



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Öğr. Gör. Dr. Filiz ARSLAN, Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O., Antalya, e-posta: filizarслан@akdeniz.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3868-6637>

Öz

Coğrafi işaret, uluslararası ve ulusal literatürde araştırmacıların üzerinde çalışmaya başladığı bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, gastronomi ve turizm alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konusu üzerinde gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmektir. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında konu ile ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışma gastronomi ve turizm alanlarında İngilizce dilinde coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin genel betimsel veriler sunulmakla birlikte; araştırma kapsamına alınan makaleler yıllara, ülkelere göre incelenmiştir. Çalışma kapsamında anahtar kelime analizi, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Çalışmanın gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaretleri konu alan çalışmalara ve gastronomi literatürüne önemli katkı sağlayıcı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Coğrafi İşaret, Bibliyometrik Analiz.

Makale Gönderme Tarihi: 19.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 02.11.2022

Önerilen Atıf:

Arslan, F. (2022). Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1544-1556.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2022, 5(11): 1544-1556. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1115](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1115)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

**Bibliometric Analysis of Studies on Geographical Indications in The Field of
Gastronomy and Tourism**

Dr. Filiz ARSLAN, Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya, e-mail: filizarслан@akdeniz.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3868-6637>

Abstract

Geographical indication draws attention as a subject that researchers have started to work on in international and national literature. The aim of this study is to determine the bibliometric characteristics of the researches on geographical indications carried out in the fields of gastronomy and tourism in the years 2004-2022, within the framework of various parameters. In this direction, on the subject were reached in the Web of Science Core Collection database. While the study presents general descriptive data on the studies on geographical indications in English in the fields of gastronomy and tourism; The articles included in the research were examined according to years and countries. Within the scope of the study, information on keyword analysis, cooperation network of countries and authors is presented. It is thought that the study will make an important contribution to the studies on geographical indications in the fields of gastronomy and tourism and to the gastronomy literature.

Keywords: Gastronomy, Geographical Indication, Bibliometric Analysis.

Received: 19.09.2022

Accepted: 02.11.2022

Suggested Citation:

Arslan, F. (2022). Bibliometric Analysis of Studies on Geographical Indications in The Field of Gastronomy and Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1544-1556.

GİRİŞ

Gastronomi kavramı, gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşturulmuştur. Türkçe karşılığı 'Mide Kuralı' ya da 'Mide Yasası'dır. Ülkelerin veya bölgelerin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden gastronomi kavramı, ilk olarak Akdeniz bölgesi için yazılan ilk yemek kitabı olarak kabul edilen "gastro-nomi" adlı şiiirde geçmektedir (Arslan, 2021: 131). Türk Dil Kurumu'nun (2021) tanımında, gastronomi sağlığı elverişli, iyi organize edilmiş, yemek düzeni ve sistemi, hoş ve lezzetli mutfak, şeklinde tanımlanmıştır. Basit anlamda ise yeme içmeden keyif alma anlamına gelmektedir (Scarpato, 2001: 52). Kültürel ve gastronomik değerler; şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin turizm pazarlamalarında avantajlı bir duruma geçmesine, ekonomik kazançlar elde etmesine ve yeni alanların gelişmesine kaynak sağlamıştır. Sahip olduğu coğrafi, iklimsel ve kültürel çeşitliliklerin etkisiyle gelişen zengin Türk Mutfağı, her bölgesinde barındırdığı farklı gastronomik değerlerle bu açıdan büyük önem taşımaktadır (Kamber-Taş ve Taş, 2020: 986). Hall (2003) tarafından ifade edildiği gibi gastronomi turizmi belirli bir yöreye ait yiyecek veya içeceği deneyimleme isteğinden doğan turizm faaliyetidir. Küreselleşen dünyada, teknoloji ve kapitalizmin ortaya çıkardığı sağlıksız ve kaynağı belli olmayan endüstriyel ürünler, insanların geleneksel, yöresel, sağlıklı ve güvenli ürünlere olan talebini artırmıştır. Diğer taraftan ise yerel ve geleneksel ürünleri markalaştırmak ve korumak için bazı yasal düzenlemelere gidilmiştir (Meral ve Şahin, 2013; Köşker, 2020: 776). Bu doğrultuda bu düzenlemeler kapsamında ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeye sahip olduğunun göstergesi olan coğrafi işaret kullanılmaktadır. Turizm ürününü farklılaştırarak bölgeye önemli bir çekim unsuru yaratması, coğrafi işaretli ürünlerin, gastronomi ve turizm odaklı çalışmalarda önemini artırmaktadır.

Yöreye ait ürünlerin turizm değerine dönüştürülmesinde coğrafi işaretlemenin rolü açısından bilimsel araştırmaların yapılması önemlidir. Diğer taraftan turizmde bölgesel pazarlamanın başarıya ulaşması bakımından coğrafi işaretli ürünlerin önemi ortaya çıkmaktadır (Boyras, 2018:38; Bessiere, 1998: 159). Coğrafi işaret, belirli bir ürünün belirli bir kalite, ün veya başka bir özelliği ile belirli bir coğrafyayla özdeşleşen ürün olarak korunmasına yönelik tescillenen ürün için kullanılan işarettir (Barham, 2003: 127, Larson, 2007:1). Tescillenerek korunan bu değerler ise ürünlerin sürdürülerek gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı, gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek ve daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkıda bulunmaktır. İlgili ulusal ve uluslararası yazında coğrafi işaretli ürünlere yönelik çalışmalar olmakla birlikte (Huysmans ve Curzi, 2020; Prescott vd., 2019; Keskin, 2019; Üzümcü vd., 2017; Mercan ve Üzülmöz, 2014), son yıllarda gastronomi ve turizm odaklı çalışmalarda coğrafi işaretli ürünlere olan önem neticesinde bu çalışmayı yapma gerekliliği doğmuştur. Çalışma öncelikle kavramsal çerçevede incelendikten sonra, çalışma kapsamında Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu İngilizce dilinde gerçekleştirilen araştırmalar bibliyometrik özellikleri (yıl, ülke, vb.) açısından incelenmiştir.

LİTERATÜR

Coğrafi İşaret

Coğrafi işaret kavramı ilk olarak Fransa'da yirminci yüzyılın başında ortaya çıkmış, daha sonra Avrupa Birliği'nde (AB) uyumlu hale getirilmiştir. Daha sonra Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) "Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle İlgili Yönleri Anlaşmasına (TRIPS)" dahil edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünler, üreticilere itibarlarını haksız rekabete karşı savunmaları için yasal araçlar

sağlama (Larson, 2007:1), tüketicileri koruma, kırsal kalkınmaya teşvik etme, kültürel ve biyolojik çeşitliliği güvence altına alma hedefleri ile gıda kalitesi ve politikasının ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Buna karşılık, ABD ticari marka sistemi, coğrafi işaretli ürünleri öncelikle bireysel üreticiler tarafından rekabet güçlerini artırmak için kullanılacak fikri mülkiyet hakları olarak belirtmektedir. 1992 coğrafi işaret yönetmeliği, üye devletler içinde önceden kurulmuş ticari marka sistemleriyle birlikte ve Avrupa Birliği genelinde ticari marka tescili için mevcuttur (Cankül vd., 2021: 146). Coğrafi işaretler sistemi ile ilgili gerçekleştirilen uluslararası anlaşmalar (Jain, 2009: 71-72'den Akt. Kamber-Taş ve Taş, 2020: 986);

- Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi,
- Ürünler üzerinde kullanılan sahte ya da aldatıcı Mahreç İşaretlerinin engellenmesine ilişkin Madrid Anlaşması,
- Menşe Adlarının korunması ve uluslararası tesciline ilişkin Lizbon Anlaşması,
- Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'na ilişkin TRIPS Anlaşması (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ile gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'de coğrafi işaretli ürünler 555 sayılı coğrafi işaretlerin korunması hakkında KHK, KHK uygulanma şeklini gösterir yönetmelik kapsamındadır. Türk Patent Enstitüsü tescil hakkıyla ilgili resmi kurumdur. Türk Patent Enstitüsü, coğrafi işaret kavramını, "ürünün üzerinde kullanılan bir olup, ürünün belli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını işaret eden bir hak" olarak tanımlamıştır.

Kan ve Gülçubuk (2008) coğrafi işareten bahsedebilmek için; ürünün belirli bir coğrafyada, belirli bir işarete sahip, ayırt edici karakteristik özellik taşıyan ve ürünün ayırt edici özellikleri ile coğrafya arasında bağlantı olması gerektiğini ifade eder. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tamamı bu alanda gerçekleşiyorsa "menşei", en az biri bu alanda gerçekleşiyorsa "mahreç" işareti olur (Türk Patent Enstitüsü, 2021). Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türk Patent ve Marka Kurumu verileri doğrultusunda menşei ve mahreç olarak ikiye ayrılmaktadır. Menşei terimi Paris Sözleşmesinde kullanılmış olup Lizbon Anlaşmasıyla tanımlanmıştır. Coğrafi işaretli ürünler kapsamına yöresel gıdalar, tarımsal, hayvansal ve bitkisel ürünler, el sanatları, madenler, sanayi ürünleri ve hayvan ırkları girmektedir.

Menşe adı olarak korunan bir ürünün kalitesi veya özellikleri esasen coğrafi bölgesinden kaynaklanıyor olmalıdır. Bunun anlamı; ürünün hammaddesi sınırları çizilmiş bölge içerisinde yetişiyor ve üretimi de yine sınırları çizilmiş bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır. Bununla birlikte bazı özel ürünlerde yer adı göstermeksizin menşe adı oluşturulabilmektedir. Bunun yanı sıra coğrafi işaretin bir diğer türü ise mahreç işaretidir. Mahreç İşareti ve Menşe Adı terimleri arasındaki en belirgin fark, menşe adı olan ürünün yetiştirildiği veya üretildiği bölge ile daha sıkı bir bağı olmasıdır. Menşe adı olan ürünün belirleyici bütün unsurları sınırları çizilmiş olan bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır. Ancak mahreç işareti durumunda daha farklıdır. Mahreç işareti olan bir ürünün ise belirleyici unsurlarından en az biri sınırları çizilmiş bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır (Cankül vd., 2021: 146). Coğrafi işaretler daha çok menşe etiketleri olarak bilinir ve şara ve alkollü içkilerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak peynirlere, et ürünlerine ve diğer gıdalara da uygulanabilirler. Avrupa'da "geleneksel" veya "tipik" ürünler genellikle menşe etiketi taşır. Tarımsal gıda literatürü, coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma paradigmasının ortaya çıkışının kanıtı olarak, bu ürünlere yönelik artan tüketici talebine dikkat çekmektedir (Barham, 2003: 127).

Coğrafi işaret kavramının kullanım amacı, üretimi, yapılışı, kaynağı gibi ayırtıcı özelliklerine ilişkin olarak belirli bir üne sahip olmuş ürünlerin korunmasını ve tanıtılmasını sağlamaktır. Coğrafi işaretli ürünler, tüketicilerin ürünün bulunduğu coğrafyaya çekmekte ve turizm

canlanmasını sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmöz, 2014: 68; Orhan, 2010: 243). Coğrafi işaret, gelişmekte olan ülkeler için tarım sektörünü desteklemekte ve tüketicilere ekonomik kazanç oluşturabilmektedir. Aynı zamanda ürünlerin kalitesini yükseltip rekabet algısı oluşturabilmektedir. Gittikçe artan standartlaşma ve sanayileşmeye maruz kalan gıda pazarında, tüketicilere daha eşsiz ve yüksek kalitede yiyecekler sunarken aynı zamanda üreticilere de ürünlerini farklılaştırma ve yüksek değer katılmış bu ürünleri satarak belki de daha fazla kazanç sağlama olanağı yaratmaktadır. Ayrıca bölgesel gurur ve kültürel kimlik duygusunu da teşvik etmesiyle paydaşlara somut olmayan yani manevi faydalar da sağlamaktadır (Cankül vd., 2021: 146). Yenipınar vd., (2014: 14) coğrafi işaret tescilinin başlıca amaçlarını şu şekilde ifade etmiştir;

- Ürünün korunması: Coğrafi işaretli ürünün kalitesinin korunarak ve garanti edilen özellikleriyle üretiminin sağlanması.
- Üreticinin korunması: Yöre veya yöre dışında belirtilen kriterlerde coğrafi işaretli ürün üretimi yapanların tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmalarının sağlanması.
- Tüketicinin korunması: Coğrafi işaret tescil ambleminin, orijinalini yansıtmayan ürünler üzerinde kullanılmasının önüne geçilmesi,
- Kültürün korunması: Ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunmasının sağlanmasıdır.

Sonuç olarak bir ürünün coğrafi işaret ile koruma altına alınması, yasalarla ürünün yüksek kalitede standartlara uygunluk gerektirmesiyle, tüketicilerin güvenini sağlamasına, ürün farklılaştırarak başka bölgelerde üretilen ürünlerle karışmasının önüne geçmektedir. Tescilin sağladığı öncelikle ürünün bulunduğu yörede yerel üreticilere önemli bir ticari kazanç sağlamaktadır. Coğrafi işaretle sağlanan önemli faydalarından biri de; ülkenin milli ve kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır.

Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri kavramı ilk olarak 1969 yılında Pritchard tarafından tanımlanmış, bilimsel disiplinlerin gelişiminin gösterilmesi amacıyla belirlenen matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması şeklinde ifade edilmiştir. Bibliyometrik yöntemler veya bibliyometrik analizler artık bilimsel uzmanlık ve uygulamalı alanlarda araştırmaların değerlendirilmesi kısmında yöntemin ayrılmaz bir parçasıdır. Bibliyometrik analiz, araştırmacıların araştırmak istedikleri konu ile alakalı nicel veya nitel değişiklikleri her konu ile alakalı olarak bulabilmelerini sağlamaktır. Bununla birlikte araştırılan konu ile alakalı yönelimlerin süreç içinde gösterdiği gelişim değerlendirilebilmekte aynı zamanda o alana ilişkin olarak ileride alabileceği yola yönelik çıkarımlarda bulunabilmek mümkündür (Cankül vd., 2021: 147).

Bibliyometrik analiz, yazar, konu, atıf yapılan yazar ve kaynaklar gibi verilerin istatistiksel olarak incelenmesi ve ulaşılan istatistiksel sonuçlar vasıtasıyla belirli bir disipline ait genel durumun ortaya çıkarılması imkanı bibliyometrik çalışmayla olabilmektedir. Bilimsel iletişimle alakalı araçlarının ne miktarda kullanıldığını belirlemek için tercih edilen bir yöntem olan bibliyometrik analiz araştırmalarıyla yayın veya belgeler belirli özellikler dikkate alınarak incelenmesi sonucu bilimsel iletişimle alakalı sonuçlara ulaşılmaktadır. Bibliyometrik incelemeler, bilimsel anlamda bir bilim dalında veya çalışma alanında tespit edilen eserlerin incelendiği, değerlendirildiği, tasnif edildiği ve gerçekçi analizlerle durum tespitinin yapıldığı detayları anlamaya yönelik bir çalışma yöntemidir (Şahin vd., 2018: 37). Bilimsel yayınları değerlendirmek için her türlü yayının bibliyometrik incelemesi yapılabilmektedir. Bibliyometrik çalışmalarda analiz edilen ortak unsurlar: yazarlık, başlık, yayın tarihi, yayın şekli, dili, konu, referanslar, alıntılar, kurumlar ve coğrafi dağılım şeklinde olmaktadır. Daha kaliteli ölçümler için başka parametreler de

kullanılabilmektedir (Köşker, 2020: 779). Bibliometrik analiz bir program aracılığıyla veya manuel olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bunu belirleyecek kişi araştırmayı yöneten araştırmacıdır.

Uluslararası ve ulusal literatür incelendiğinde coğrafi işaretleri konu alan bibliyometrik çalışmaların (Maléchaux vd., 2020; Boyraz, 2018; Köşker, 2020; Cankül vd., 2021) olduğu izlenmektedir. Maléchaux vd., (2020), 1991 ve 2018 yılları arasında 178 farklı dergide yayınlanmış 732 makaleyi incelediği çalışmalarında zeytinyağının coğrafi ve çeşitli kökenlerine odaklanan araştırmacının evrimini ve stratejik yönelimini keşfetmek için bibliyometrik analiz araçlarını uygulamaktadır. Boyraz (2018), Türkiye’de 2013-2017 yılları arasında düzenlenmiş turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan tam metin bildirimleri incelediği araştırmada, ilk beş yıllık dönemde 26 farklı turizm kongresinin altısında coğrafi işaretler temalı yalnızca dokuz bildiri tespit edilmiş, bu bildirimlerin ortaya konmasında 18 farklı yazarın katkı sunduğu belirlenmiştir. Köşker (2020), 2001-2019 yılları arasında Coğrafi işaret, coğrafi işaretli ve coğrafi işaretlemeler anahtar kelimeleri kullanılarak Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanından elde ettiği 43 lisansüstü tezi incelemiştir. Bu tezler türü, yayımlandığı yıl, danışman unvanı, hazırlandığı üniversite, enstitüsü, anabilim dalı, konusu, kullanılan anahtar kelimeler ve araştırma yöntemine göre analiz edilerek yorumlanmıştır. Bulgular tez sayısının son yıllarda arttığını, en fazla çalışmanın 2019 (%30,2) yılında gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır.

Cankül, vd. (2021: 150), Türkiye’de turizm ve gastronomi alanında coğrafi işaretlerle ilgili araştırmaların bibliyometrik analizini gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda YÖK Akademik veri tabanında turizm ve gastronomi alanında yapılan araştırmada toplamda 124 adet araştırmaya ulaşılmıştır. Ancak ulusal anlamda coğrafi işaretle ilgili olarak gerçekleştirilen bibliyometrik araştırmalardan birinin sadece bildirimleri bir diğersinin ise sadece tezleri ele aldığı görülmektedir. Bu araştırma ilgili alan yazındaki araştırmalardan farklı olarak Türkiye’de turizm ve gastronomi alanında coğrafi işaret konusu ile ilgili yapılmış olan makale, tez, bildiri, kitap ve kitap bölümlerinin bibliyometrik analizini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma sonuçları, turizm ve gastronomi açısından destinasyonlara önemli katkılar sağlayan coğrafi işaret ile ilgili ilk çalışmanın on beş yıl önce yapıldığını bu yıldan sonra da yapılan çalışmaların çok yetersiz olduğunu, son beş yıl içerisinde artış yaşandığını göstermektedir. Bu artış turizm ve özellikle gastronomi alanındaki gelişime bağlanmaktadır. Ancak turizm ve gastronomi açısından önemli bir değer olan coğrafi işaret ile ilgili çalışmaların son yıllarda artış göstermesinin hem sayısal olarak hem de konunun önemi açısından ciddi bir eksiklik olduğu çalışma da ifade edilmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gastronomi ve turizm alanında “coğrafi işaret” konusunda gerçekleştirilen kısıtlı bibliometrik çalışmanın olduğu izlenmiştir. Bu çalışma, turizm ve gastronomi açısından önemli bir değer olan coğrafi işaret konusunda gerçekleştirilen bibliometrik araştırmaların eksiklikleri gidermesi yönünden önemli olduğuna inanılmaktadır. Literatürde yer alan çalışmaların aksine bu çalışma, sadece bildirimleri ya da tezleri bir araya getirmekle kalmayıp, gerçekleştirilen çalışmaları makale, bildiri gibi çeşitli kaynaklarla incelemesiyle bütüncül bir veri sağlamaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma, “gastronomi ve turizm” alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler (yıllara, ülkelere, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ve anahtar kelime analizi) çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek ve daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkıda bulunmak amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu İngilizce dilinde gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir.

Web of Science Core Collection veri tabanının seçilmesindeki neden dünya çapında yayınlanmış hakemli, yüksek kaliteli akademik dergiyi kapsamıdır. Web of Science Core Collection güvenle tarama yapmanızı ve bilim, sosyal bilimler, sanat ve insani bilimlerde derin atıf bağlantılarını keşfetmenizi sağlamaktadır. Web of Science veri tabanından elde edilen veriler "Geographical Indication" gastronomi or tourism anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler R daki bibliometrix kütüphanesine aktarılmıştır. Bu şekilde çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

BULGULAR

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

Genel Bulgular

Tablo 1. Betimsel Veriler

Temel Bilgiler	n	Doküman	n	Yazarlar	n
Dergi, kitap, vd.	31	Makale	26	Yazar Sayısı	123
Döküman	38	Bildiri	9	Yazar Görünümleri	124
Ortalama Atıf	4,13	Eleştiri	3	Tek yazarlı çalışmalar	8
Yıllık Ort. Atıf	0,86	Artı Anahtar Kelimer	111	Çok yazarlı yazarlar	115
Referanslar	1716	Anahtar Kelime	179	İşbirliği Endeksi	3,83

İncelenen betimsel veriler ele alındığında, 2004-2022 yılları içerisinde 123 farklı yazar tarafından 38 adet çalışmanın gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Bu yayınlardan 26'sı makale, 9'u bildiri, 3'ü eleştiri yazısıdır. Çalışmaların toplam 1716 referans verdiği ve bu rakamın çalışma başına ortalama yaklaşık 45 kaynağa denk geldiği söylenebilmektedir. Ayrıca incelenen çalışmaların ortalama 4,13 atıf aldığı görülmüştür. 123 yazarın 124 defa çalışmalarda isminin yer aldığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların 8 tanesinin tek yazarlı olduğu izlenmiş ve bu yayınlardaki işbirliği endeksinin 3,83 olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Yıllara Göre Yayın Dağılımı

Yıllar														
Yayın Sayısı	2004	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	1	1	1	2	1	4	4	1	3	3	2	3	9	1

Tablo 2'de Gastronomi ve turizm alanında gerçekleştirilen coğrafi işaret konulu yayınların yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. İlgili veri tabanında 2004-2022 yılları yayınlanan yayınlar yer almaktadır. Veri tabanındaki inceleme 29.03.2022 tarihinde gerçekleştirildiği için 2022 yılı yayınların devam ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. En fazla yayının 2021 yılında (n=9)

gerçekleştiği, 2005, 2006, 2007, 2009, 2011 yıllarında ise ilgili veri tabanında yayın yapılmadığı izlenmektedir.

Tablo 3. Makalelerin Ükelere Göre Dağılımı

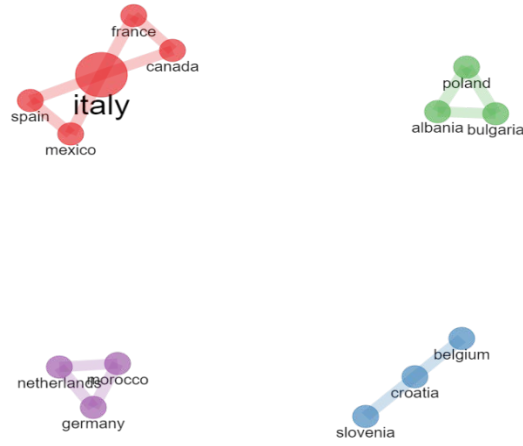
Ülke	Yayın Sayısı	(%)
Çin	5	0,1351
İtalya	4	0,1081
Hırvatistan	2	0,0541
Romanya	2	0,0541
Sırbistan	2	0,0541
Slovakya	2	0,0541
Türkiye	2	0,0541
Amerika Birleşik Devletleri	2	0,0541
Arnavutluk	1	0,027
Avusturya	1	0,027
Brezilya	1	0,027
Çek Cumhuriyeti	1	0,027
Fransa	1	0,027
Guatemala	1	0,027
Hindistan	1	0,027
Meksika	1	0,027
Karadağ	1	0,027
Hollanda	1	0,027
Yeni Zelanda	1	0,027
Polonya	1	0,027

Tablo 3’de makalelerin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde en fazla yayın yapan ülkenin Çin olduğu bunu takiben İtalya’nın ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Üçüncü sırada ise Hırvatistan, Romanya, Sırbistan, Slovakya, Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır.

Ükelere Ait İşbirliği Haritası

İş birliği ağları ülkeler, yazarlar ya da dergiler gibi kişi ya da kuruluşların birbiriyle ortaklaşa yaptıkları yayınları sosyal bir ağ aracılığıyla sunmaktadır. Ükelere göre işbirlikleri ağları incelendiğinde iş birliği ağında, temelde birlikte yayın yapma sıklığına göre belirlenen ülke x ülke bitişiklik matrisi kullanılmaktadır.

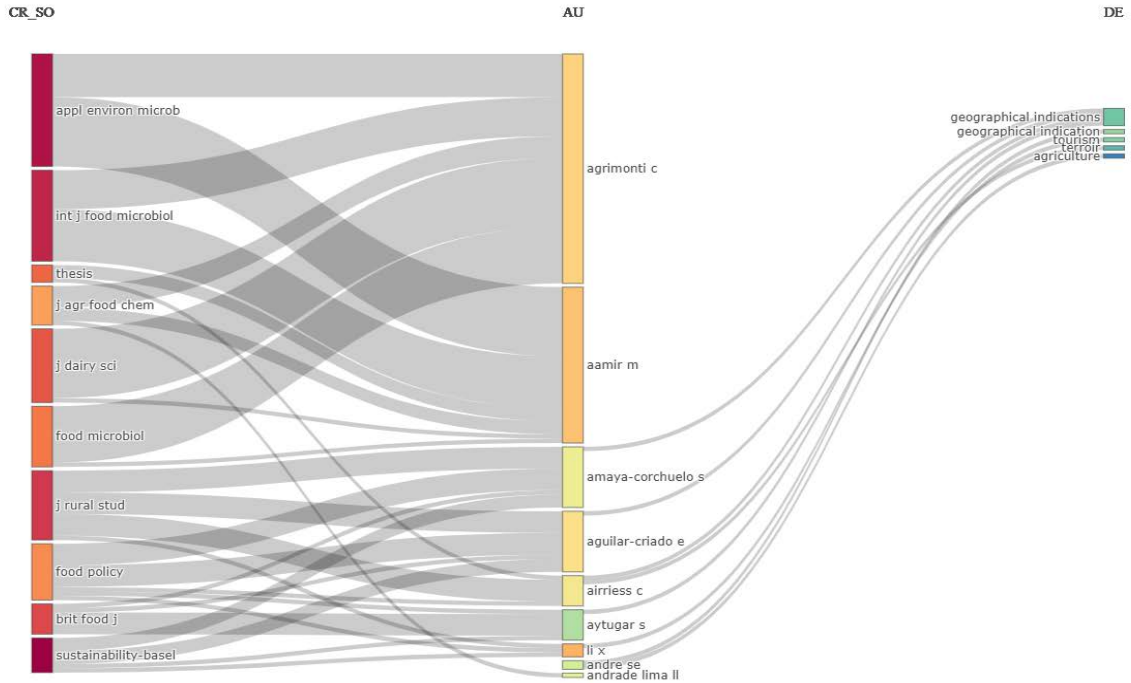
Ağ yapısı incelendiğinde 4 adet kümenin oluştuğu görülmektedir. Kümelerde ülkeler düğümleri temsil ederken ülkeler arasındaki bağların kalınlığı iş birliği sıklığını temsil etmektedir. Düğümlerin büyümesi ise ülkenin ağdaki etkisini ortaya koymaktadır. Şekildeki kümeler incelendiğinde, kırmızı kümede İtalya ön plana çıkmaktadır. İtalya ile işbirliği yapan ülkeler ise Fransa, İspanya, Kanada ve Meksika’dır. Elde edilen bu bulgu öne çıkan bu ülkelerde özellikle İtalya ve Fransa’da coğrafi işaretli ürünlerin tesciline verilen önem olarak belirtebiliriz. Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin ülke ekonomisine katkısı Fransa, İtalya, İspanya gibi ülkelerde bu konunun araştırma alanını genişlettiğini belirtebiliriz.



Şekil 1. Ükelere Ait İşbirliği Haritası

Üç Alan Diyagramı

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



Şekil 2. Üç Alan Diyagramı

Üç alan diyagramı incelendiğinde gastronomi ve turizm alanında en fazla yayın yapılan dergilerin “Applied and Environmental Microbiology, International Journal of Food Microbiology” olduğu görülmektedir. Gastronomi ve turizm konusunun yer aldığı dergilerde en çok yayın yapan yazarların ise “Agrimonti C., Aamir M.” olduğu ve genel olarak yazarların en çok “geographical indications, geographical indication” anahtar kelimelerini kullandığı tespit edilmiştir. Agrimonti C. ve Aamir M. adlı yazarların sayısal açıdan etkin dergilerde daha çok yayın yaptığı görülmektedir.

Kelime Bulutu Analizi

Coğrafi işaret konulu çalışmalarda en fazla kullanılan anahtar kelimelere ilişkin kelime bulutu analizi gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçları Şekil 3’de gösterilmiştir.



Şekil 3. Anahtar Kelime Yoğunluk Haritası

Şekil 3 incelendiğinde kelimelerin çoğunun alana özgü olduğu görülmektedir. En fazla kullanılan anahtar kelimelerin “geographical indication” ve “tourism” olduğu görülmektedir. Bunları takiben “terroir”, “geographical” “regional development”, “agriculture”, “intellectual property”, “regional products” olduğu izlenmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kaynağı belli olmayan endüstriyel ürünlerdeki artış insanların geleneksel, yöresel, sağlıklı ve güvenli ürünlere olan talebini artırmıştır. Diğer taraftan ise yerel ve geleneksel ürünleri markalaştırmak ve korumak için bazı yasal düzenlemelere gidilmiştir (Meral ve Şahin, 2013; Köşker, 2020: 776). Bu doğrultuda bu düzenlemeler kapsamında ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeye sahip olduğunun göstergesi olan coğrafi işaretleme önem kazanmıştır. Konunun üretici ve tüketici yönünden önemi son yıllarda bu konuda gerçekleştirilen araştırmaların sayısını giderek artırmıştır. Bu çalışmada, gastronomi ve turizm alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik

özelliklerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında konu ile ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışma coğrafi işaret konusu ile ilgili uluslararası alan yazınında gelişimi belirli yıllar itibariyle ortaya koymaktadır.

Makalelerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde en fazla yayının 2021 yılında (n=9) gerçekleştiği, 2005, 2006, 2007, 2009, 2011 yıllarında ise ilgili veri tabanında yayın yapılmadığı izlenmektedir. Bu bulgu gastronomi ve turizm alanında coğrafi işaret olgusuna verilen önemin son yıllarda arttığı göstergesi olabilmektedir. Gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu araştırmaların son yıllarda artış göstermesi konunun yeterli düzeyde araştırılmadığını göstermektedir. Bu ise konuyla ilgili literatürde önemli bir eksiklik olduğunu göstermektedir. Veri tabanındaki inceleme 29.03.2022 tarihinde gerçekleştirildiği için 2022 yılı yayınların devam ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. Makalelerin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde gastronomi ve turizm odağında coğrafi işaretle ilgili en fazla yayın yapan ülkelerin Çin ve İtalya olduğu görülmektedir. Anahtar kelime ağ haritası incelendiğinde en fazla kullanılan anahtar kelime coğrafi işaret ve bunu takiben turizm kelimelerinin olduğu görülmüştür. Ülkelere göre işbirlikleri ağları incelendiğinde ise iş birliği ağında, dört kümenin oluştuğu görülmektedir. Kümeler incelendiğinde, İtalya ön plana çıkmaktadır. İtalya ile işbirliği yapan ülkeler ise Fransa, İspanya, Kanada ve Meksika olduğu görülmüştür. Elde edilen bu bulgular Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretlemeye verilen önem olarak belirtebiliriz. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerin ülke ekonomisine katkısı Fransa, İtalya, İspanya gibi ülkelerde bu konunun araştırma alanını genişlettiğini belirtebiliriz.

Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gerçekleştirilen üç alan diyagramı incelendiğinde gastronomi ve turizm alanında en fazla yayın yapılan dergilerin “Applied and Environmental Microbiology, International Journal of Food Microbiology” olduğu, en çok yayın yapan yazarların ise “Agrimonti C., Aamir M.” olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak yazarların en çok “geographical indication, geographical indication” anahtar kelimelerini kullandığı ve Agrimonti C. ve Aamir M. adlı yazarların sayısal açıdan etkin dergilerde daha çok yayın yaptığı bulunmuştur. Sonuç olarak Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında İngilizce dilinde coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin genel betimsel veriler, makalelerin yıllara, ülkelere, anahtar kelime analizi, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ilişkin bilgiler verilmiştir.

Belirli parametreler doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma sonuçlarının, “turizm ve gastronomi” alanında coğrafi işaret konusu ile ilgili yapılan araştırmaları bir araya getirmesi, farklı bakış açısı sunması ve ilgili literatürde eksiklikleri ortaya koyması yönünden oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın ilgili alan yazının gelişmesine katkıda bulunacağı ve gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalara yol göstereceği düşünülmektedir. Daha sonra gerçekleştirilecek çalışmaların farklı veri tabanlarını ve parametrelerini kullanarak gerçekleştireceği çalışmalar, konunun daha iyi anlaşılmasını ve ilerlemesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Arslan, F. (2021). *Gastronomide Sistemik Araştırmalar*, (Editör) Arman, A, Erdem, Ö. (1. Baskı) içinde *Gastronomi ve İnovasyon Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar* (ss.131-141), Oğlak Yayıncılık, İstanbul.

Atabay, E. and Güzeller, C. O. (2021). A Bibliometric Study on Eye-Tracking Research in Tourism, *An International Interdisciplinary Journal*, 69 (4), 595-610.

Barham, Elizabeth (2003) Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19, 127–138.

- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourists Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Millî Folklor*, 22 (87), 159-169.
- Boyraz, M. (2018). Turizm Kongrelerinde Yer Alan Coğrafi İşaretle İlgili Bildirilerin Değerlendirilmesi, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2(6): 36-49.
- Cankül, D., Kurt, A., Aydın A. ve Erşahin, R. (2021). Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm, Bölüm Adı: (Türkiye’de Turizm ve Gastronomi Alanında Coğrafi İşaretler ile İlgili Araştırmaların Bibliyometrik Analizi) University of South Florida M3 Center Publishing, Editör: Cihan Cobanoğlu, Ebru Gunlu Kucukaltan, Muharrem Tuna, Alaattin Basoda, Seden Dogan, Basım Sayısı:1, Sayfa Sayısı 843, Isbn:978-1-955833-02-8, Türkçe (Bilimsel Kitap).
- Gugerell, K., Uchiyama Y., Kieninger P. R., Penker M., Kajima S., and Kohsaka R. (2017). Do historical production practices and culinary heritages really matter? food with protected geographical indications in Japan and Austria. *Journal of Ethnic Foods*, 4(2), 118-125.
- Hall, C. M. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, management and markets*, Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Jain, S. (2009). Effects of the extension of geographical Indications: A South Asian perspective, *Asia-Pacific Development Journal*, 16(2), 65-86.
- Kai, G., Jiaying, C., and Yimin, L. (2020). Current situation and hotspot of domestic agricultural product brand research, visual analysis based on bibliometric analysis, *Advanced in Social Science, Education and Humanities Research*, 84-91.
- Kamber-Taş, S. S. ve Taş, S. (2020). İşletme Yöneticilerinin Coğrafi İşaret Tesciline Yönelik Bakış Açıları: Gümüşhane İli Örneği, *MANAS Journal of Social Studies*, 9(2), 985-994.
- Kan, M., Gülbuçuk, B. ve Küçükongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Keskin, H. (2019). Coğrafi İşaretli Yöresel Gıdaların Turistik Destinasyon Pazarlamasına Etkileri-Balıkesir İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi.
- Köşker, H. (2020). Coğrafi İşaret Konusunda Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Tourism: Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.
- Larson, Jorge (2007). *Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources*, Global Facilitation Unit for Underutilized Species. Rome, Italy 2007.
- Mercan, Ş. O., Üzülmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Üzerine Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Prescott, C., Pilato, M., and Bellia, C. (2019). Geographical indications in the UK after Brexit: An uncertain future?, *Food Policy*, 90, 1-9.
- 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/Özel Sayı 2, 345-354.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler, *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, (2), 88-92.

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

TDK (Türk Dil Kurumu). <https://sozluk.gov.tr> (27.07.2021).

Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö. ve Fereli, S. (2017). Gastronomik ürünlerin coğrafi işaretleme açısından değerlendirilmesi: Erzurum-Olur örneği, *Tarım Bilimleri Dergisi*, 10(2), 44-53.

Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van Otlu Peyniri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.