olması

Gastronomi turizmi, önemli bir çalışma konusu olarak özellikle son on yıllık dönemde araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bu alanda yapılan çalışma örneklerinden hareketle, alanyazında öne çıkan konular hakkında yorum yapılabilmektedir. Bu kapsamda araştırmacı, 1980'li yıllardan 2017 yılına kadar çeşitli dergilerde yayımlanan makalelerin bir derlemesini yapmıştır. Gastronomi turizmi alanında 2000'li yıllara kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde, daha çok gastronomi ile turizm arasındaki ilişkinin anlamlandırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Temel olarak turizm ile yöresel gıda arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan çalışmalar yapılsa da (Belisle, 1983; Telfer ve Wall, 1996) bu ilişkinin pek çok farklı açıdan etkileri de önemli bir diğer araştırma konusu olarak gündeme gelmiştir. Nitekim gastronomi turistlerinin seyahat motivasyonlarında, destinasyon seçimlerinde, tatil deneyimlerinde bu bağın etkili olduğunu belirten araştırmacıların (Marris, 1986; Sheldon ve Fox, 1988; Van Westering, 1999) yanı sıra söz konusu destinasyonun yerel kimliğini pekiştirmeyi sağladığını belirtenler (Bessière, 1998) de bulunmaktadır. Böylece gastronominin hem sosyal hem de kültürel etkileri yavaş yavaş açıklığa kavuşmaya başlamıştır.

Gastronomi turizmi ile ilgili çalışmaların 2000'li yıllarda nitelik ve nicelik olarak giderek ivme kazandığı bilinen bir gerçektir. Özellikle ilk on yıllık dönem ele alındığında alanyazında cevabı aranan soruların çeşitlendiği görülmektedir. Gastronomi turizmini etkileyen sosyal, kültürel ve ekonomik faktörler ile gastronomi turistlerinin motivasyonları, davranışları ve buna benzer konular üzerinde durulmaya devam edilse de alandaki araştırmacılar gastronominin güzel sanat etkinliği olarak değerlendirildiği (Hegarty ve O'Mahony, 2001) ya da tarihsel perspektiften ele alındığı (Sherman, 2003; Ganter, 2004) keşifsel çalışmalar da yapmaya başlamışlardır. Öyle ki bazı çalışmalarda gastrospeak (Fox, 2007), gastronationalism (DeSoucey, 2010) gibi yeni kavramlar ortaya koymuş ve bunların benimsenmesine çalışmışlardır. Ayrıca çalışmaların konusu yalnızca tanımlama olmaktan çıkmış bunun ötesine geçerek ilgili çalışmalarla bazı problemlere de çözümler aranmıştır. Örneğin Coveney ve Santich'in (1997) çalışmasından sonra Smith ve Xiao (2008) da tedarik zincirindeki sorunların çözümüne yönelik çalışma gerçekleştirmişler ve bu yolla sektör paydaşlarının gıda üretim ve dağıtım yöntemleriyle ilgili yaşadıkları sorunları çözmeye çalışmışlardır.

Aynı yıllarda gerçekleştirilen ve gastronomi turistlerine odaklanan çalışmalar derinleşmeye başlamıştır. Destinasyon seçimlerinde, seçtikleri destinasyondan memnuniyetlerinde, buradaki harcama niyetlerinde gastronominin etkisi, alandaki önemli araştırma konuları arasında yerini almıştır (Nield, Kozak ve LeGrys, 2000; Au ve Law, 2002; Quan ve Wang, 2004; Cohen ve Avieli, 2004; Kivela ve Crofts, 2005; Kivela ve Crofts 2006; Ignatov ve Smith, 2006; Correia, Do Valle ve Moço, 2007; Correia, Moital, Da Costa ve Peres, 2008; Jalis, Zahari, Zulkifly ve Othman, 2009; Kim, Suh ve Eves, 2010; Kim, Goh ve Yuan, 2010). Üstelik gastronomi turistlerinin destinasyon tercihi, motivasyonu, memnuniyeti ve harcama niyeti ile destinasyon imajının (Ab Karim ve Chi, 2010) ve tanıtım çabalarının (Boyne ve Williams, 2003; Okumus, Okumus ve McKercher, 2007; Horng ve Tsai, 2010) bağlantılı olduğunu vurgulayan çalışmalar da yapılmıştır. Yanı sıra şarap turistini başlı başına bir konu olarak ele alanlar (Williams, 2001; Charters ve Ali-Knight, 2002; Alant ve Bruwer, 2004), gastronomi turizmini sürdürülebilirlik (Everett ve Aitchison, 2008; Sims, 2009) ya da kültür (Hjalager ve Corigliano, 2000; Santich, 2004; Harrington, 2005) çerçevesinde irdeleyenler de ilgi görmeye başlamıştır.

Bir önceki dönemde web sitelerinin analizi yoluyla veya netnografi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmalar (Okumus, Okumus ve McKercher, 2007; Germann Molz, 2007, Horng ve Tsai, 2010) ikinci on yıllık periyotta da varlığını sürdürmüştür. Gastronomi turizmini e-wom (elektronik ağızdan ağıza iletişim) gibi konular ile birlikte değerlendiren Wang'ın (2011) çalışması ise bunlardan yalnızca biridir. Diğer iki dönemin konularının yanında bu dönemde, gastronomideki gelişime de paralel olarak daha spesifik konular ele alınmıştır. Gastronomi turizmini yalnızca sosyal, kültürel ve ekonomik faktörlerin değil aynı zamanda psikolojik faktörlerin de etkileyebileceği anlaşılmıştır (Mak, Lumbers, Eves ve Chang, 2012) ve gastronomi turizmi kapsamında gerçekleşen etkinliklerin destinasyon pazarlamasındaki rolü araştırılmıştır (Lakićević, Žarevac ve Pantić, 2012; Chaney ve Ryan, 2012). Bu noktada Hillel, Belhassen ve Shani'nin (2013) yaptığı çalışma ise bir destinasyonun gastronomi anlamında çekim unsuru olarak değerlendirilememesi sebeplerini incelemesi bakımından alanyazının bakış açısını genişleten önemli bir çalışmadır. Ayrıca yeni kavramlardan biri olarak gastro diplomasiyi alanyazına kazandıran Nirwandy ve Awang (2014) da söz konusu çalışmayla alana önemli bir katkıda bulunmuştur. Tüm bu çalışmalar düşünüldüğünde Yılmaz'ın (2017a: 172) sözleri özet niteliğindedir: "...gastronomi ve turizmin bütünleştirilmesi çabalarının araştırmacılar için önem arz ettiği dikkat çekmektedir. Bu bağlamda araştırmacıların gastronomi ve turizm ilişkisinde genellikle turist veya destinasyon yöneticilerini odak noktasına koyduğu görülmektedir. Diğer taraftan ilgili alanyazında yapılan çalışmalarda gastronomi ve turizm ilişkisi ele alınırken çoğunlukla nicel araştırma yaklaşımının benimsendiği göze çarpmaktadır."

Gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalar incelenirken alan hakkında bütüncül bir bakış edinmek adına daha önce hazırlanmış bibliyometrik çalışmalardan da faydalanılabilmektedir. Ulusal alanyazında turizmi konu alan bibliyometrik çalışmalar, Tablo 1'de görüldüğü gibi 2012 yılından günümüze kadar giderek çoğalmıştır. Burada üzerinde durulması gereken nokta son iki yılda söz konusu bibliyometrik çalışmaların turizm odağından daha spesifik olan gastronomi turizmine kaydığıdır ve bu da araştırmanın gerekçesini destekler nitelikte bir gelişmedir.

Tablo 1. Ulusal Alanyazında Turizm Yönelik Bibliyometrik Çalışmalar

1	Kozak (1994)	Anatolia Dergisi'nde Yayımlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme
2	Kozak (1995)	Türkiye'de Yayımlanan Turizm Konulu Makaleler Üzerine Bir İnceleme
3	İçöz ve Kozak (1999)	Turizm İşletmeciliği Dergisi'nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme
4	Kozak (2001)	Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1999 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme
5	Özel ve Kozak (2012)	Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atf Analizi Çalışması
6	Çiçek ve Kozak (2012)	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili
7	Zencir ve Kozak (2012)	Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergilerinde Yayımlanan Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Profili (2000-2010)
8	Evren ve Kozak (2012)	Türkiye'de 2000-2010 Yılları Arasında Yayımlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi
9	Turan (2014)	Turizm Konulu Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Özellikleri (1984-2013)
10	Kaya (2014)	Annals of Tourism Research Dergisinde 2004 – 2013 Yılları Arasında Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi
11	Türktarhan (2014)	Türkiye'de Turizm Alanyazınının İncelenmesi: "Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)" Üzerine Bir İnceleme
12	Nergiz (2014)	Türkiye'de Lisansüstü Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (1990-2013)
13	Arıca (2014)	Seyahat İşletmeciliği Literatürünün Gelişim Süreci: Türkiye'de Hazırlanan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Olarak İncelenmesi
14	Karagöz ve Kozak (2014)	Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi
15	Cevizkaya, İlyas ve Avcıkurt (2014)	Turizm Alan Yazınında Engelliler İle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2000-2013)
16	Temizkan, Çiçek ve Özdemir (2015)	Sağlık turizmi konusunda yayınlanan makalelerin bibliyometrik profili
17	Şahin ve Acun (2015)	Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili
18	Tekin (2016)	Türkiye'deki Lisansüstü Turizm Tezlerinde Odaklanılan Konular: 1984-2015
19	Tayfun, Küçükergin, Aysen, Eren ve Özekici (2016)	Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz
20	Toksöz ve Birdir (2016)	Turizm Alanyazında Kültürel Mirasla İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2006-2015)
21	Aydın (2017)	Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi
22	Bayram, Bayram ve Karaçar (2017)	Sürdürülebilir Turizm: Bibliyometrik Analiz
23	Güdü-Demirbulat ve Teik-Dinç (2017)	Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili
24	Olay, Karacıl ve Süreme (2017)	Helâl Turizm Alanının Bibliyometrik Profili
25	Civelek-Oruç ve Türkay (2017)	Turizmi Konu Alan Lisansüstü Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi
26	Yılmaz (2017b)	Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı İle İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma
27	Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay ve Mercan (2017)	Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili
28	Güzeller ve Çeliker (2017)	Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz
29	Ayaz ve Türkmen (2018)	Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Yılmaz (2017) çalışmasında, 10. ve 16. Ulusal Turizm Kongresi dâhil olmak üzere yedi kongrenin elektronik bildiriler kitabını tarayarak eriştiği 63 bildiriye analiz etmiştir. Buna göre söz konusu bildirilerin yazımında kaynak olarak kitaplardan çok makalelere başvurulduğu, ampirik araştırmaların daha çok tercih edildiği ve veri toplama

yöntemi olarak da anket yönteminin ağırlıkta olduğu dikkat çekmektedir. Toplamda 157 yazarın katkı sağladığı bu 63 bildirinin yazarlarının çoğunlukla yardımcı doçent unvanına sahip oldukları ve en fazla katkının da Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi'nde görev yapan akademisyenler tarafından sağlandığı saptanmıştır.

Sünnetçioğlu vd. (2017) ise Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi internet sitesindeki turizm lisansüstü tezlerini "gastronomi" anahtar kelimesi ile taramış, ulaştıkları 33 adet tezi incelemişlerdir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre turizm alanındaki söz konusu tezlerin, genellikle yüksek lisans tezi olduğu ve çoğunlukla da pazarlama konusu kapsamında ele alındığı anlaşılmıştır. Örneklem olarak bir değerlendirme yapıldığında ise kolayda örnekleme ile amaca göre örnekleme türlerinin daha çok tercih edildiği saptanırken veri toplama aracı olarak da en çok ankete başvurulduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmanın amacıyla en çok benzerlik gösteren çalışma, Güzeller ve Çeliker'in (2017) gerçekleştirdiği araştırmadır. Web of Science Core Collection veri tabanında "gastronomy" konu başlığında tarama gerçekleştiren ve gastronomi alanında 1970-2017 yılları arasında yayımlanan 703 çalışmayı bibliyometrik olarak analiz eden yazarlar, disiplinde son 48 yıldaki eğilim ve trendleri ortaya koymayı amaçlamaktadırlar. Çalışmanın bulguları, hem yayın hem de atıf sayıları bağlamında alana olan ilginin 2000 yılından sonra arttığını, bu çalışmaların ise ağırlıklı olarak makale-bildiri türünde ve İngilizce dilinde gerçekleştirildiğini ortaya koymuştur. En fazla atıf alan derginin Journal of Culinary Science & Technology, yazarın ise Herve This olduğu belirlenmiştir. Hayagreeva Rao ve arkadaşları tarafından 2003 ve 2005 yıllarında gerçekleştirilen çalışmalar, alana yön veren öncü referans kaynakları olarak tespit edilmiştir.

Ayaz ve Türkmen (2018) ise Ulusal Tez Merkezi internet sitesinde yayınlanan ve 1999-2017 yılları arasında gerçekleştirilen lisansüstü tez çalışmalarını analiz etmiştir. Araştırma kapsamında 45 adet lisansüstü tez incelenmiş ve yöresel yiyecekleri konu alan tezlerin çoğunluğunun 2016 yılında yapıldığı, bunların büyük kısmının da yüksek lisans tezi olduğu bulgulanmıştır. Anahtar kelimeleri "yemek kültürü" ve "yöresel ürün" olarak öne çıkan tezlerin, en fazla Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda gerçekleştirildiği görülmüştür.

Bibliyometrik çalışmaların analiz birimi, tabloda da görüldüğü gibi statik yapıda değildir. Analizler tek bir yayın türü üzerinden (bildiri, makale, lisansüstü tez, kitap vb.) yapılabileceği gibi tek bir süreli yayın üzerinden de yapılabilmektedir (Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Annals of Tourism Research vb.). Ancak hepsi temelde aynı amaca hizmet etmektedir. Bu kapsamda düşünülecek olursa ulusal alanyazın hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlayacak bir başka çalışma da Altaş (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de kitap satışı yapan iki büyük internet sitesi üzerinden edinilen verilere göre 1998-2017 yılları arasında Türkçeye çevrilen 90 kitap bulunmaktadır. Bu kitapların en çok İş Bankası Kültür Yayınları ve Çekmece Yayınları tarafından yayınlandığını, en çok Carla Bardi'ye ait kitapların Türkçeye çevrildiğini ve büyük çoğunluğunun da yemek tarifleri üzerine olduğunu bulgulayan çalışma önceki çalışmaların sağladığı bilgileri genişletmektedir.

Ulusal alanyazını gastronomiyle tanıştıran ilk kitaplar, 2000'li yıllardan bu yana sayısı giderek artan çeviri kitaplardır. Gastronomi bölümünün üniversitelerde bölüm olarak açılması ve akademik kadronun oluşmasına

paralel olarak ise 2010 yılından sonra genel ve özel kapsamda kitaplar yayınlandığı görülmektedir. Bunlara örnek olarak şu kitaplar gösterilebilir:

- 2013 - Mehmet Sarışık, *Uluslararası Gastronomi*
- 2016 - Hülya Kurgun ve Demet Bağırın Özşeker, *Gastronomi ve Turizm; Hakan Yılmaz, Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*
- 2017 - Mehmet Sarışık, *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*; Düriye Bozok, Cevdet Avcıkurt, Murat Doğdubay, Mehmet Sarıoğlan ve Göksel Kemal Girgin, *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*; Hülya Kurgun, *Gastronomi Trendleri*
- 2018 – Atilla Akbaba ve Neslihan Çetinkaya, *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*.

Tüm bu gelişmeler daha önce bahsi geçen dördüncü dereceden gelişmişlik göstergelerini temsil etmekte ve bu bakımdan da bu çalışmanın alanyazın için önemini de vurgulamaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma gastronomi turizmi alanyazınındaki gelişimin ne olduğunu betimlemeye açıklamaya çalışmaktadır ve bu yönüyle betimsel bir araştırmadır. Alanyazının durumu tümünden ve nesnel bir şekilde ele alındığından dolayı da tarama modeli kullanılmıştır. Bir diğer ifadeyle bu çalışmada tarama modeli kullanılmış bir betimsel bir çalışmadır.

Araştırmanın evreni gastronomi turizmi alanında yayımlanan tüm bilimsel yayınları (tez, makale, bildiri, kitap vb.) ifade etmektedir. Ancak araştırmanın örneklem seçiminde zaman kısıtından dolayı tek bir yayın türü, yani makale tercih edilmiş ve bu kapsamda da JTGS dergisi seçilmiştir.

Çalışmada 2013-2018 yıllarında JTGS dergisinde yayımlanan makalelerin tümü taranmıştır. Belirtilen zaman aralığı içinde dergide yayımlanan toplam 281 makalenin künye bilgileri toplanmıştır. Ayrıca bu makalelerin kaynakçalarında yer alan farklı türdeki kaynakların künye bilgileri de belirli kriterler doğrultusunda veri olarak girilmiştir.

Makalelerin yayım yılları, sayfa sayısı, yazar sayısı, kaynakça sayısı ve kaynakça içeriğine ilişkin değişkenler oluşturulmuş, ardından veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences 17 versiyonu) istatistik paket programı kullanılarak frekans, yüzde, aritmetik ortalama gibi analizler aracılığıyla analize uygun hale getirilmiştir. Künye bilgileri üzerinden veriler girilerek atıf sayımı yapılmış ve sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

BULGULAR

Yılda dört defa yayımlanan JTGS dergisinde 2013 - 2018 yılları arasında toplam 281 makale yayımlanmıştır. Söz konusu makalelere ait bazı genel bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Dergide 2013-2018 Yılları Arasında Yayımlanan Makalelere İlişkin Bazı Genel Bilgiler

Toplam makale sayısı	281
Sayı başına düşen ortalama makale sayısı	12
Yayımlanan makalelerin toplam sayfa sayısı	3927
Bir makalenin sayfa bazında ortalama uzunluğu	14
Yapılan toplam atıf sayısı	10300
Makale başına düşen atıf sayısı	37
Toplam anahtar sözcük sayısı	781
Makale başına düşen ortalama anahtar sözcük sayısı	3

Tablo 2’ye göre 2013-2018 yılları arasında sayı başına düşen ortalama makale sayısı 12 olarak hesaplanmıştır. Yayımlanan makalelerin toplam sayfa sayısı 3927, bir makalenin ortalama uzunluğu 14 sayfadır (en az 4, en çok 33). Yapılan toplam atıf sayısı 10300 ve makale başına düşen ortalama atıf sayısı 37’dir (en az 6, en çok 114). Yayımlanan makalelerde toplam 781 anahtar sözcük kullanılmıştır. Makale başına düşen ortalama anahtar sözcük sayısı 3’tür.

Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Araştırmanın alt problemlerinden biri: “*Makalelerin yıllara göre dağılımı nedir?*” şeklindedir. Araştırma kapsamında incelenen toplam 281 makale, 2013 - 2018 yılları arasında yayımlanmıştır. Dergi yılda dört defa yayımlanmaktadır ve Tablo 3’e göre en çok makale yayımlanan yıl %41,28 oranıyla (116 makale) 2017 yılı olmuştur. En az makale (22 makale) yayımlanan yıl ise derginin ilk yayın yılı olan 2013 yılıdır.

Tablo 3. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Yayın Yılı	Frekans(n)	Yüzde(%)
2013	22	7,83
2014	25	8,90
2015	35	12,46
2016	55	19,57
2017	116	41,28
2018	28	9,96

Araştırma kapsamında ele alınan 2018 yılının ilk sayısının makale oranı ise %9,96 (28 makale)’dir. Bu oranın 2013 ve 2014 yıllarında yayımlanan makale sayısının bile üzerinde olduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler, yayımlanan makale sayısında her yıl artış olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da derginin kendini kanıtlaması ya da gastronomi alanının giderek gelişmesi sonucundan kaynaklanmaktadır. Burada derginin tarandığı indekslerin sayısında veya çeşidinde meydana gelen değişimin de etkili olabileceği düşünülmektedir.

Makalelerin Konularına Göre Dağılımı

Araştırmanın ikinci alt probleminde cevabı aranan soru şudur: “*Makalelerde kullanılan anahtar kelimeler ve makalenin ele aldığı konular nelerdir?*”. Dergide yer alan 281 makalede, toplam 781 anahtar kelime kullanılmıştır. Türkçe gastronomi kelimesinin kullanıldığı 18, turizm kelimesinin kullanıldığı 45, yerel kelimesinin kullanıldığı 13 ve yöresel kelimesinin kullanıldığı 7 farklı makale olduğu saptanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimeler ve Ele Alınan Konular

Konu	Anahtar Kelime	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gastronomi	Gastronomi, Gastronomi eğitimi, Gastronomi etkinlikleri, Gastronomi kimliği, Gastronomi Mutfak şefleri, Gastronomi tarihi, Gastronomi turizmi, Gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Gastronomik deneyim, Gastronomik kimlik, Gastronomik miras, Gastronomik ürün, Gastronomik ürünler	18	2,30
Turizm	AAZ turizmi, Agro-turizm, Alternatif turizm, Doğa temelli turizm, Ekolojik tarım turizmi, Elde edilen turizm gelirleri, Engelli turizm pazarı, Engelli turizmi, Erişilebilir turizm, Festival Turizmi, Gastro turizmi, Gastronomi turizmi, Gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeği, Gönüllü turizm, Helal turizm, Hüzün turizmi, Kruvaziyer turizmi, Kültür turizmi, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, Özel ilgi turizmi, Spor turizmi, Sürdürülebilir gastronomi turizmi, Sürdürülebilir turizm, Şarap turizmi, Termal Turizm, Toplum temelli turizm, Turizm, Turizm algısı, Turizm çalışanları, Turizm destinasyonu, Turizm destinasyonu değeri, Turizm eğitimi, Turizm Gastronomi, Turizm işletmeleri, Turizm İşletmesi Yöneticileri, Turizm öğrencileri, Turizm Pazarlaması, Turizm planlaması, Turizm Potansiyeli, Turizm rotası, Turizm sektörü, Turizm sosyolojisi, Turizm ve otelcilik, Turizmde örgütsel psikoloji, Yayla turizmi	45	5,76
Yerel	Çevre Yerellik, Yerel Beslenme Hareketi, Yerel Çekicilik, Yerel esnaf, Yerel halk, Yerel mutfak, Yerel restoran, Yerel ürün, Yerel ürünler, Yerel Yiyecek, Yerel yiyecek satın alma, Yerel yiyecek tüketme, Yerelselleşme	13	1,66
Yöresel	Yöresel lezzetler, Yöresel Mutfak, Yöresel mutfaklar, Yöresel tatlar, Yöresel ürün, Yöresel yiyecek, Yöresel, Yiyecek Kültürü	7	0,90
Gastronomy	Brazilian gastronomy, Gastronomy, Gastronomy museums, Gastronomy tourism, Rio's gastronomy and cultural traditions	5	0,64
Tourism	Alternative tourism, Cuisine tourism, Culinary tourism, Cultural tourism, Ecotourism, Educational Tourism, Food Tourism, Gastronomic Tourism, Gastronomy tourism, Rural Tourism, Species Rural tourism, Sustainable Tourism, Sustainable tourism development, Sustaniable tourism, Thermal tourism, Tourism, Tourism Establishments, Tourism growth, Tourism industry, Tourism patronage, Tourism promotion, Tourism students	22	2,82
Local	Local cuisine, Local food and beverages, Local foods, Local People	4	0,51
Regional	Regional development	1	0,13

Tablo 4 incelendiğinde İngilizce olarak gastronomy kelimesinin kullanıldığı 5, tourism kelimesinin kullanıldığı 22, local kelimesinin kullanıldığı 4 ve regional kelimesinin kullanıldığı yalnızca bir makalenin olduğu tespit edilmiştir.

Makalelerde Tercih Edilen Araştırma Yaklaşımları

Araştırmanın bir diğer alt problemi: “Makalelerde benimsenen araştırma yaklaşımları nelerdir?” şeklindedir. Araştırmalarda, ele alınan konuları anlama ve açıklama çabasının temelinde araştırmacıları yönlendiren bir bakış açısı vardır. Bibliyometrik analizi yapılan 281 makalede de araştırmacılar genelleme, tahminleme ve nedensellik ilişkisini açıklama amaçlarıyla yapılan nicel yaklaşımı; değişkenler arasındaki örüntüyü ortaya koymayı amaçlayan

ve çoğunlukla genelleme amacı taşımayan nitel yaklaşımı ve her ikisini birlikte içeren karma yaklaşımı benimsemişlerdir (Büyüköztürk vd., 2014: 12).

Tablo 5. Makalelerin Benimsenen Araştırma Yaklaşımı

Araştırma Yaklaşımı	Frekans(n)	Yüzde(%)
Karma	2	0,71
Nicel	128	45,55
Nitel	151	53,74
Toplam	281	100

İncelenen makalelerde en sık kullanılan araştırma yaklaşımının %53'lük bir oranla nitel araştırma yaklaşımı olduğu belirlenmiştir. Kullanılan nicel yöntemler makalelerin %45'ünü oluştururken, en az kullanılan yaklaşımın hem nitel hem de nicel yaklaşımlara başvurulmuş karma araştırma yaklaşımının olduğu ulaşılan sonuçlar arasındadır.

Makalelerin Sayfa Sayıları

Araştırmada cevabı aranan sorulardan biri şudur: “Makaleler ortalama kaç sayfadan oluşmaktadır?”. 2013 - 2018 yılları arasında yayınlanan 281 makalenin toplam sayfa sayısı 3927 ve bir makalenin ortalama uzunluğu 14 (13,98) sayfadır.

Tablo 6. Makalelerin Yıllara Göre Ortalama Sayfa Sayısı

Yayın Yılı	Sayfa Sayısı	Makale Sayısı	Ortalama Sayfa Sayısı
2013	215	22	9,77
2014	226	25	9,04
2015	355	35	10,14
2016	819	55	14,89
2017	1855	116	15,99
2018	457	28	16,32
Toplam	3927	281	13,98

Bir makalede en fazla sayfa sayısı 33 iken, en az sayfa sayısı ise dördür. 2017 yılında ortalama 16 (15,99) sayfa sayısı ile toplam 116 makale yayınlanmıştır. 2018 yılının ilk sayısında ortalama 16 (16,32) sayfa sayısı ile toplam 28 makale yayınlanmıştır. Tablo 6'ya göre 2017 yılında yayınlanan makale sayısının 2018 yılının ilk sayısında yayınlanan makale sayısının 4 katı olmasına rağmen ortalama sayfa sayılarının eşit olduğu görülmüştür. Elde edilen veriler sonucunda her yıl ortalama sayfa sayılarının arttığı saptanmıştır.

Makalelerde Kullanılan Yayın Dili

Araştırmanın alt problemlerinden biri: “Makalelerde kullanılan yayın dili nedir?”. Yayınlanan 281 makalenin %15 oranı ile toplam 41'i İngilizce yayınlanırken, %85 oranına denk gelen toplam 240 makale Türkçe yayınlanmıştır.

Tablo 7. Makalelerde Kullanılan Yayın Dili

Yayın Yılı	Türkçe		İngilizce	
	Frekans(n)	Yüzde(%)	Frekans(n)	Yüzde(%)
2013	20	7,12	2	0,71
2014	21	7,47	4	1,42
2015	31	11,03	4	1,42
2016	44	15,66	11	3,91
2017	101	35,94	15	5,34
2018	23	8,19	5	1,78
Toplam	240	85	41	15

İngilizce yayınlanan makalelerin sayısı, Tablo 7’de de görüldüğü gibi 2016 – 2017 yıllarında artmıştır. En fazla Türkçe makalenin ise 2017 yılında yayınlandığı görülmektedir.

Yazar Sayısı ve Verimliliği

Araştırmanın bir diğer alt problemi şudur: “*Makale yazımında en verimli yazarlar kimlerdir?*”. Araştırma kapsamında belirlenen yıllar arasında yayınlanan 281 makale, 466 farklı yazar tarafından yazılmıştır. Söz konusu 466 yazar arasında en verimli olanlar ise Tablo 8’de sırasıyla şöyle gösterilmektedir:

Tablo 8. Yazar İsimleri ve Makale Sayıları

Yazarlar	Kurum	Frekans(n)	Yüzde(%)
Menekşe Cömert	Gazi Üniversitesi	8	2,85
Mustafa Aksoy	Gazi Üniversitesi	8	2,85
Fügen Durlu Özkaya	Gazi Üniversitesi	7	2,49
A. Celil Çakıcı	Mersin Üniversitesi	6	2,14
Ahmet Tayfun	Gazi Üniversitesi	6	2,14

Makalelerden elde edilen verilere göre 281 makale arasında en fazla makale yazan yazarların Menekşe Cömert (n=8) ve Mustafa Aksoy (n=8) olduğu görülmektedir. Sırasıyla 7 makale ile Fügen Durlu Özkaya, 6’şar makaleyle de A. Celil Çakıcı ve Ahmet Tayfun makale yazımına en fazla katkı sağlayan yazarlar olmuştur.

Çok Yazarlılık Durumu

Araştırmanın alt problemlerinden biri: “*Makalelerde çok yazarlık durumu nedir?*” şeklindedir. Araştırma kapsamında incelenen makalelerdeki tek yazarlı makale sayısı 55 (%19,57), çift yazarlı makale sayısı 142 (%50,53), üç yazarlı makale sayısı 65 (%23,13), dört yazarlı makale sayısı 16 (%5,69), beş yazarlı makale sayısı 2 (% 0,71) ve altı yazarlı makale sayısı 1 (% 0,36)’dir.

Tablo 9. Makalelerde Çok Yazarlılık Durumu

Makale Sayısı	Frekans(n)	Yüzde(%)
55	1	19,57
142	2	50,53
65	3	23,13
16	4	5,69
2	5	0,71
1	6	0,36

Tablo 9 incelendiğinde, makaleleri yazan bilim insanlarının %80 oranında iki ya da daha fazla araştırmacının bir araya geldiği araştırmalar yaptıkları ve yayınladıkları görülmektedir. Bu durum yazarların farklı bakış açıları ile düşünmesini sağlayabileceği için olumlu bir gelişme olarak kabul edilebilir.

Yazarların Çalıştıkları Kurumlar

Araştırmada cevabı aranan sorulardan biri şudur: “*Makale yazımında en verimli kurumlar hangileridir?*”. Yayımlanan makaleler toplamda 95 farklı kurumda çalışan veya ilgili kurumlarda lisansüstü öğrenci olan yazarlar tarafından yazılmıştır. Toplam 281 makale arasında % 27,05 oranı ile 76 makale yazımında katkısı olan Gazi Üniversitesi birinci sıradadır. Gazi Üniversitesi’ni 22 makale ile Mersin Üniversitesi takip etmekte, 18 makale ile Balıkesir Üniversitesi üçüncü sırada gelmektedir.

Tablo 10. Üniversitelerde Çalışan Yazarların Sayısı

Sıra	Kurumlar	Frekans(n)	Yüzde(%)
1	Gazi Üniversitesi	76	27,05
2	Mersin Üniversitesi	22	7,83
3	Balıkesir Üniversitesi	18	6,41
4	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	17	6,05
5	Akdeniz Üniversitesi	14	4,98
6	Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi	14	4,98
7	Anadolu Üniversitesi	11	3,91
8	Aksaray Üniversitesi	10	3,56
9	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	10	3,56
10	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	10	3,56

Tablo 10’da da sunulduğu gibi sırasıyla 17 makale ile Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 14 makale ile Akdeniz Üniversitesi ve Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, 11 makale ile Anadolu Üniversitesi ve son olarak 10 makale ile Aksaray Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi en verimli kurumlar arasında yer almaktadır.

Makalelerde Yapılan Atıf Sayıları

Araştırmanın sekizinci alt probleminde cevabı aranan soru şudur: “*Makalelerde ortalama kaç atıf yer almaktadır?*”. Dergide yayınlanan makalelerde toplam 10300 atıf yapıldığı saptanmıştır. Bir makalede en fazla yapılan atıf sayısı 114 iken, en az yapılan atıf sayısı altıdır. Söz konusu 281 makalede yapılan ortalama atıf sayısının ise 37 (36,65) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Atıf Sayısına Göre Makale Sayıları

Atıf Sayısı	Frekans(n)	Yüzde(%)
100 üzeri	2	0,71
81-100	6	2,14
61-80	19	6,76
41-60	79	28,11
21-40	119	42,35
0-20	56	19,93
Toplam	281	100

Tablo 11’de görüldüğü üzere 10300 kaynaktan %42 oranıyla en fazla 119 makalede, 21 ile 40 arası atıf yapılmıştır. Yayımlanan iki makalede ise 100’ün üzerinde atıf yapılmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gastronomi turizmi, önemli bir disiplin olarak özellikle son yirmi yıllık dönemde araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bunun paralelinde alana kaynaklık eden yayınlar da çeşitlenmiş ve sayıca artmıştır (Hegarty, 2009). Sayısı ve türleri her geçen gün artan bu yayınların, bir destinasyonun en gelişmiş gastronomik unsurları barındırdığına yönelik göstergelerden yalnızca biri oluşu yönüyle, ilgili yayınların bibliyometrik profilini öğrenme gerekliliği gündeme gelmiştir. Bu bakımdan *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* (JTGS) dergisinin bibliyometrik ve atıf özelliklerinin, alana ait bilimsel özellikleri temsil gücü olduğu düşünülmüştür.

Bibliyometrik çalışmalar bir alanın bilimsel seyrinin profilinin ortaya konulması için önemli çalışmalardır ve alan yazının seyri hakkında genel bir fotoğraf ortaya koymaktadırlar. Bu bağlamda bu çalışmada, JTGS dergisinin yayın hayatına başladığı 2013 yılından 2018 yılına kadar yayımladığı makalelerin yılı, sayfa sayısı, yazarları, yayın dili, atıfları, konusu, araştırma yaklaşımları, örnekleme tekniği, örnekleme grubu, veri toplama aracı gibi parametreler çerçevesinde bibliyometrik yöntemle incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla gerçekleştirilen çalışmada JTGS dergisine internet üzerinden erişim sağlanmış ve arşiv bölümünden yayımlanan toplam 281 makaleye ulaşılmıştır.

Belirtilen yıllar arasında en fazla makalenin 2017 yılında yayımlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada çalışmanın bulgularını, gastronomi alanındaki diğer yayın türlerinin bibliyometrik profilini çıkaran çalışmalarla kıyaslamak yerinde olacaktır. İlk olarak Sünnetçioğlu vd.’nin (2017) gerçekleştirdiği çalışmaya değinilecek olursa gastronomi alanında 1987-2017 arasında yayımlanmış 33 lisansüstü tezi analiz ettiği çalışmasında da benzer bir sonuca ulaşıldığı söylenebilir. Nitekim yazarlar 1987-2009 yılları arasında tez sayısında hiçbir değişme yaşanmazken 2014’ten 2017 yılına kadar geçen üç yıllık süreçte ise bu sayının arttığını tespit etmiştir. Söz konusu durumun sebebi olarak da gastronomi eğitiminin lisansüstü düzeyde gelişimini göstermiştir. Çalışmanın daha detaylı şekli olarak yöresel yiyecekler hakkındaki lisansüstü tezleri araştıran Ayaz ve Türkmen (2018) ise 1999-2017 yılları arasında yürütülen 45 tez için yaptığı analiz sonucunda, en fazla tezin 2016 yılında yayımlandığını tespit etmiştir. Araştırmacılar gastronomi alanına verilen önemin giderek artmasını, bu durumun bir sebebi olarak sunmuştur. Yılmaz (2017) ulusal turizm kongrelerinde 2009-2015 yılları arasında sunulan 63 bildiri üzerinden gerçekleştirdiği bibliyometrik analizde, en fazla bildirinin 16. Ulusal Turizm Kongresi’nde, 2015 yılında yayımlandığını ifade etmektedir. Gastronomi alanında kongrelerde sunulan bildirilerin artışını ise bu durumun etkeni olarak görmektedir. Yayın türü bakımından daha geniş bir yelpazede bibliyometrik analiz gerçekleştiren Güzeller ve Çeliker (2017) ise 1970-2017 yılları arasındaki yaklaşık 50 yıllık süreçte 703 çalışmayı analiz ederek yıllara göre yayın sayılarında dalgalanmalar olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak 2000 yılından sonra çalışmaların hız kazandığını belirtmektedir.

JTGS dergisinin 2013 yılında yayın hayatına başlaması, yukarıda yer alan çalışmalardaki gibi 20 ya da 50 yıllık bir süreci projeksiyon altına almayı güçleştirirse de araştırmanın bulguları gastronomi alanında hangi yayın türünde

olursa olsun 2000'li yıllardan sonra bir atağa geçildiği bilgisini doğrulamaktadır. Bu atağın sebepleri arasında gastronomi turizminin lisansüstü düzeyde artışı, dolayısıyla bilimsel toplantıların ve yayınların giderek hem nicelik hem nitelik bakımından gelişimi düşünülmektedir.

Bibliyometrik çalışmaların olmazsa olmaz parametrelerinden biri yazarlardır. Bu kapsamda yazarın unvanı, çalıştığı kurum /bölüm, yazar sayısı / çok yazarlılık, yazarların verimliliği ve yazarların milliyetleri düşünülebilir. JTGS dergisinde bu bağlamda kullanılan parametreler ise yazarın çalıştığı kurum, yazar sayısı /çok yazarlılık ve yazarın verimliliğidir. Söz konusu parametrelerden unvanın kullanılmamasındaki sebep dergi formatında yazarların unvanlarının yer almamasıdır. Bir diğer parametre olarak dergi yazarlarının milliyetlerine ise çoğunlukla Türkiye Cumhuriyeti Uyruklu olmaları nedeniyle yer verilmemiştir.

Yazar sayısı incelendiğinde toplamda 281 makalenin 466 yazar tarafından kaleme alındığı ve bunların beşte dördünün iki ya da daha fazla araştırmacının bir araya geldiği araştırmalar olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda elde edilen bulgular, daha önce gastronomi üzerine yapılmış bibliyometrik çalışmalardan biri olan Yılmaz'ın (2017) bulguları ile örtüşmektedir. Nitekim yazarın incelediği bildirilerin neredeyse yarısı, iki yazarlı olarak yayımlanmıştır. Al (2005)çok yazarlılık durumunun öneminden bahsettiği çalışmasında bir yayının birden çok kişi tarafından kaleme alınmasının yayının niteliğini olumlu yönde etkilediğini iddia etmektedir. Bunun nedeni çok yazarlı yayınların birçok kez farklı araştırmacılar tarafından gözden geçirilmesidir. Araştırmaların giderek daha büyük ölçekli ve disiplinlerarası bir hal alması çok yazarlılığı gerekli kılmaktadır. Nitekim gastronomi gibi disiplinlerarası bir alanda çok yazarlılığın olması beklenen bir durumdur.

Araştırma kapsamında incelenen makalelerin yazımına en fazla katkı sağlayan ilk üç yazar Gazi Üniversitesi'nde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde Öğretim Üyesi olarak görev yapmakta olan Dr. Menekşe Cömert, Dr. Mustafa Aksoy ve Dr. Fügen Durlu Özkaya'dır. Bu isimlerin çalıştıkları kurum ve mensup oldukları bölüm dışındaki ortak noktaları, derginin basımından sorumlu kurumda çalışıyor olmalarıdır. Nitekim yayımlanan makalelerin onda üçü Gazi Üniversitesinde çalışan ve lisansüstü öğrenim gören öğrenciler tarafından kaleme alınmıştır. Dolayısıyla en verimli kurumun Gazi Üniversitesi olması ile en verimli ilk üç yazarın Gazi Üniversitesi'nde öğretim üyesi olması birbiri ile bağlantılı bulgulardır. Ancak Ayaz ve Türkmen'in (2018) çalışmasındaki lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımı, Gazi Üniversitesi'ni en verimli üç üniversite arasında gösterirken Yılmaz'ın (2017) bildiriler üzerine kaleme aldığı çalışmada bu kurum ilk on üniversite arasında bile bulunmamaktadır. Bu noktadan hareketle yayın türlerine göre verimliliğin değişebileceği yorumu yapılabilir.

Araştırmanın kapsamına giren ve çoğunlukla Türkçe dilinde yayımlanan makalelerin anahtar kelimelerinden yola çıkarak en çok gastronominin, turizmin ve yöresel/yerel yiyeceklerin konu edildiği görülmektedir. Burada araştırmanın amacıyla uyumlu bir bulguya ulaşıldığı söylenebilir çünkü daha önce de belirtildiği gibi yerel gastronomi üzerine yapılan bilimsel yayınlar, bir destinasyonun dördüncü derecede gelişmiş olduğunu göstermektedir. Bu anlamda Türkiye'nin dördüncü dereceden gelişmişlik göstergelerinden birini sağladığı anlaşılmaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda ise daha geniş kapsamlı araştırmalarla bu araştırmanın bulguları

genişletilmeli, söz konusu gelişmişlik göstergeleri gastronomi turizmi pazarlamasında stratejik bir araç olarak kullanılmalıdır. Nitekim Oğuz ve Unur (2018) “Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği” geliştirerek bu anlamda alanyazına ve alandaki araştırmacılara katkıda bulunmuştur.

Bilimsel yayınlara yapılan atıflar, bir bilim dalı için pek çok farklı açıdan önemli bir ölçüt sayılmaktadır. Öyle ki atıf sayısı, dünyanın en iyi üniversitelerini, uluslararası saygın bilimsel ödülleri ve bilimsel performansın değerlendirilmesini belirleyen önemli ölçütlerden bir tanesidir (Tuzbay, 2007). İncelenen makalelerde bilimsel yayınlara en çok atıf yapılan yıl, 2013 olarak tespit edilmiştir. Bu noktada daha önce belirtildiği gibi gastronomi alanında 2000’li yıllarda baş gösteren gelişmenin, atıf yapılan kaynak sayısını arttırdığı yorumu yapılabilir. Makalelerin en çok atıfta bulunduğu kaynak türünün yine makaleler olması ise yayın türleri arasında makalenin diğerlerine göre güncel konuları takip ediyor olmasından kaynaklanabilir. Bu bağlamda makale yazarlarının alanın dinamik yapısından ve araştırılan konunun gerekliliklerinden dolayı daha güncel bilgiler sunan makalelere başvurdukları söylenebilir.

Turizm araştırmaları uzun yıllar pozitivist yaklaşımla gerçekeştirilmesi ve paradigma geçişini sağlayamaması bakımından eleştirilmiştir. Ancak son on beş yıllık süreçte nicel araştırmalar yerini nitel araştırmalara bırakmış ve böylece de söz konusu durum değişmiştir (Pernecky ve Jamal 2010: 1060; Kaya, 2014) . Araştırma yaklaşımı bakımından makaleler incelendiğinde nitel ve nicel yaklaşımın birbirine çok yakın oranda olduğu görölmektedir. Bu da belirtilen paradigma değişiminin gastronomi turizmini de etkisi altına aldığı şeklinde yorumlanabilir. Ancak Yılmaz (2017) çalışmasında incelediği bildirimlerin büyük bir çoğunluğunun nicel yaklaşımla yazıldığını ve hala söz konusu paradigma geçişinin gastronomi alanında sağlanamadığını iddia etmektedir. Bu durumun bir nedeni, dergilerin yayın hedefleri olarak gösterilebilir. Nitekim editöryel ekibin nitel ya da nicel yaklaşıma gösterdiği eğilimin, hakem sürecinde makalelerin kabulünü/reddini etkileyebileceği bilinen bir gerçektir. Ancak yine de bulgular arasındaki bu farklılık, yeni ve kapsamlı bir araştırmayı gerekli kılmaktadır çünkü tek bir dergi ya da tek bir yayın türünün ortaya koyduğu bibliyometrik profilin, bu savı doğrulayacak ya da yanlışlayacak boyutta bilgi sağlayamamış olması ihtimaller arasındadır.

Tüm bu bilgiler ışığında sonuç olarak JTGS dergisinin bibliyometrik özellikleri ile alanın gelişiminin paralellik gösterdiği söylenebilir. Ancak yine de alanın temel değişkenleri ve aktörlerini tek bir dergi üzerinden genellemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Bu nedenle gelecek çalışmaların gastronomi ve turizm alanında yayınlanan diğer dergileri ve yayın türlerini de kapsamalı önerilmektedir. Örneğin Güzeller ve Çeliker’in (2017) bibliyometrik çalışmasının bulgularına göre gastronomi alanında en çok atıfta bulunulan dergi American Journal of Sociology isimli ABD menşeli dergidir. Bunun yanında Trends in Food Science & Technology isimli İngiliz menşeli dergi de alanda kilit rol oynayan çalışmaların yayımlandığı bir dergi konumundadır. Bu ve buna benzer dergilerin bibliyometrik analizinden elde edilen bulgular ile alan hakkında daha kapsamlı bilgilere ulaşılabileceğini söylemek mümkündür. Bunun yanında alanda saygın olarak nitelendirilebilecek kongrelerde sunulan bildirimlerin ve gastronomi eğitiminde önde gelen üniversitelerin yürüttüğu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi de gastronomi biliminin seyri hakkındaki öngörülerini sağlamlaştıracaktır.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S. ve Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Al, U. (2005) . Çok yarıllığın bilimsel iletişimdeki yeri. *Prof. Dr. Nilüfer Tuncer'e Armağan*, Küçük, E. (Yay. Haz.) TKD, Ankara, ss. 31-41.
- Alant, K. ve Bruwer, J. (2004). Wine tourism behavior in the context of a motivational framework for wine regions and cellar doors. *Journal of Wine Research*, 15(1), 27-37.
- Altaş, A. (2017). Türkçe'ye Tercüme Edilen Gastronomi Kitaplarının Bibliyometrik Analizi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 103-117.
- Arıca, R. (2014). Seyahat İşletmeciliği Literatürünün Gelişim Süreci: Türkiye'de Hazırlanan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Bibliyometrik Olarak İncelenmesi. N. Kozak ve E. Günlü (Ed.), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 446-462). Ankara.
- Au, N. ve Law, R. (2002). Categorical classification of tourism dining. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 819-833.
- 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.
- Aydın, B. (2017). Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2(1), 23-38.
- Belisle, F. J. (1983). Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 497-513.
- Bessièrè, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: travelling for food and drink*. Ashgate Publishing Ltd., Birleşik Krallık.
- Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003). Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives: A marketing approach to regional development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (17. Baskı). Ankara: Pegem.
- Cevizkaya, G., Avcıkurt, C. ve İlsay, S. (2014). Turizm Alan Yazınında Engelliler İle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2000-2013). A. Kılıçlar (Ed.), 15. Ulusal Turizm Kongresi bildiri kitabı içinde (ss.145-151). Ankara.
- 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.

- Charters, S. ve Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist?. *Tourism Management*, 23(3), 311-319.
- Civelek-Oruç, M. Ve Türkay, O. (2017). Turizmi Konu Alan Lisansüstü Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi. F. Alaeddinoğlu, E. Cihangir ve M. Şeremet (Ed.), International West Asia Congress of Tourism Research bildiri kitabı içinde (ss. 251-258). Van.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Correia, A., Do Valle, P. O. ve Moço, C. (2007). Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 60(1), 76-80.
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C. F. ve Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19(3), 164-176.
- Coveney, J. ve Santich, B. (1997). A question of balance: Nutrition, health and gastronomy. *Appetite*, 28(3), 267-277.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 734-756.
- DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the European Union. *American Sociological Review*, 75(3), 432-455.
- Du Rand, G. E. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3): 206-234.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Türkiye'de 2000-2010 yılları arasında yayımlanan turizm konu makalelerin bibliyometrik analizi. N. Kozak ve M. Yeşiltaş (Ed.), VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 250-266). Ankara.
- Fields, K. (2002). *Demand for gastronomy tourism product: Motivational factors*. Tourism and Gastronomy, Hjalager, A. M. ve Richards, G. (Ed.). Routledge, Londra, ss. 36-50.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 546-559.
- Ganter, H. D. (2004). Changes in work organization in French top-quality restaurants. *Business History*, 46(3), 439-460.
- Germann Molz, J. (2007). Eating difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism. *Space and Culture*, 10(1), 77-93.

- Green, G. P. ve Dougherty, M. L. (2008). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3): 148-158.
- Groves, A. M. (2001). Authentic British food products: A review of consumer perceptions. *International Journal of Consumer Studies*, 25(3): 246-254.
- Güçlü-Nergiz, H. (2014). Türkiye’de Lisansüstü Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (1990-2013). N. Kozak ve E. Günlü (Ed.), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 212-221). Ankara.
- Güdü-Demirbulat, Ö. ve Tetik-Dinç, N. (2017). Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 20-30.
- 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.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2005). *Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences*. Niche tourism, contemporary issues, trends and cases, M. Novelli (Ed.), Elsevier, Barking, Boston, ss.89-100.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*. Food Tourism Around The World, Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.), Butterworth-Heinemann, İngiltere, ss. 1-24.
- Hall, C. M., Mitchell, R. ve Sharples, L. (2003). *Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development*. Food Tourism Around The World, Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.), Butterworth-Heinemann, İngiltere, ss. 25-59.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 129-152.
- Hegarty, J. A. ve O’Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- Hillel, D., Belhassen, Y. ve Shani, A. (2013). What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management*, 36, 200-209.
- Hjalager, A. M. (2002). *A typology of gastronomy tourism*. Tourism and Gastronomy, Hjalager, A. M. ve Richards, G. (Ed.). Routledge, Londra, ss. 21-35.
- Hjalager, A. M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food for tourist determinants of an image. *The International Journal of Tourism Research*, 2(4): 281-293.

- Horng, J. S. ve Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Ignatov, E. ve Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235.
- İçöz, O. ve Kozak, N. (1999). Turizm İşletmeciliği Dergisi'nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (2): 9-17.
- Jalis, M. H., Zahari, M. S., Zulkifly, M. I. ve Othman, Z. (2009). Malaysian gastronomic tourism products: Assessing the level of their acceptance among the western tourists. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 2(1), 31-44.
- Kalkstein-Silkes, C., Cai, L. A. ve Lehto, X. Y. (2008). *Conceptualizing festival-based culinary tourism in rural destinations*. Food and Wine Festivals and Events Around the World, C. M. Hall ve L. Sharples (Ed.), Butterworth-Heinemann, İngiltere, ss. 65-77.
- Karagöz, D., & Kozak, N. (2014). Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(1), 47-61.
- Kaya, B. (2014). *Annals of Tourism Research Dergisinde 2004 – 2013 Yılları Arasında Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi*. N. Kozak ve E. Günlü (Ed.), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 39-54). Ankara.
- Kim, Y. G., Suh, B. W. ve Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kim, Y. H., Goh, B. K. ve Yuan, J. (2010). Development of a multi-dimensional scale for measuring food tourist motivations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 56-71.
- Kivela, J. ve Crotts, J. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2-3): 39-55.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, N. (1994). Anatolia Dergisi'nde Yayımlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (3): 22-33.
- Kozak, N. (1995). Türkiye'de Yayımlanan Turizm Konulu Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1): 62-72.
- Kozak, N. (1999). Dünya Genelinde "Turizm", "Rekreasyon" ve "Boş Zamanlar ve Değerlendirilmesi" Alanlarında Yayımlanmakta Olan Akademik Dergiler Üzerinde Bir Araştırma, *Türk Kütüphaneciliği*, 13 (1): 5-27.

- Kozak, N. (2001). Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1999 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1): 26-33.
- Lakićević, M., Žarevac, M. ve Pantić, N. (2012). Gastronomic festivals in rural regions of Serbia. *Megatrend Review*, 9(1).
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky, Amerika Birleşik Devletleri.
- 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.
- Marris, T. (1986). Does food matter?. *The Tourist Review*, 41(4), 17-20.
- Nield, K., Kozak, M. ve LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- Nirwandy, N. ve Awang, A. A. (2014). Conceptualizing public diplomacy social convention culinary: engaging gastro diplomacy warfare for economic branding. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 325-332.
- Oğuz, S. ve Unur, K. (2018). Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 409-429.
- Okumus, B., Okumus, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Olçay, A., Karacıl, G. ve Sürme, M. (2017). Helâl Turizm Alanının Bibliyometrik Profili. K. Oktay ve H. Pamukçu (Ed.), 1. International Halal Tourism Congress bildiri kitabı içinde (ss.882-895). Alanya.
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000-2010) ve bir atf analizi çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 715-733.
- Pernecky, T. ve Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in Tourism Studies, *Annals of Tourism Research*, 37 (4), 1055-1075.
- Pritchard, A. (1969) Statistical Bibliography or Bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25, 348-349.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004) Towards a structural modal of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3): 297-305.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sheldon, P. J. ve Fox, M. (1988). The Role of Foodservice in Vacation Choice and Experience: A Cross-Cultural Analysis. *Journal of Travel Research*, 27(2), 9-15.

- Shenoy, S. S. (2005). Food Tourism And The Culinary Tourist. Doktora Tezi, Clemson University, Amerika Birleşik Devletleri, ss. 1-209.
- Sherman, S. (2003). Gastronomic history in eighteenth-century England. *Prose Studies*, 26(3), 395-413.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Smith, A. ve Hall, C. M. (2003). *Restaurants and local food in New Zealand. Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 248-268.
- Smith, S. L. ve Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289-299.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Okan, Ş. (2017). Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 345-354.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2015). Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri). *Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute*, 18(34), 213-234.
- Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Eren, A. ve Özekici, Y. K. (2016). Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 50-69.
- Tekin, Ö. A. (2016). Türkiye'deki Lisansüstü Turizm Tezlerinde Odaklanılan Konular: 1984-2015, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8(2), 175-187
- Telfer, D. J. ve Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 635-653.
- Temizkan, S. P., Çiçek, D., & Özdemir, C. (2015). Bibliometric profile of articles published on health tourism. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 394-415.
- Toksöz, D. ve Birdir, K. (2016). Turizm Alanyazında Kültürel Mirasla İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2006-2015). A. Öztüren (Ed.), V. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu I. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu bildiri kitabı içinde (ss.76-88). Kuzey Kıbrıs.
- Turan, A. (2014). Turizm Konulu Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Özellikleri (1984-2013). N. Kozak ve E. Günlü (Ed.), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 3-15). Ankara.
- Tuzbay, İ. T. (2007). Bilimsel niteliğin saptanmasında atflar nasıl değerlendirilir?. Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık 5. Ulusal Sempozyumu, 19 Ekim, Ankara, ss. 129-131.
- Türktarhan, G. (2014). Türkiye'de Turizm Alanyazınının İncelenmesi: "Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası (1929-1984)" Üzerine Bir İnceleme. N. Kozak ve E. Günlü (Ed.), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 182-199). Ankara.

- Van Westering, J. (1999). Heritage and gastronomy: The pursuits of the 'new tourist'. *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.
- Wang, H. Y. (2011). Exploring the factors of gastronomy blogs influencing readers' intention to taste. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 503-514.
- Williams, P. (2001). The evolving images of wine tourism destinations. *Tourism Recreation Research*, 26(2), 3-10.
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: The hidden harvest*. Kendall Hunt, Amerika Birleşik Devletleri.
- Yılmaz, G. (2017). Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı ile İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma. *Turizm & Araştırma Dergisi*, 6(1), 1-21.
- Yılmaz, G. (2017a). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 14(2), 171-191.
- Zencir, E. ve Kozak, N. (2012). Sosyal Bilimler Enstitü Dergileri'nde yayımlanan turizm makalelerinin bibliyometrik profili (2000-2010). N. Kozak ve M. Yeşiltaş (Ed.), VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi bildiri kitabı içinde (ss. 673-685). Ankara.

Development of the Gastronomy Tourism Literature: A Research on Journal of Tourism and Gastronomy Studies' Articles

Cevdet SÖKMEN

Başkent University, Faculty of Art, Design and Architecture, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Oya ÖZKANLI

Gaziantep University, Faculty of Fine Arts, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Extensive Summary

There are four types of gastronomic tourism resources (Smith and Xiao, 2008): facilities (buildings, land, and roots), activities (consumption types, gastronomic tours, and trainings), events (consumer shows, festivals) and organizations (associations). The fact that a destination has the resources to supply it is not a reliable criterion for its development in terms of gastronomic tourism alone. For that reason, a hierarchical model, which systematically defines the 'four orders' of gastronomy tourism developed by Hjalager (2002) can be used to make more comprehensive explanations and more reliable judgments. According to model there are four levels of what a destination has to have in order to stand out in gastronomic tourism and the level of development of the destination increases with each increasing order. The last of these levels, expressed as development indicators of gastronomic tourism development, are the fourth-order indicators. It is acknowledged that a destination having these indicators is at the most advanced level. In a developed destination at the fourth stage, the theoretical orientation of the gastronomy in addition to its application direction must also be completed. Learning environments should be prepared specifically for gastronomy education and R & D studies should be conducted. In addition, for the sake of planned development, gastronomic tourism communities should be organized and academic studies on local gastronomy should be carried out. In this study, the main reason for the bibliometric analysis of Journal of Tourism and Gastronomy Studies (JTGS) is to reveal these "academic studies".

Gastronomy tourism has begun to attract the interest of researchers, especially in the last decade as an important work topic. When the articles published in various journals from 1980s to 2017 are examined, it is seen that the relationship between gastronomy and tourism is mostly tried to be understood. Although many studies aimed at revealing the relationship between tourism and local food (Belisle, 1983; Telfer and Wall, 1996), many different aspects of this relationship have also become important research topics. Indeed, there are also researchers who indicate that gastronomic tourists are influenced by travel motivations, destination choices, and holiday experiences (Marris, 1986; Sheldon and Fox, 1988; Van Westering, 1999), as well as those who claim that the destination provides reinforcement of local identity (Bessière, 1998) . Thus, both the social and cultural influences of the gastronomic gradually begin to gain clarity. It is a fact that studies on gastronomic tourism have gradually gained momentum in quality and quantity over the years. Especially when the first ten-year period is considered, it is seen that the questions that are searched for in the field are diversified. Although the focus on social, cultural and economic factors affecting gastronomic tourism and the motivations, behaviors and similarities of gastronomic

tourists, researchers in the area have also pointed out that gastronomy is considered as a fine art event (Hegarty and O'Mahony, 2001) or taken from a historical perspective (Sherman, 2003, Ganter, 2004) have also started exploratory studies. In some studies, new concepts such as gastrospeak (Fox, 2007), gastronationalism (DeSoucey, 2010) have been put forward and tried to adopt them. In addition, it has been the subject of studies to go beyond just the definition, and some problems have been sought in related works. For example, after the work of Coveney and Santich (1997), Smith and Xiao (2008) also worked to solve the problems in the supply chain and in this way they tried to solve the problems that stakeholders have in the food production and distribution methods.

The work that took place in the same years and focused on gastronomic tourists has begun to deepen. The effect of gastronomy on the destination choices, the pleasure of the chosen destination, and the spending intentions there, are among the major research topics in the era (Nield, Kozak and LeGrys, 2000; Au and Law, 2002; Quan and Wang, 2004; Kivela and Crofts, 2005; 2006, Correia, Do Valle and Moço, 2007, Correia, Moital, Da Costa and Peres, 2008, Jalis, Zahari, Zulkifly and Othman, 2009; Kim, Suh and Eves, 2010). Moreover, studies emphasized that gastronomic tourists' destination preference, motivation, satisfaction, intention to spend is linked to the destination image (Ab Karim ve Chi, 2010) and promotion efforts (Boyne ve Williams, 2003; Okumus, Okumus ve McKercher, 2007; Horng ve Tsai, 2010) were also conducted. There have also been interests in studies involving wine tourists as a subject (Williams, 2001; Charters ve Ali-Knight, 2002; Alant ve Bruwer, 2004), research on gastronomic tourism sustainability (Everett ve Aitchison, 2008; Sims, 2009) or culture (Hjalager ve Corigliano, 2000; Santich, 2004; Harrington, 2005).

Studies carried out through the analysis of web sites in the previous period or using netnography (Okumus, Okumus and McKercher, 2007; Germann Molz, 2007, Horng and Tsai, 2010) continued their presence in the second decade. Wang's (2011) study, which reviews gastronomy tourism with topics such as e-wom (electronic word-of-mouth communication), is only one of them. In addition to the topics of the other two periods, more specific topics were discussed in parallel with the development in the gastronomic period. It has been understood that gastronomy tourism can affect not only social, cultural and economic factors but also psychological factors (Mak, Lumbers, Eves and Chang, 2012) and researched the role of gastronomic tourism activities in destination marketing (Lakićević, Žarevac and Pantić, 2012; Chaney and Ryan, 2012). The work Hillel, Belhassen and Shani (2013) at this point is an important work that expands the viewpoint of the literature in terms of examining the reasons for not being able to evaluate a destination in terms of gastronomy. In addition, Nirwandy and Awang (2014), who have contributed gastro-diplomacy as one of the new concepts, have made a significant contribution to the field. When all these studies are considered, Yilmaz's (2017a: 172) words are a summary: "... it is noteworthy that the efforts of integrating gastronomy and tourism are important for researchers. In this context, it is seen that researchers usually place tourists or destination managers at the focal point in relation to gastronomy and tourism. On the other hand, when studies related to gastronomy and tourism is taken into consideration, it is often the case that the quantitative research approach is adopted. "

While studies on gastronomy tourism are being examined, it is also possible to benefit from bibliometric studies which have been prepared previously in order to get a holistic view on the era. Bibliometric studies on tourism in

the public literature have shifted to gastronomy tourism, which is more specific than tourism in the last two years, which is a development that supports the reason for research. The unit of analysis of bibliometric studies is not static. Analyzes can be done through a single type of publication (paper, article, postgraduate dissertation, book, etc.) as well as a single periodical publication. Bibliometric began to be used at the beginning of the 1900's, even with different names. The use of the term in its current sense was made by Pritchard's article in the second half of the 1900's (Pritchard, 1969). According to the author, the main purpose of bibliometric is to analyze the development process of any discipline or written document by using a number of variables. In this thesis study, the development process of the gastronomy tourism discipline was tried to be clarified by bibliometric analysis because this development is also an important developmental point for a destination at the same time. For this purpose, 281 articles in *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* analyzed 2013-2018 were used. In the broadest terms, parameters such as the author of the article, the references cited by the articles of these authors and the authors of the relevant sources are taken as basis. In the direction of the analysis made, the findings about the authors working in the discipline of gastronomy tourism and the types of sources studied were presented so that the development process of the gastronomy tourism literature was revealed.