

Gastronomi Deneyimine İlişkin Bilimsel Bilginin Haritalanması: Bibliyometrik Bir Analiz

Kadir Çetin^{1**} 

¹ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Burdur, Türkiye, kcetin@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0102-8913

Öz

Bu araştırmanın amacı, alanyazındaki gastronomi deneyimi araştırmalarının gelişimini inceleyerek, bu araştırma konusuna genel bir bakış sunmak ve gelecekteki araştırmalar için potansiyel yönleri tespit etmektir. Bu amaçla, 10 Şubat 2023 tarihinde Web of Science veri tabanı bazı tanımlamalar ve kriterler dikkate alınarak taranmıştır. Bu tarama sonucunda 706 bilimsel yayın elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde VOSviewer, açık kaynaklı istatistiksel R yazılımı, özellikle Bibliometrix R kütüphanesi ve Biblioshiny versiyonu kullanılmıştır. Araştırma bulguları, gastronomi deneyimi araştırmalarının 2010 yılından sonra artış gösterdiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, hizmet ekonomisinden deneyim ekonomisine geçişin kaçınılmaz olduğu göz önüne alındığında, bu artışın önemli ölçüde yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır. Anahtar kelimeler incelendiğinde gastronomi deneyiminin multidisipliner bir araştırma alanı olduğu görülmüştür. Ancak bu çok yönlü ilişkinin etkin bir şekilde incelenmediği ve belirli konularda yoğunlaştığı belirlenmiştir. Sonuç olarak yeni ve gelecekteki potansiyel araştırma konularına ilişkin kültürel, duygusal, psiko-sosyal, teknolojik ve sürdürülebilirlik ana başlıkları altında öneriler sunulmuştur. Bu önerilerle gastronomi deneyimi alanında daha derinlemesine çalışmalar yapılmasına ve gelecekteki araştırmaların bu konulara odaklanmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Deneyim, Gastronomi Deneyimi, Bibliyometrik Analiz

Mapping of Scientific Knowledge Related to Gastronomy Experience: A Bibliometric Analysis

Abstract

The aim of this study is to provide an overview of the subject of this study, by studying the development of gastronomic experience study in the field, and to identify potential aspects for future study. To this end, the Web of Science database was scanned on 10 February 2023, taking into account certain definitions and criteria. As a result of this scan, 706 scientific publications were obtained. The data was analyzed using VOSviewer, the open-source statistical R software, in particular the Bibliometrix R library and the Biblioshiny version. The findings reveal an increase in study into gastronomic experiences since 2010. However, given that the transition from the service economy to the experience economy is inevitable, it has been concluded that this increase is significantly inadequate. When keywords were examined, it was found that the gastronomic experience was a multidisciplinary area of study. However, it has been found that this multifaceted relationship has not been effectively studied and is concentrated on specific topics. As a result, proposals were submitted under the main subjects of cultural, emotional, psychosocial, technological and sustainability on new and potential future study issues. These proposals aim to contribute to deeper study in the field of gastronomy experience and to focus future study on these issues.

Keywords: Experience, Gastronomy Experience, Bibliometric Analysis

önerilen atf/cite this article as

Çetin, K. (2023). Gastronomi Deneyimine İlişkin Bilimsel Bilginin Haritalanması Bibliyometrik Bir Analiz. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 551-574

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: kcetin@mehmetakif.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 7, Sayı 2, 2023
ss. 551-574

Gönderim : 05.04.2023
1. Düzeltme: 24.05.2023
2. Düzeltme: 09.06.2023
Kabul Tarihi: 23.06.2023

Research Article

Vol 7, No 2, 2023
pp. 551-574

Received : 05.04.2023
Revision1: 24.05.2023
Revision2: 09.06.2023
Accepted: 23.06.2023

GİRİŞ

Gastronomi, yerel sürdürülebilirliği teşvik etmenin ve turistler için benzersiz deneyimler sunmanın bir yolu olarak kabul edilmektedir. Ayrıca destinasyonun beslenme alışkanlıklarını, inançlarını, sosyo-kültürel yapısını ve gelenek-göreneklerini yansıtmaktadır. Destinasyon kültürünün yansıması (Hegarty & O'Mahony, 2001) olan gastronomi başka bir deyişle temel olarak belirli bir destinasyona özgü mutfak kültürü zenginliğini ifade etmektedir (Mason & Paggiaro, 2009; Sims, 2009). Bu nedenle, gastronominin bir destinasyonun yaratıcı turizm gelişimini artırabileceği düşünülmektedir (Pearson & Pearson, 2017)

Yapılan birçok araştırma turistik destinasyonların seçiminde gastronominin önemli bir rol oynayabileceğini vurgulamaktadır (Boniface, 2017; Hall, Mitchell & Sharples, 2004; Kim, Goh & Yuan, 2010; López-Guzmán, Uribe Lotero, Pérez Gálvez & Ríos Rivera, 2017; McKercher, Okumus & Okumus, 2008). Çünkü küreselleşme ile birlikte turistler daha fazla çeşitliliğe, destinasyon kimliğine ve kültürüne dayalı deneyim arayışındadır. Bu durum gastronominin sadece bir beslenme aracı olmaktan çok turistlerin deneyimlerini doğrudan ya da dolaylı olarak geliştirmeye katkıda bulunan bir faktör olduğunu doğrular niteliktedir (Chaney & Ryan, 2012). Gastronomi toplam turistik deneyimini arttırdığı (Chang, Kivela & Mak, 2011) için destinasyon pazarlama stratejisinde kritik bir unsur olarak ele alınmaktadır (Hashimoto & Telfer, 1999).

Alanyazında gastronomi ve turistik deneyim arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmalar incelendiğinde gastronomi deneyiminin, kalıcı seyahat anılarının oluşmasında ve kültürel öz farkındalık duygusunun gelişmesinde kritik bir unsur olan turistik deneyimler olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bununla birlikte gastronominin turistik deneyimin ayrılmaz bir parçası ve destinasyon tercihinde birincil motivasyon unsuru olduğu (Hall & Sharples, 2008, s. 6) düşünüldüğünde gastronomi deneyimi birçok araştırmacının (Berbel-Pineda, Palacios-Florencio, Ramírez-Hurtado & Santos-Roldán, 2019; Dutta & Naumov, 2020; Kauppinen-Räisänen, Gummerus & Lehtola, 2013; Martín, Román, Guzmán & Moral-Cuadra, 2020; Mkono, 2013; Mora, Solano-Sánchez, López-Guzmán & Moral-Cuadra, 2021; Quan & Wang, 2004; Ramírez-Gutiérrez, Santana-Talavera & Fernández-Betancort, 2021; Ryu & Jang, 2006; Sundqvist, 2023; Wijaya, King, Nguyen & Morrison, 2013) odak noktası olmuştur. Bununla birlikte alanyazında giderek artan sayıda gastronomi deneyimi ile ilgili araştırma bulunmasına rağmen, gastronomi deneyimi araştırmalarının hangi yönde geliştiğini ve hala gelişmekte olan bir araştırma alanı olduğunu gösteren herhangi bir analize rastlanmamıştır. Son olarak ulusal ve uluslararası konaklama, eğlence, spor ve turizm alanyazını incelenmiştir. Bu kapsamda bilimsel araştırmaların referans ve alıntı verilerini sağlayan Web of Science (WoS) incelendiğinde bibliyometrik yöntemi kullanan 263 araştırma tespit edilmiştir. Bu araştırmaların şarap turizminde sürdürülebilirlik kavramları (Trindade, Maracajá, Cicciú, Lucena Filho & Valduga, 2023), sürdürülebilir turizm (Della Corte, Del Gaudio, Sepe, & Sciarelli, 2019; Ferreira, Vaz, Silvério & Fernandes, 2022), çeşitli dergilerdeki makalelerin incelenmesi (Sharma, Singh, Tamang, Singh & Singh, 2021; Singh, Sibi & Sharma, 2022; Singh, Sibi, Sharma,

Tamang & Singh, 2022) gibi birçok farklı konuya odaklandığı tespit edilmiştir. Ulusal alanyazın ise TR Dizin platformu kullanılarak incelenmiş ve bibliyometrik yöntemi kullanan 136 araştırma tespit edilmiştir. Bu araştırmaların turizm çeşitlerini ele alan çalışmalara (Ercan, 2020; Gök, 2021; Karasakaloğlu, 2020; Sürme, Olcay & Karaçıl, 2018), gastronomi konulu araştırmalara (Boyras & Sandıkçı, 2018; Ercan, 2020; Güzeller & Çeliker, 2017; Nebioğlu, 2019), turizm ve gastronomi odaklı lisansüstü tezlere (Aydın & Aksöz, 2019; Çolakoğlu, Altun & Kıykaç, 2019; Demirbulat & Dinç, 2017; Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay & Mercan, 2017) gibi farklı konuya odaklandığı tespit edilmiştir. Bu nedenle bu araştırmanın amacı, alanyazında gastronomi deneyimi araştırmalarındaki eğilimleri inceleyerek bu araştırma konusuna genel bir bakış sunmak ve gelecekteki araştırmalar için potansiyel yönleri tespit etmektir.

Bu araştırmayı aşağıdaki araştırmayı soruları yönlendirmektedir:

- Araştırma alanındaki yayın sayısı zaman içinde nasıl değişmiştir?
- Araştırma alanındaki yayınların temel özellikleri (en etkili yazarlar, dergiler, üniversiteler ve ülkeler vb.) nelerdir?
- Araştırma alanındaki yayınların performans analizi (en çok atıf alan yayınlar, yazarlar, iş birliği ağ haritası vb.) nasıldır?
- Araştırma alanındaki güncel konular, gelecekteki eğilimleri ve sınırlılıkları nelerdir?

Kavramsal Çerçeve

Deneyim, genellikle herhangi bir etkinliğe doğrudan gözlem veya katılım yoluyla bilgi, anlayış veya beceri kazanma süreci olarak tanımlanabilir (Sharpley & Stone, 2012). Spesifik olarak deneyim, bireyin içsel duygularını ve psikolojik durumlarını tüketimin tüm aşamalarında etkileyen (Aho, 2001) fiziksel ve sosyal çevrelerle etkileşimden kaynaklanan (Ooi, 2005) unutulmaz anılar oluşturan akılda kalıcı ve çok boyutlu olguları (Cetin & Walls, 2016) ifade etmektedir. Araştırmacılar tüketici davranışlarının doğru bir şekilde anlaşılmasında deneyimlerin kritik önemi olduğunu vurgulamaktadır (Lindgreen, VANhAmmE & Beverland, 2009; Quan & Wang, 2004). Çünkü tüketicilerin artan bir şekilde farklı deneyimler aradıkları, bu deneyimler için daha fazla para ödemeye istekli oldukları (Morgan, 2006) bilinmektedir.

Yemek ile ilgili deneyimleri ifade etmek amacıyla gastronomi deneyimi (Antón, Camarero, Laguna & Buhalis, 2019; Japutra, Tjiptono, Setyawan, Permana & Widaharthana, 2022; Jeannot, Damperat, Salvador, Maalej & Jongmans, 2022; Mariani & Bresciani, 2022), gastronomik deneyim (Berbel-Pineda vd., 2019; Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016; Cherro Osorio, Frew, Lade & Williams, 2022; Daries Ramón, Ferrer, Cristobal & Marine, 2018; Mora vd., 2021; Richards, 2021), gıda deneyimi (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019; Farrelly & Makkar, 2022; Hsu & Scott, 2020; Mohamed, Hewedi, Lehto & Maayouf, 2020; Sthapit, Björk & Piramanayagam, 2023; Wang, Kirillova & Lohto, 2017) ve yemek deneyimi (Chang vd., 2011; Poria, Beal & Shani, 2019; Tsai & Lu, 2012) kavramları kullanılmaktadır. Bu araştırmada bu deneyimi ifade etmek amacıyla gastronomi deneyimi kavramı kullanılmaktadır.

Gastronomi deneyimi, Quan ve Wang (2004) tarafından yemek pişirme ve tüketme konusunda yeni yollar öğrenmek ve/veya bilinmeyen malzemeler keşfetmek olarak tanımlanmaktadır. Mason ve Paggiaro (2009) bu deneyimin turistlerin duygusal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve sosyal deneyimlerinin etkileşimini içeren bütünsel bir yapıda olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca gastronomi deneyimi turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonun tarihine ve mutfak kültürüne ilişkin daha derin bir anlayış geliştirmelerine imkân sağlamaktadır (Kokkranikal & Carabelli, 2021). Çünkü genel olarak yemek hazırlama, tüketimi, kültürü, gastronomik geleneklere, mutfak araç-gereç ve ekipmanlarına (Babolian, Ng & Boo, 2013) ilişkin birçok farklı özelliği içermektedir. Kapsamlı bir şekilde gastronomi deneyimi, turistlerin bir destinasyonun kültürünün yansıması olan mutfağı, bu mutfakta kullanılan malzemeleri, pişirme tekniklerini, gelenek ve göreneklerini tüketerek edindikleri gözlem, bilgi ve tecrübeleri içeren çok boyutlu bir süreç olarak tanımlanabilir.

Gastronomi deneyiminin çok boyutluluğunu inceleyen ve keşfetmeye çalışan araştırmalar bulunmaktadır (Andersson & Mossberg, 2004; Desmet & Schifferstein, 2008; Letarte, Dube & Troche, 1997; Stone, Soulard, Mihacz & Wolf, 2018). Bu araştırmalardan biri Hansen vd. (2005) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada gastronomi deneyiminin temel ürün (yiyecek), restoran iç tasarımı, sosyal etkileşim, işletme ve restoran atmosferi olmak üzere beş boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Kauppinen-Räisänen, Gummerus ve Lehtola (2013) tarafından yapılan araştırmada benlik (katılım ve duygular), yer (ev, restoranlar ve coğrafi yerler), yemek (ev yapımı, basit, otantik vb.), bağlam (sofra düzeni, manzara, atmosfer vb.) ve zaman (tatil, tüm özel günler vb.) olmak üzere beş boyuttan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Björk ve Kauppinen-Räisänen (2016) tarafından başka bir çalışmada ise yemek, sosyal ve konum (ortam, hizmet, zaman) olmak üzere üç temel boyuttan oluştuğu bulgulanmıştır. Sonuç olarak geçmiş araştırmalarda tespit edilen boyutların ve özelliklerin birbiriyle bağlantılı olduğu, ancak farklı kavramlarla açıklandığını söylemek mümkündür.

YÖNTEM

Bibliyometrik Analiz Yöntemi

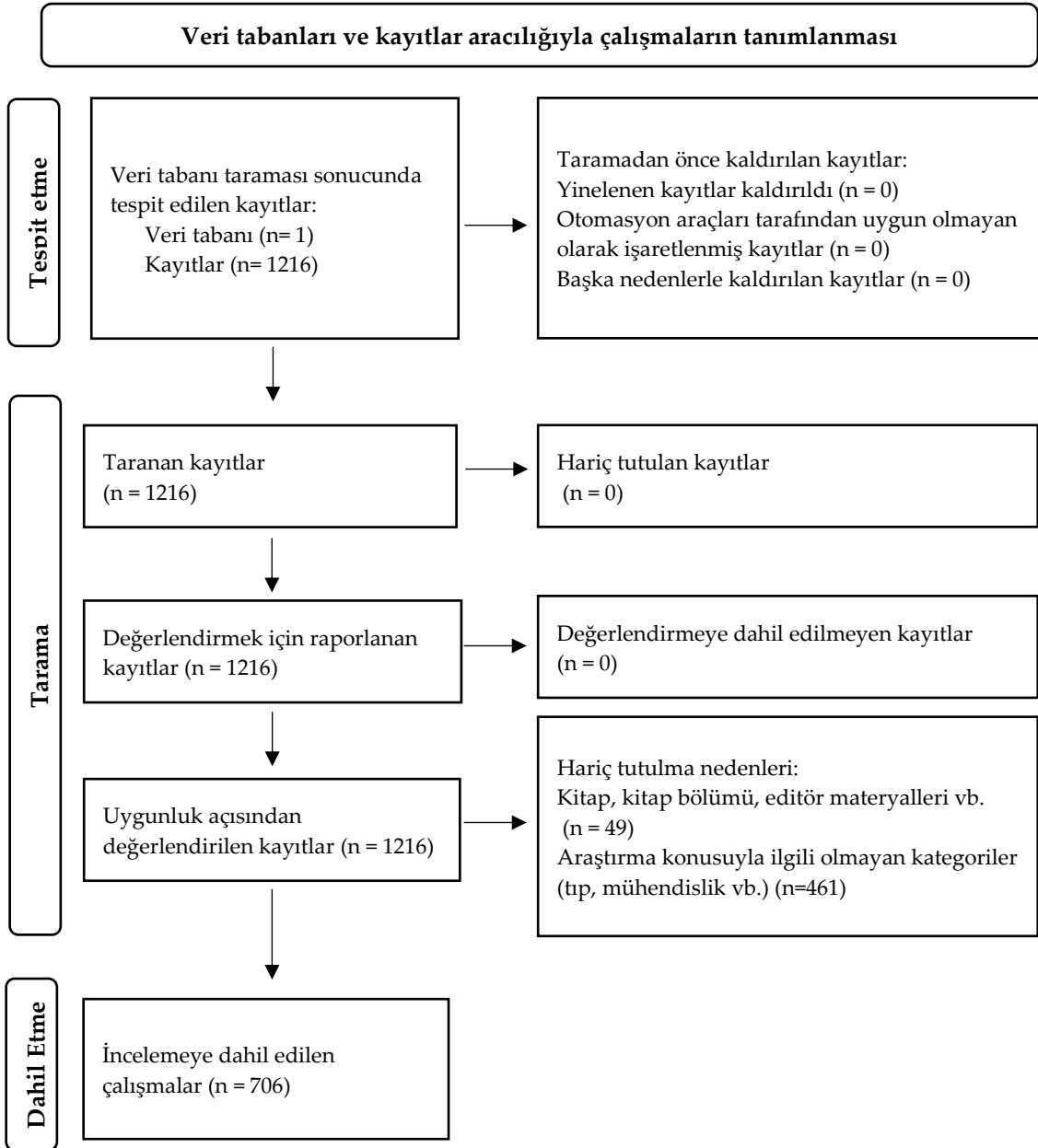
Bibliyometrik analiz yöntemi, klasik istatistiksel, çeşitli metin madenciliği ve ağ analizi yöntemlerini içeren (Castillo-Vergara, Alvarez-Marin & Alvarez-Marin 2018; Gaviria-Marin, Merigó & Baier-Fuentes, 2019; Rey-Martí, Ribeiro-Soriano & Palacios-Marqués, 2016) bir araştırma alanını (Yu, Xu, Kao & Lin, 2017) veya belirli bir derginin bilimsel faaliyetlerini (Yu, Xu, Pedrycz & Wang, 2017) incelemeye yönelik bir yaklaşımdır. Bu yöntem çok büyük veri kümelerini analiz etmenin yanı sıra araştırmacının veri analizinde önyargılarını en aza indirgemektedir (MacCoun, 1998; Pandey, Andres & Kumar, 2023). Buna ek olarak bir araştırma alanının mevcut birikimini anlamaya (Arora & Chakraborty, 2021) ve gelecekteki potansiyel yönlerini keşfetmeye yardımcı olmaktadır (Mishra, Luo, Jiang, Papadopoulos & Dubey, 2017; Tranfield, Denyer & Smart, 2003). Bundan dolayı çalışmada gastronomi deneyimi araştırmalarına ilişkin

bilimsel bilgiyi incelemek amacıyla bibliyometrik analiz yöntemi benimsenmiştir (Donthu, Kumar, Mukherjee, Pandey & Lim, 2021).

Veri Kaynağı ve Alma Stratejisi

Veri kaynağı, bilimsel araştırmaların referans ve alıntı verilerini sağlayan WoS platformudur. Bu platform küresel olarak farklı disiplini kapsadığı (Falagas, Pitsouni, Malietzis & Pappas, 2008) ve bibliyometri alanındaki akademisyenler tarafından bilimsel yayınların en yetkili veritabanı olarak kabul edilmiştir (Huang, Cheng, Yang & Chen, 2022; Shamsi, Silva, Wang, Raju & Santos-d'Amorim, 2022; Vázquez-Parra, Cruz-Sandoval & Carlos-Arroyo, 2022; Zhang & Liang, 2020). Bu veri tabanı 9.000'den fazla önde gelen akademik, kurumsal ve devlet kurumu tarafından kullanılmakta olup 170 milyondan fazla kayıttan ve 1,9 milyar atıfta bulunan referans içermektedir. Bu özelliklerinden dolayı bu çalışmada WoS veri tabanı tercih edilmiştir.

Bu çalışmada WoS veri tabanında ve PRISMA akış şemasına göre bilimsel yayınlar üç aşamada (tespit etme, tarama ve dahil etme) gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, WoS'taki kayıtlar tanımlanmıştır. Bu tanımlamalar "gastronomy experience*", "gastronomic experience*", "food experience*", "dining experience*" ve "culinary experience*" anahtar kelimeleri ve boolean işlemleri (AND, OR ve NOT) kullanılarak 10 Şubat 2023 tarihinde gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise veriler filtrelenmiştir. Bu amaçla iki sınırlılık uygulanmıştır. İlk olarak çalışmaya sadece kaynak türü olarak makaleler ve konferans bildirileri dahil edilmiştir. İkincisi tıp, biyoloji, kimya bilimi, astronomi, mühendislik veya bilgisayar bilimi gibi bu çalışmanın konusuyla ilgili olmayan kategorilerin hariç tutulmuştur. Son aşamada ise gastronomi deneyimi ile ilgili çalışmaları kapsayan 706 bilimsel yayının tüm bilgileri ve atıf referansları analiz için dışa aktarılmıştır (Ji, Zhao, Vymazal, Mander, Lust & Tang, 2021). Bilimsel yayınlar elde etme süreci ayrıntılı olarak Şekil 1'de sunulmuştur.



Şekil 1. PRISMA Akış Şeması

Veri Analizi

VOSviewer, bilimsel literatürde kullanılan terimlerin ve kavramların ilişkilerini görselleştiren bir araçtır (Van Eck & Waltman, 2010). VOSviewer, metin madenciliği yaklaşımıyla yayınlar arasındaki ilişkileri çıkarmak için kullanılmaktadır. Ayrıca, benzerlikleri belirlemek için terimleri ve kavramları bir araya getirmektedir (Aria & Cuccurullo, 2017). Bu program, ağ analizi ve kümeleme analizi gibi yöntemlerle yayın gruplarını ve ilişkilerini analiz etmek için kullanılabilir (Kawuki, Ghimire, Papabathini, Obore & Musa, 2021).

Bibliometrix, R programlama dili tabanında geliştirilmiş bir pakettir. Bu paket, bibliyometrik analizler için kapsamlı bir araç seti sunmaktadır (Aria & Cuccurullo, 2017). Bibliometrix, belirli bir konuyla ilgili temaların ve tematik alanların

değerlendirilmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, belirli bir dönemde bu temaların ve alanların nasıl geliştiği konusunda içgörüler sağlamakla birlikte bir araştırma alanının gelişimini ve odak noktalarını anlamak için önemli bir perspektif sunmaktadır. Bibliometrix, ayrıca kümelenme analizi, coğrafi analiz, co-citation analizi ve bibliyometrik ağ analizi gibi gelişmiş analizlerin yapılmasını da desteklemektedir (Rodríguez-Soler, Uribe-Toril & Valenciano, 2020).

Bibliyometrik analizi gerçekleştirmek için VOSviewer (Van Eck & Waltman, 2010) ve Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017) programları kullanılmıştır. Araştırmada bu programların birlikte kullanılmasının birkaç temel nedeni bulunmaktadır. İlk olarak Bibliometrix genel olarak istatistiksel analizler ve metrik hesaplamalar için uygunken VOSviewer daha çok görselleştirmeler ve ağ analizi üzerinde odaklanmaktadır. İkinci olarak VOSviewer bazı analizlerde daha karmaşık çıktılar sağlayabilirken, Bibliometrix daha sade görselleştirilmiş çıktılar sunabilmektedir. VOSviewer'ın sağladığı ağ haritaları ve görselleştirmeler, araştırmacılara veri setinin daha geniş bir bakış açısıyla analiz edilmesine olanak tanırken, Bibliometrix'in daha sade çıktıları, analiz sonuçlarını daha anlaşılır ve özlü bir şekilde sunma imkânı sağlamaktadır.

BULGULAR

Elde edilen verilerin analizi performans, anahtar kelime, ülkelerin, kurumların ve yazarların ve analizi olmak üzere üç başlık altında sunulmuştur.

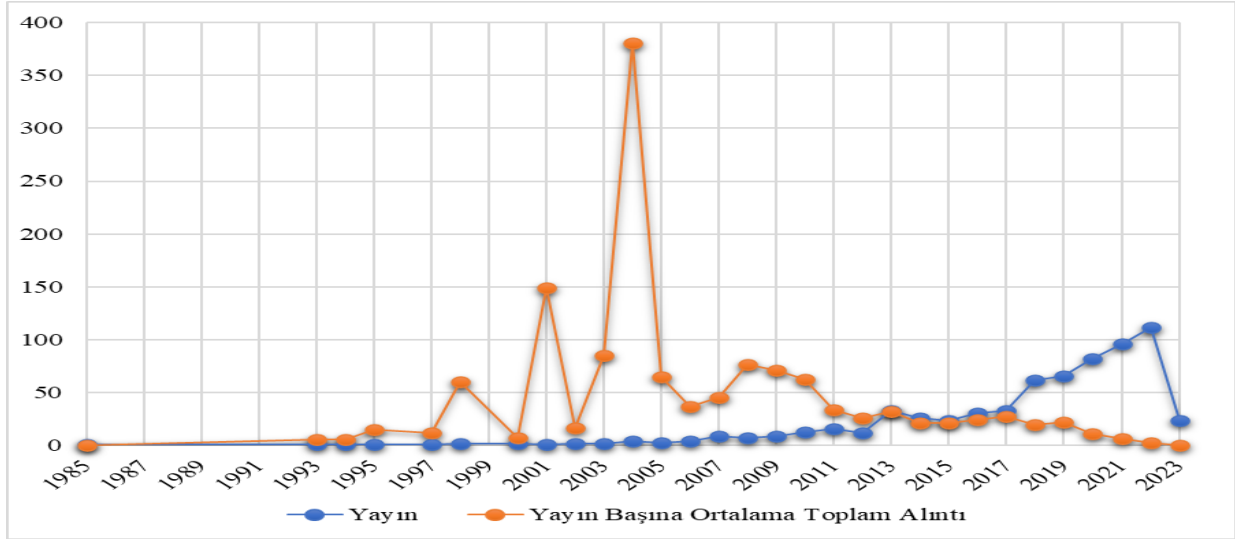
Performans analizi

Bu bölümde, yayınların yıllık göstergeler, türler ve araştırma alanları, yüksek atıflar vb. ile ilgili performans analizi sunulmaktadır.

Yıllık yayın göstergeleri

Gastronomi deneyimine ilişkin ilk çalışma 1985 yılında "*Tiyatro Olarak Restoranlar, Yemek Deneyimini Tasarlamak*" başlıklı makaledir. 1998'den sonra yayın sayısı yıllar boyunca oldukça tutarlı bir şekilde artış görmektedir. En fazla çalışmanın yapıldığı en verimli yıl ise 112 yayımla 2022'dir. Özellikle 2010'dan 2022'ye kadar yayın sayısındaki hızlı artışla birlikte, giderek daha fazla araştırmacının bu alana ilgi gösterdiği söylenebilir. 2023 yılının ilk çeyreği tamamlanmadan 24 yayının olduğu düşünüldüğünde bu artışın devam edeceği ve araştırma alanının genişleme potansiyelinin olduğu öngörülmektedir.

Yayın başına ortalama toplam alıntı oranları değerlendirildiğinde 2001 ve 2004 yıllarında önemli bir artış olduğu görülmektedir. Buna ek olarak 2017'den sonra bir yayın başına ortalama toplam alıntı oranlarının düşmeye başladığı söylenebilir. Buna 2017'den sonra yayın sayısındaki hızlı artışın neden olduğu düşünülmektedir. Şekil 2'de konunun yıllar içindeki gelişim sürecini ortaya koymaktadır.



Şekil 2. Yıllık Yayın ve Alıntı

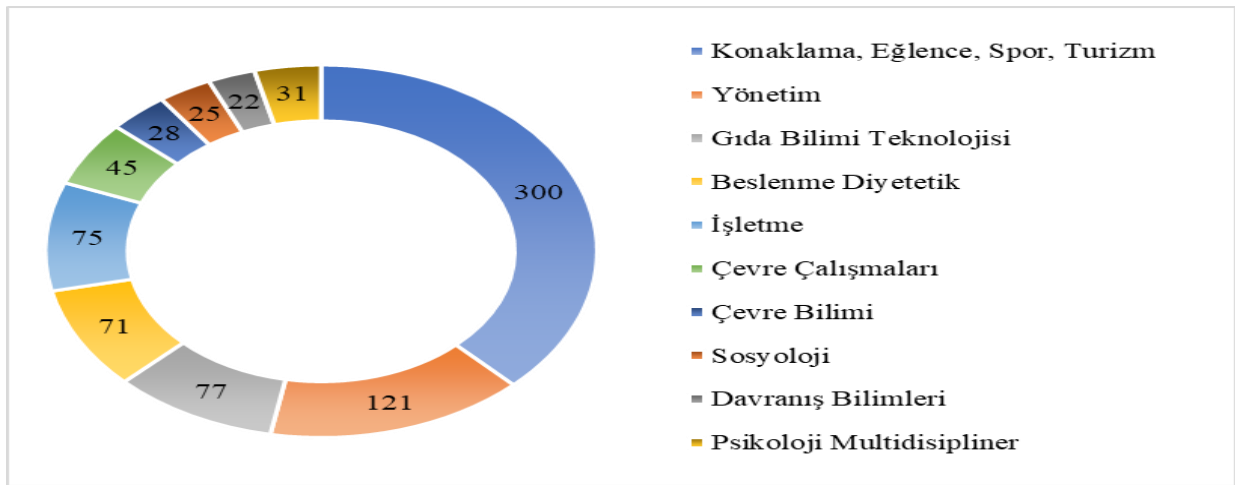
Yayın türleri ve araştırma alanları

WoS'ta tüm yayınlar farklı türlere göre sınıflandırılmaktadır. Yayın türlerinin dağılımı Tablo 1'de sunulmaktadır. Araştırma makaleleri en büyük paya (606, %85,83) sahip olmak üzere iki yayın türü tespit edilmiştir.

Tablo 1. Yayın türlerinin dağılımı (Bibliometrix)

Yayın Türü	Yayın Sayısı	Yüzde
Araştırma makalesi	606	%85,83
Derleme	100	%14,47

Gastronomi deneyimi yayınlarına ilişkin ilk 10 WoS kategorileri Şekil 3'te sunulmaktadır. En çok yayın yapılan WoS kategorileri konaklama, eğlence, spor, turizm (300) ve yönetim (121)'dir. Bunu gıda bilimi teknolojisi (77), beslenme diyetetik (71) işletme (75) ve diğer kategoriler takip etmektedir.



Şekil 3. Gastronomi Deneyimine İlişkin En Çok Araştırmanın Yapıldığı 10 Alan

Çok atıf yapılan yayınlar

Bir yayının tanınırlığını alıntılanma sayısı belirlemektedir. Bu nedenle atıf sayısının yayının etkisini ölçmek için önemli bir kriter olduğunu söylenebilir. Tablo 2’te alıntı yapılan ilk on yayın ve özellikleri incelendiğinde en çok alıntı yapılan yayının Shuai Quan ve Ning Wang tarafından 2004 yılında yazılan “Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism” başlıklı makale olduğu görülmektedir. Buna ek olarak WoS veri tabanından elde edilen bilgiler, gastronomi deneyimi ile ilgili yayınların (araştırma makalesi, literatür taraması, bildirimler) son 38 yılda 14046 alıntı aldığı sonucuna varılmaktadır.

Tablo 2. En Çok Alıntı Yapılan İlk 10 Yayın

Sıra	Yayın Başlığı	Kaynak	Yayın Türü	Yıl	Yıllık Atıf Ortalaması	Toplam Atıf
1	Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism	Tourism Management	Araştırma Makalesi	2004	41,5	830
2	Food in tourism - Attraction and impediment	Annals of Tourism Research	Araştırma Makalesi	2004	29,65	593
3	Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach	International Journal of Hospitality Management	Araştırma Makalesi	2009	24,4	366
4	Sources of positive and negative emotions in food experience	Appetite	Araştırma Makalesi	2008	22,31	357
5	Food Preferences of Chinese Tourists	Annals of Tourism Research	Araştırma Makalesi	2010	20,71	290
6	Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention	International Journal of Hospitality Management	Araştırma Makalesi	2018	36,33	218
7	Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West	Tourism Management	Araştırma Makalesi	2011	15	195
8	Local food: a source for destination attraction	International Journal of Hospitality Management	Araştırma Makalesi	2016	18,63	149
9	Influence of package design on the dynamics of multisensory and emotional food experience	Food Quality and Preference	Araştırma Makalesi	2013	12,45	137
10	Elements of Memorable Food, Drink, and Culinary Tourism Experiences	Journal of Travel Research	Araştırma Makalesi	2018	17,83	107
Gastronomi deneyimine ilişkin çalışmalara yapılan toplam atıf sayısı					501,64	14046

Tablo 3’te en üretken ve Bradford yasasına göre çekirdek kaynak olan dergiler gösterilmektedir. Görüldüğü üzere en üretken dergi 41 yayımla “International Journal of Contemporary Hospitality Management” dergisidir. Bu dergiye en yakın sayıda

yayın yapan dergilerin “International Journal of Hospitality Management” (31) ve “British Food Journal” (30) olduğu görülmektedir. Bradford yasası, belirli bir konu veya alan için alıntılarının dağılımını açıklamaktadır. Bu yasaya göre her konuda makale yayımlayan dergiler, yaklaşık olarak eşit sayıda makale ile üç (çekirdek, bölge 2 ve bölge 3) bölgeye ayrılmaktadır. Bradford yasasına göre kaynak kümeleme analizi sonucunda Tablo 3’te yer alan dergiler “çekirdek kaynaklar” (core sources) yer almaktadır.

Tablo 3. En Üretken Ve Çekirdek Kaynak Olan Dergiler

Sıra	Dergi	Yayın Sayısı
1	International Journal of Contemporary Hospitality Management	41
2	International Journal of Hospitality Management	31
3	British Food Journal	30
4	Appetite	19
5	Sustainability	16
6	Foods	13
7	Tourism Management	12
8	International Journal of Environmental Research and Public Health	11
9	International Journal of Gastronomy and Food Science	11
10	Current Issues in Tourism	10
11	Tourism Management Perspectives	10
12	Tourism Recreation Research	10
13	Journal of Hospitality and Tourism Management	9
14	Journal of Hospitality Marketing \& Management	9

Ülkelerin, kurumların ve yazarların analizi

Bu bölümde, yayınlar ve iş birliktelikleri ülkeler, kurumlar ve yazarlar olmak üzere üç açıdan incelenmiştir. Bu kapsamda yapılan atıf analizi, bilimsel veya akademik yayınlar arasındaki atıf ilişkilerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu sayede bir yayının ne kadar sık atıf aldığını, hangi yayınlara atıfta bulunduğunu ve hangi yayınlar tarafından atıfta bulunulduğunu belirlemek mümkün olmaktadır. Ülke/kurum iş birliği ağı analizi ise ülkeler veya kurumlar arasındaki iş birliğini yayınlarla inceleyerek ilişkileri anlamak amacıyla yapılmıştır. Bu analiz türü, belirli araştırma alanlarındaki veya disiplinlerindeki araştırma iş birliktelikleri ve uluslararası ortaklıklar hakkında genel bir bakış açısı sunmaktadır.

Atıf analizi

En çok alıntı yapılan ülke, kurum ve yazar analizinde belge ve atıf sayısı 1 seçilerek gerçekleştirildi. Bu kriter bağlamında 78 ülke analize dahil edildi. En çok alıntı yapılan ülke, kurum ve yazarlara ilişkin bilgiler Tablo 5’te sunulmaktadır. Buna göre Amerika Birleşik Devletleri (ABD), 179 yayınlara en fazla atıf sayısına (4088) sahiptir. Bunu

sırasıyla Çin (2149) ve İngiltere (1003) takip etmektedir. Geri kalan yedi ülkenin ise 1000'den az atıf aldığı görülmektedir. Kurumsal açıdan 1494 atıf sayısı ile Çin'deki Hong Kong Polytechnic University ilk sırada yer almaktadır. Bunu Surrey University (993) ve University of Illinois (944) takip etmektedir. Bu kurumlardan altısı Çin (3), ABD (2), Finlandiya (2) ve geri kalan üç kurum ise İngiltere, Hollanda ve İsrail'dendir.

Yazarlar incelendiğinde alıntılanma sayılarının aynı olduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedeni çok alıntı yapılan yayınların yazarlarının ortak yazar olmasıdır. Tablo 5'e göre Quan, S. ve Wang, N. 830 alıntılanma sayısı ile her iki yazarında birinci sırada olduğu söylenebilir. Avieli, N. ve Cohen, E. içinde benzer bir durum söz konusudur.

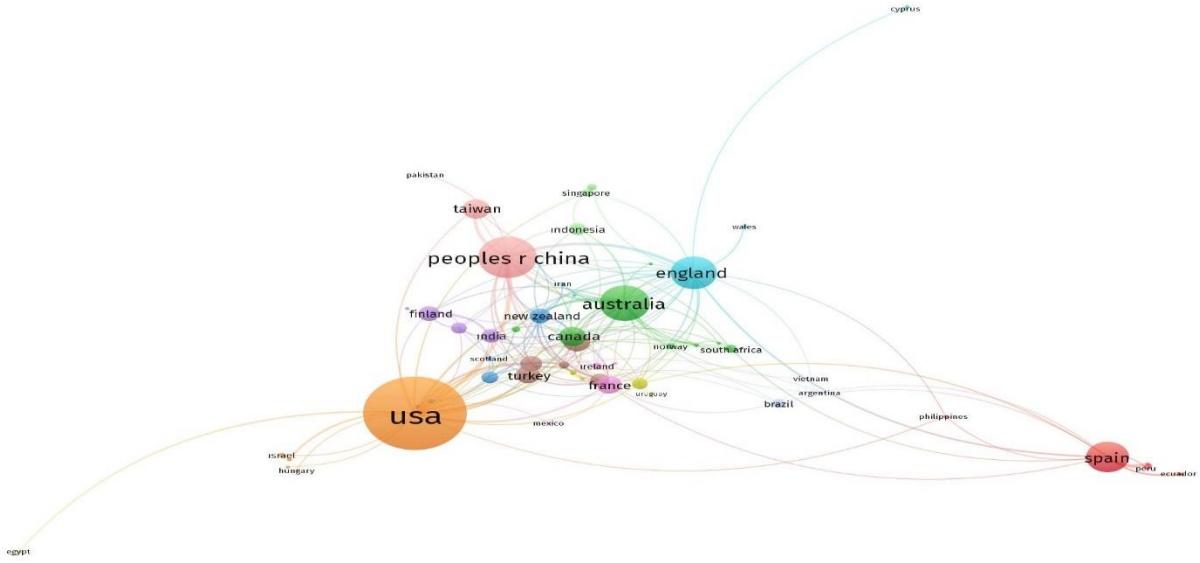
Tablo 5. En Çok Alıntı Yapılan 10 Ülke/Bölge, Kurum, Yazar

Sıra	Ülke	AS	Kurum	AS	Yazar	AS
1	ABD	4088	Hong Kong Polytechnic University	1494	Quan, S.	830
2	Çin	2149	University of Surrey	993	Wang, N.	830
3	İngiltere	1003	University of Illinois	944	Avieli, N.	593
4	Finlandiya	864	Hanken School of Economics	629	Cohen, E.	593
5	Hollanda	804	Hebrew University	596	Bjork, P.	510
6	Avusturalya	749	Purdue University	544	Schifferstein, H.N.J.	493
7	İsrail	652	Delft University of Technology Holl	540	Desmet, P. M. A.	490
8	Fransa	445	Sun Yat-sen University	485	Kauppinen-Raisanen, H.	485
9	İspanya	407	University of Vaasa	360	Chang, R.C.Y.	485
10	Kore	378	University of Macau	290	Kivela, J.	485

*AS: Alıntı Sayısı

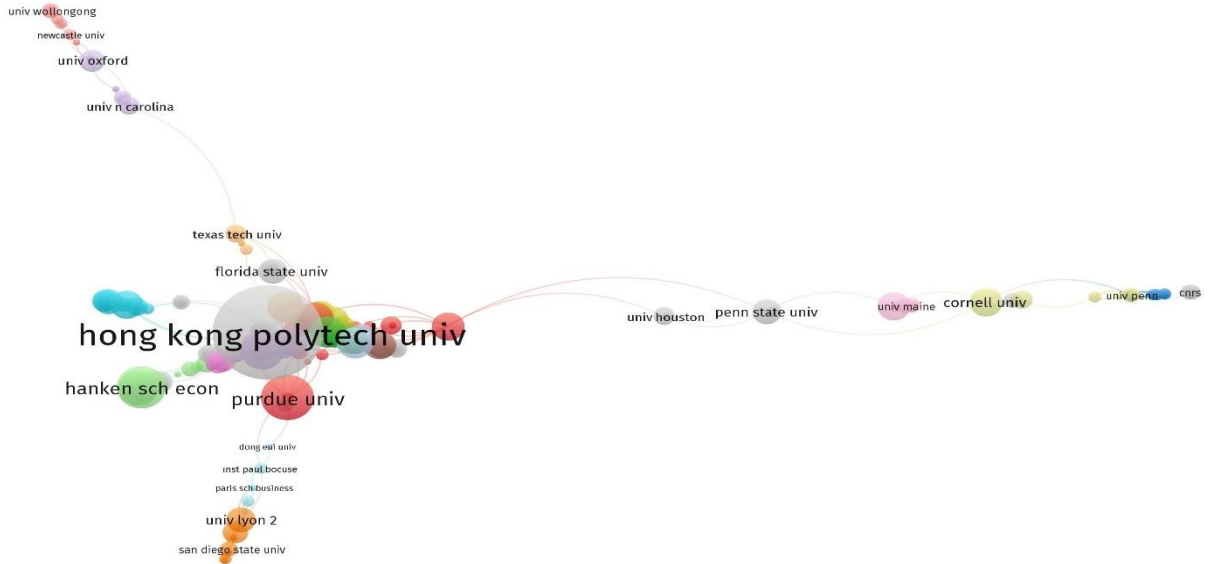
Ülkelerin, kurumların ve yazarların iş birliği analizi

Ülkelerin iş birliği analizi belge ve atıf sayısı 1 seçilerek gerçekleştirildi. Bu kriter bağlamında 78 ülkeden 74'ü analize dahil edildi. Ülkelerin iş birliği analizinde 13 farklı küme tespit edildi. Bu kümelerden en geniş turuncu renkte olan ve 30 farklı ülke ile iş birliği gerçekleştiren ABD'ye ait olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla İngiltere (21), Avusturalya (20) ve Çin (16) takip etmektedir. Ayrıca en çok iş birliği yapan ülkelerin ağ haritasını göster Şekil 5 incelendiğinde ülkeler arasındaki iş birlikteliklerinin çok çeşitli ve güçlü olduğu söylenebilir.



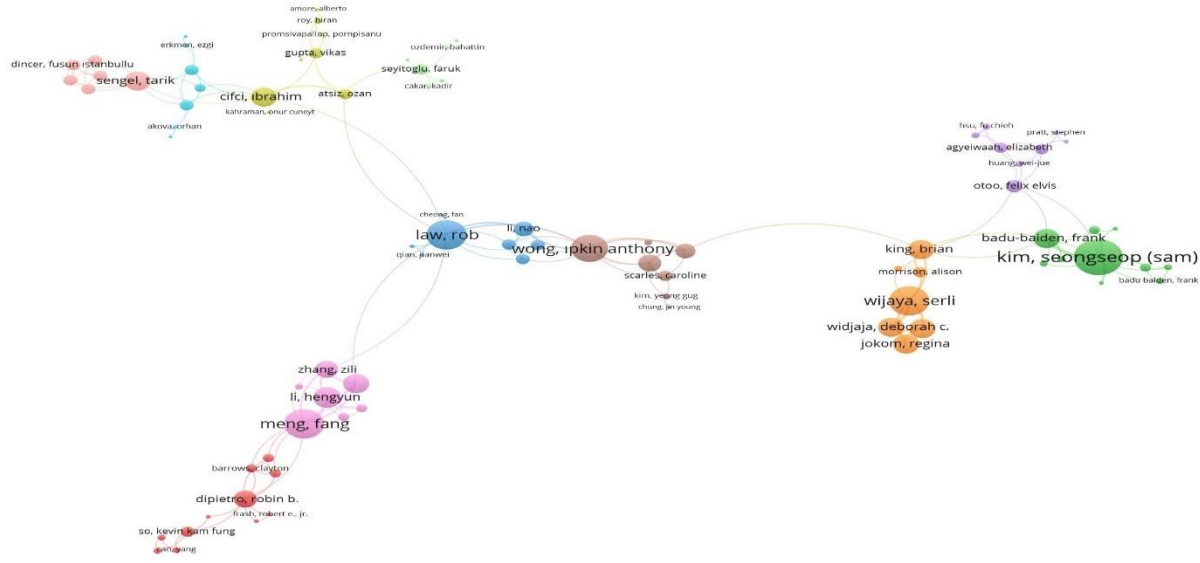
Şekil 4. Ülkelerin İş Birliği Ağ Haritası

Kurumların iş birliği analizi belge ve atıf sayısı 1 seçilerek gerçekleştirildi. Bu kriter bağlamında 866 kurumdan 698'i analize dahil edildi. Şekil 5 incelendiğinde farklı renklerde işaretlenerek kümelenecek çeşitli ülkelerden 314 kurumun oldukça yakın bir iş birliği ağı oluşturduğu görülmektedir. Küme ne kadar büyük olursa bu durum kurumun diğerleriyle toplam iş birliği ağının ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir. Buna göre Hong Kong Polytechnic Üniversitesinin en güçlü iş birliği ağına sahip olduğu söylenebilir. Bunu sırasıyla Hanken School of Economics, Purdue University ve University of South Carolina takip etmektedir.



Şekil 5. Kurumların İş Birliği Ağ Haritası

Yazarların iş birliği analizi belge ve atıf sayısı 1 seçilerek gerçekleştirildi ve 1918 yazardan 1553'ü analize dahil edildi. Bazı yazarlar arasında iş birliği olmadığı için sadece 85'i haritalamaya aktarıldı. Şekil 6, en çok iş birliği yapan yazarların ağ haritasını göstermektedir. Yeşil dairede bulunan Kim, S. en işbirlikçi ve bağlantılı yazar olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla Law, R., Wijaya, S. ve Meng, F. takip etmektedir.



Şekil 6. Yazarların İş Birliği Ağ Haritası

Anahtar kelime analizi

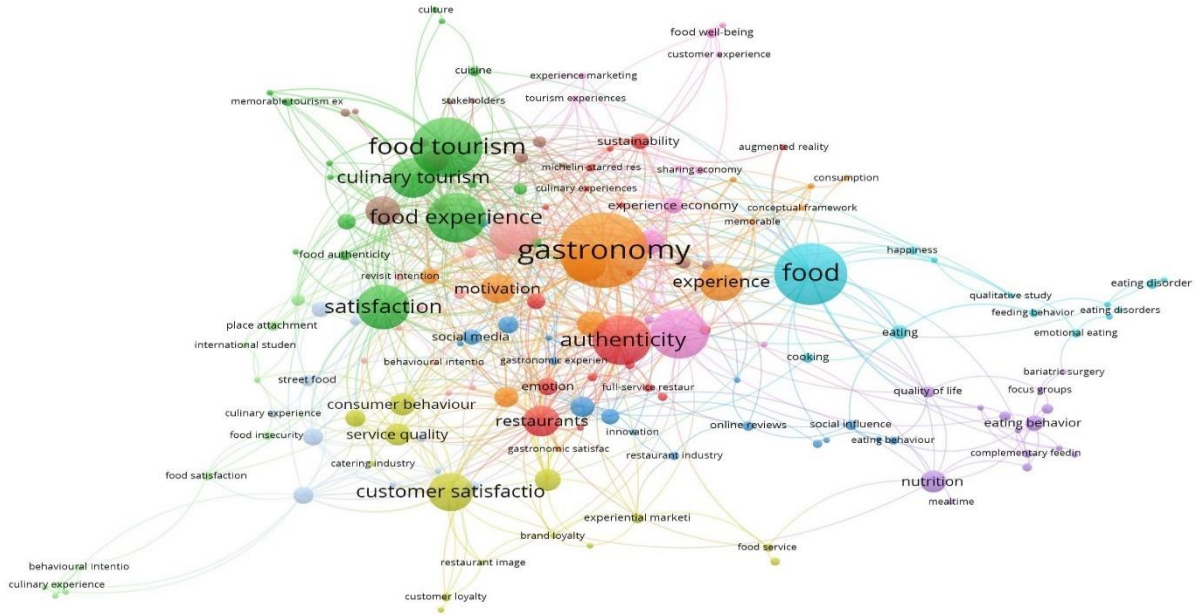
Anahtar kelime analizi, belirli bir alandaki konuların tanımlanmasına katkıda bulunur. Bu bölüm, araştırma sıcak noktalarını, sınırları ve eğilimleri belirlemek için birlikte oluşum analizi, anahtar kelimelerin yoğunluk analizi gerçekleştirir. Bibliyometride anahtar kelime analizi, bilimsel yayınlarda anahtar kelimelerin kullanımını ve sıklığını incelemeyi içerir. Belirli bir alan veya disiplin içindeki önemli temaları, eğilimleri ve araştırma alanlarını belirlemeye yardımcı olur. Araştırmacılar, anahtar kelime birlikte oluşumunu ve anahtar kelime yoğunluğunu analiz ederek en alakalı konular hakkında fikir edinebilir ve farklı anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri keşfedebilir.

Birlikte oluşum analizi

Anahtar kelime birlikte oluşum analizi için eşit değer üç olarak belirlendi (Shi, Gao, Sun, Liu, Shao, Zhang & Tian, 2021). Buna ek olarak ağ haritasının daha anlaşılır olması için alakasız anahtar kelimeler analize dahil edilmedi (Prashar, 2020). Gastronomi deneyimine ilişkin çalışmaların anahtar kelime birlikte oluşum ağı haritası Şekil 7’de sunulmaktadır. Şekildeki her düğüm, anahtar kelimeleri temsil eder ve birbirine bağlı iki düğüm, her iki anahtar sözcüğün de aynı yayında görüldüğü anlamına gelmektedir. Düğümlerin rengi, anahtar sözcükler için bir kümeye ait olup olmadıklarını göstermektedir.

Bu bilgiler doğrultusunda en geniş turuncu halkada “gastronomy” en sık tekrarlanan ve korelasyon gücü en yüksek anahtar kelime olduğu görülmektedir. Bunu food, food tourism, food experience, dining experience ve authenticity anahtar kelimeleri takip etmektedir. Gastronomi deneyiminin diğer anahtar kelimelerle birlikte oluşumu düğüm boyutu dikkate alınarak detaylı bir şekilde incelendiğinde gastronomi/yiyecek turizmi, yerel yiyecek, otantiklik, turist memnuniyeti, algılanan değer, davranışsal niyet, unutulmaz deneyim, destinasyon imajı kavramlarıyla sıkı bir bağlantısının olduğu görülmektedir. Ayrıca, kültürel unsurlar, duygusal durumlar, teknolojik

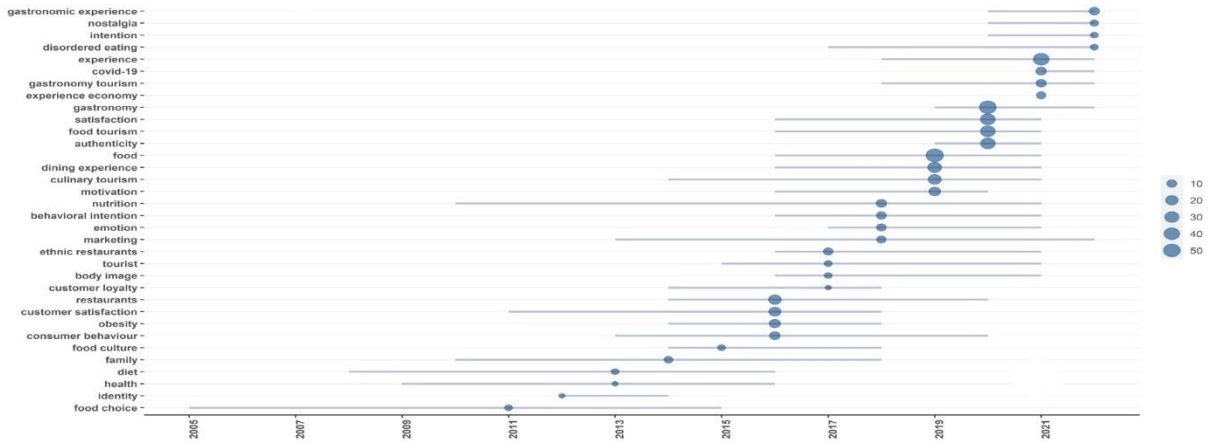
gelişmeler ve yiyecek içecek işletmelerindeki sürdürülebilir mutfak uygulamaları ve çeşitli gastronomik trendler gibi konuların gastronomi deneyimi ile ilişkisine daha az önem verildiği söylenebilir.



Şekil 7. Anahtar Kelime Birlikte Oluşum Ağı Haritası

Anahtar kelimelerin yoğunluk analizi

Anahtar kelimelerin zaman içindeki gelişimini daha iyi gözlemlemek amacıyla yapılan analizde kelimenin minimum sıklığı beş olarak belirlendi. Şekil 8’de anahtar kelimelerin yıllara göre yoğunluğu sunulmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde gastronomi deneyiminin birçok konuyla birlikte ele alındığı dikkat çekmektedir. Ayrıca en yoğun çalışılan konuların yiyecek/yemek, gastronomi, deneyim, yiyecek turizmi, memnuniyet, gastronomi deneyimi ve otantiklik olduğu görülmektedir. 2019 yılından itibaren yiyecek, yemek deneyimi, motivasyon, mutfak turizmi temaları üzerinde çalışmalar yoğunlaştığı ve devam eden yıllarda deneyim, deneyim ekonomisi, otantiklik, gastronomik deneyim, niyet kavramlarına odaklandığı görülmektedir.



Şekil 8. Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Yoğunluğu

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bibliyometrik çalışma, gastronomi deneyimi çalışmalarının nasıl geliştiğine dair eleştirel bir bakış açısı sunmak ve gelecekteki araştırmalar için potansiyel yönleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada WoS veri tabanından elde edilen 1985'ten 2023' kadar gastronomi deneyimi ile ilgili yayımlanan 706 yayın analiz edildi. Elde edilen yayınların eleştirel analizi, yıldan yıla yayın sayısındaki eğilimleri, odak konuların yıllar içindeki değişimleri ve ülkelerin, kurumların yazarların iş birlikteliklerini ele alındı. Bu çalışmanın bulgularına göre, gastronomi deneyimi ile ilgili yayınların sayısı 1985'ten 2023'e kadar her yıl artış göstermiştir (Bkz. Şekil 2). Bu durum gastronomi konulu araştırmalarla paralellik göstermektedir (Bayram & Arıcı, 2021; Güzeller & Çeliker, 2017; Okumus, Koseoglu & Ma, 2018). Ancak hizmet ekonomisinden deneyim ekonomisine geçişin kaçınılmaz olduğu (Pine & Gilmore, 1998) düşünüldüğünde daha iyi incelenmesi gereken araştırma alanındaki bu artışın önemli ölçüde olmadığı söylenebilir. Bundan dolayı bu sınırlı araştırma faaliyetlerinin olası nedenlerini incelemenin ve turizm paydaşları için ne kadar gerekli olduğunu tespit etmenin önemli olduğu düşünülmektedir. En çok atıf alan makalelerin "Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism", "Food in tourism- Attraction and impediment" ve "Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach" olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 2). Bu makalelerin gastronomi deneyimine ilişkin temel yayınlar olduğu söylenebilir.

Ülkelerin atıf sayıları incelendiğinde, en çok atıf alan ülkeler sıralamasında ABD (4742), Çin (2216), İngiltere (1763), Tayvan (989) ve Avustralya (958) olduğu görülmektedir. Açık ara farkla birinci sırada ABD'nin yer almasının nedeni hem yayın hem de yazar sayısının diğer ülkelere göre oldukça yüksek olmasıdır. Bu ülkeler farklı çalışmaların çıktılarında da en üretken ülkeler arasında yer almaktadır (Okumus, Koseoglu & Ma, 2018; Park, Phillips, Canter & Abbott, 2011). Buna ek olarak yayın sayısı dikkate alınarak sıralama yapıldığında ilk 20 içerisinde olmamasına rağmen beş yayımla İsrail'in en çok atıf alan ülkeler sıralamasında ilk onda olması dikkat çekmektedir. En çok atıf alan ilk beş kurum Hong Kong Polytechnic University/Çin (1494), University of Surrey/İngiltere (993), University of Illinois/ABD (944), Hanken School of Economics/Finlandiya (629) ve Hebrew University/İsrail (596)'dir. Buna ek olarak üniversitelerin bulunduğu ülkeler en çok yayın yapılan ve en çok atıf alan ilk 10 ülkeler arasında yer almaktadır. En çok atıf alan ilk on yazar incelendiğinde, bu yazarların ortak yazar olduğu (Quan, S. ve Wang, N.; Avieli, N. ve Cohen, E.) sonucuna varılmaktadır. Ayrıca bu yazarlar arasında Bjork, P. 11 farklı makale yayımlarken geri kalan yazarlar arasında en fazla üç makale yayınlanmıştır. İş birliği analizleri incelendiğinde en çok atıf ve yayın sayısı olan ABD ve Çin'in en çok iş birliğine sahip olması şaşırtıcı değildir. Buna bağlı olarak en çok iş birliği yapan kurum ve yazarlar da bu iki ülkeden çıkmaktadır. Ancak gıda araştırmalarında disiplinler arası ve uluslararası iş birliklerinin yoğun olduğu bilinen bir gerçektir (Dabirian, Diba, Tareh & Treen, 2016; van Raan & van Leeuwen, 2002). Buna birlikte, bu sonuç,

kurumsal iş birliklerinin ve araştırmaya yönelik yaratıcılığın sınırlı olabileceği söylenebilir.

Anahtar kelime analizleri incelendiğinde yayınların gastronomi, gıda deneyimi, motivasyon, deneyim, müşteri memnuniyeti mutfak/yiyecek turizmi, otantiklik konularına yoğunlaştığı görülmektedir (Bkz. Şekil 7, Şekil 8). Bu bağlamda mevcut araştırmaların gastronomi deneyimini birçok farklı açıdan değerlendirdiği sonucuna varılabilir (Han, Boerwinkel, Haggis-Burridge & Melissen, 2022; Hossain, Hossain, Al Masud, Islam, Mostafa & Hossain, 2023; Kovalenko, Dias, Pereira & Pereira, 2023; Liu, Wang, Kuo, Chen & Tsiu, 2022; Pham, Eves & Wang, 2023; Sundqvist, 2023). Sonuç olarak yeni ve gelecekteki potansiyel araştırma konularına ilişkin bazı öneriler sunulabilir. İlk olarak kültürel geçmişin yemek tercihleri üzerindeki etkisi (Laaksonen, Ma, Pasanen, Zhou, Yang & Linderborg, 2020; Rozin, 1988) düşünüldüğünde kültürel geçmişin ya da kültürel unsurların gastronomi deneyimini nasıl şekillendirdiği araştırılabilir. İkincisi, bazı araştırmalar duyguların yiyecek tercihlerini ve tüketimini nasıl etkilediğini (Ashurst, Van Woerden, Dunton, Todd, Ohri-Vachaspati, Swan & Bruening, 2018; Cancellieri, Bruening, Cicero, Milani Bonaiuto & Bonaiuto, 2022; Ljubičić, Matek Sarić, Kilarin, Rumbak, Colić Barić & Ranilović, 2023) incelemiş olsa da duyguların nasıl etkilendiği ve genel memnuniyeti nasıl etkilediği gibi gastronomi deneyiminin duygusal boyutları araştırılabilir. Üçüncüsü, sanal gerçeklik ile simülasyonu oluşturulan tat ve dokuların duyuusal deneyimleri geliştirme potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir (Auvray & Spence, 2008). Bundan dolayı sanal gerçekliğin gastronomi deneyimini nasıl etkileyeceğini ve şekillendireceği araştırılabilir. Hijalager (2022) tarafından vurgulandığı gibi, gastronomi deneyiminde teknolojinin rolü hakkında daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Yiyeceğin üretimi, dağıtımı ve tüketiminde artan teknoloji kullanımıyla birlikte, teknolojinin turistlerin yiyecekleri deneyimleme şeklini nasıl şekillendirdiğini ve bunun sonucunda algılarını, tercihlerini ve davranışlarını nasıl etkilediğine odaklanan araştırmaların yapılması gerekmektedir. Dördüncüsü, bazı çalışmalar dışında (Barak-Nahum vd., 2016; Herbert, Haim & Ginzburg, 2014; Mills, Wolfson, Wolfson, Brown, White & Adams, 2020) yemek pişirme araştırmalarındaki psikososyal sonuçlar yeterince araştırılmamıştır. Ayrıca insanların yiyecek seçimlerini ve tercihlerini şekillendirmede bağlamın öneminin giderek daha fazla kabul edilmesine rağmen, az sayıda araştırma gastronomi deneyimini şekillendirmede kişisel inançlar, kültürel ve sosyal normlar gibi bağlamsal faktörlerin rolüne odaklanmaktadır. Son olarak, gastronomi deneyimleri ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkinin yanı sıra gastronomi deneyimlerinin sürdürülebilir gıda uygulamalarını teşvik etmek için nasıl kullanılacağı konusu araştırılabilir.

Bibliyometrik yöntem araştırmacılar için kapsamlı bir inceleme sunmaktadır. Ancak, bazı sınırlamaları bulunmaktadır. İlk olarak, tek bir veri tabanı ve bazı kriterler kullanılmıştır. Araştırma kapsamında birden fazla bilimsel araştırmaların referans ve alıntı verilerini sağlayan platformların aynı anda kullanılmamasının nedeni, çift yayınların ve örtüşen içeriğin çok fazla olmasıdır. Dolayısıyla birden fazla platformun (WoS, Scopus vb.) kullanılması, tekrarlara ve gereksiz çift çalışmalara neden

olabileceği için sadece WoS platformu kullanılmıştır. Gelecekteki araştırmalarda veri toplamak için çeşitli veri tabanları ve daha geniş kapsamlı kriterler temel alınabilir. Ayrıca gelecekteki bibliyometrik araştırmalar, kitaplar, kitap bölümleri ve konferans bildirileri gibi daha da önemli bilgi kaynaklarını dahil ederek çalışmalarını daha kapsamlı hale getirebilir. İkincisi, bu çalışma derinlemesine ayrıntılar yerine, konuyu geniş bir perspektiften ele almaya odaklanmaktadır. Bu nedenle, gelecekte yapılabilecek araştırmalar, farklı analiz yöntemlerini kullanabilir. Araştırmacılar, makalelerin içeriklerini otomatik olarak analiz ederek önemli kavramları ve anahtar kelime öbeklerin ortaya çıkararak metin madenciliği ya da metinleri manuel olarak inceleyerek temaları, eğilimleri ve içerik özelliklerini anlamaya yönelik bir yaklaşım sunan içerik analizi gibi çeşitli yöntemleri benimseyerek bulguları daha kapsamlı bir şekilde genişletebilirler.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37.
- Andersson, T. D., & Mossberg, L. (2004). The dining experience: do restaurants satisfy customer needs? *Food Service Technology*, 4(4), 171-177.
- Antón, C., Camarero, C., Laguna, M., & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Arora, S. D., & Chakraborty, A. (2021). Intellectual structure of consumer complaining behavior (CCB) research: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 122, 60-74.
- Ashurst, J., Van Woerden, I., Dunton, G., Todd, M., Ohri-Vachaspati, P., Swan, P., & Bruening, M. (2018). The association among emotions and food choices in first-year college students using mobile-ecological momentary assessments. *BMC Public Health*, 18(1), 1-9.
- Auvray, M., & Spence, C. (2008). The multisensory perception of flavor. *Consciousness and Cognition*, 17(3), 1016-1031.

- Aydın, B., & Aksöz, E. O. (2019). Destinasyon Alanında Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili (Bibliometric Profile of Graduated Thesis in the Destination Area). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(1), 615-636.
- Babolian, H. R., Ng, S. I., & Boo, H. C. (2013). Effect of food experience on overall satisfaction: Comparison between first-time and repeat visitors to Malaysia. *International Food Research Journal*, 20(1), 141.
- Barak-Nahum, A., Haim, L. Ben, & Ginzburg, K. (2016). When life gives you lemons: the effectiveness of culinary group intervention among cancer patients. *Social Science & Medicine*, 166, 1-8.
- Bayram, Ü., & Arıcı, S. (2021). Gastronomi araştırmalarına bütüncül bir bakış: bibliyometrik bir analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2734-2757.
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100171.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260-1280.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466-475.
- Boniface, P. (2017). *Tasting tourism: Travelling for food and drink*. Routledge.
- Boyras, M., & Sandıkçı, M. (2018). Gastronomi bildirilerinin değerlendirilmesi: Turizm kongreleri örneği 2013-2017. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(4), 873-889.
- Cancellieri, U. G., Petruccelli, I., Cicero, L., Milani, A., Bonaiuto, F., & Bonaiuto, M. (2022). Reputation and emotion: How the mind drives our food preferences and choices. *Food Quality and Preference*, 101, 104637.
- Castillo-Vergara, M., Alvarez-Marin, A., & Placencio-Hidalgo, D. (2018). A bibliometric analysis of creativity in the field of business economics. *Journal of Business Research*, 85, 1-9.
- Cetin, G., & Walls, A. (2016). Understanding the customer experiences from the perspective of guests and hotel managers: Empirical findings from luxury hotels in Istanbul, Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 395-424.
- Chaney, S., & 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.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Cherro Osorio, S., Frew, E., Lade, C., & Williams, K. M. (2022). Blending tradition and modernity: gastronomic experiences in High Peruvian cuisine. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 332-346.
- Çolakoğlu, Ü., Altun, H. E., & Kıykaç, B. (2019). Türkiye'deki medikal turizm tezlerinin bibliyometrik profili (2008-2018). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 135-143.

- Dabirian, A., Diba, H., Tareh, F., & Treen, E. (2016). A 23-year bibliometric study of the journal of food products marketing. *Journal of Food Products Marketing*, 22(5), 610-622.
- Daries Ramón, N., Ferrer Rosell, B., Cristóbal Fransi, E., & Mariné Roig, E. (2018). Posturing or enjoying the gastronomic experience? Effects of reputation and experience in the recommendation of upscale restaurants. *Cuadernos de Turismo*, 42, 605-608.
- Della Corte, V., Del Gaudio, G., Sepe, F., & Sciarelli, F. (2019). Sustainable tourism in the open innovation realm: a bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(21), 6114.
- Demirbulat, Ö. G., & Dinç, N. T. (2017). Sürdürülebilir turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 20-30.
- Desmet, P. M. A., & Schifferstein, H. N. J. (2008). Sources of positive and negative emotions in food experience. *Appetite*, 50(2-3), 290-301.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Dutta, P., & Naumov, N. (2020). Food culture: Gastronomic experiences in Singapore. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(1), 20-29.
- Ercan, F. (2020). Türkiye'deki gastronomi turizmi konulu makalelerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1058-1075.
- Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, web of science, and Google scholar: strengths and weaknesses. *The FASEB Journal*, 22(2), 338-342.
- Farrelly, F., & Makkar, M. (2022). Augmenting the food experience through the projection of place: the case of Tasmania. *Current Issues in Tourism*, 1-18.
- Ferreira, J., Vaz, M. F., Silvério, A. C., & Fernandes, P. O. (2022, June). The relationship of rural tourism with sustainable tourism and outdoor activities: A bibliometric analysis. In *2022 17th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-5). IEEE.
- Gaviria-Marin, M., Merigó, J. M., & Baier-Fuentes, H. (2019). Knowledge management: a global examination based on bibliometric analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 194-220.
- Gök, H. S. (2021). Gönüllü turizm konusunda yapılan araştırmaların bibliyometrik analizi: Scopus örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1546-1567.
- Güzeller, C. O., & Çeliker, N. (2017). Geçmişten günümüze gastronomi bilimi: bibliyometrik bir analiz. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 88-102.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2008). Food events, festivals and farmers' markets: An introduction. İçinde *Food and wine festivals and events around the world* (ss. 3-22). Routledge.
- Hall, C. M., Mitchell, R., & Sharples, L. (2004). Consuming Place: The Role of Food, Wine and Tourism in Regional Development: The Role of Food, Wine and Tourism in Regional Development. İçinde *Food tourism around the world* (ss. 25-59). Routledge.

- Han, D.-I. D., Boerwinkel, M., Haggis-Burridge, M., & Melissen, F. (2022). Deconstructing Immersion in the Experience Economy Framework for Immersive Dining Experiences through Mixed Reality. *Foods*, 11(23), 3780.
- Hansen, K. V., Jensen, Ø., & Gustafsson, I. (2005). The meal experiences of á la carte restaurant customers. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2), 135-151.
- Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (1999). Marketing icewine to Japanese tourists in Niagara: the case of Inniskillin winery. *International Journal of Wine Marketing*, 11(2), 29-41.
- Hegarty, J. A., & 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.
- Herbert, J., Flego, A., Gibbs, L., Waters, E., Swinburn, B., Reynolds, J., & Moodie, M. (2014). Wider impacts of a 10-week community cooking skills program-Jamie's Ministry of Food, Australia. *BMC public health*, 14, 1-14.
- Hjalager, A.-M. (2022). Digital food and the innovation of gastronomic tourism. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 7(1), 35-49.
- Hossain, M. D. S., Hossain, M. D. A., Al Masud, A., Islam, K. M. Z., Mostafa, M. D. G., & Hossain, M. T. (2023). The integrated power of gastronomic experience quality and accommodation experience to build tourists' satisfaction, revisit intention, and word-of-mouth intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-27.
- Hsu, F. C., & Scott, N. (2020). Food experience, place attachment, destination image and the role of food-related personality traits. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 79-87.
- Huang, Y.-J., Cheng, S., Yang, F.-Q., & Chen, C. (2022). Analysis and visualization of research on resilient cities and communities based on VOSviewer. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(12), 7068.
- Japutra, A., Tjiptono, F., Setyawan, A., Permana, I. B. G. A., & Widaharthana, I. P. E. (2022). Life events, philosophy, spirituality and gastronomy experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3210-3229.
- Jeannot, F., Dampérat, M., Salvador, M., Maalej, M. E. E., & Jongmans, E. (2022). Toward a luxury restaurant renewal: Antecedents and consequences of digitalized gastronomy experiences. *Journal of Business Research*, 146, 518-539.
- Ji, B., Zhao, Y., Vymazal, J., Mander, Ü., Lust, R., & Tang, C. (2021). Mapping the field of constructed wetland-microbial fuel cell: A review and bibliometric analysis. *Chemosphere*, 262, 128366.
- Karasakaloğlu, B. (2020). Kış turizmi çalışmaları üzerine bibliyometrik bir inceleme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 407-426.
- Kauppinen-Räisänen, H., Gummerus, J., & Lehtola, K. (2013). Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time. *British Food Journal*, 115(5), 666-685.
- Kawuki, J., Ghimire, U., Papabathini, S. S., Obore, N., & Musa, T. H. (2021). A bibliometric analysis of childhood obesity research from China indexed in Web of Science. *Journal of Public Health and Emergency*, 5, 3.

- Kim, Y. H., Goh, B. K., & 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.
- Kokkranikal, J., & Carabelli, E. (2021). Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research, 1-12*.
- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L., & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods, 12*(2), 315.
- Laaksonen, O., Ma, X., Pasanen, E., Zhou, P., Yang, B., & Linderborg, K. M. (2020). Sensory characteristics contributing to pleasantness of oat product concepts by Finnish and Chinese consumers. *Foods, 9*(9), 1234.
- Letarte, A., Dube, L., & Troche, V. (1997). Similarities and differences in affective and cognitive origins of food likings and dislikes. *Appetite, 28*(2), 115-129.
- Lindgreen, A., Vanhamme, J., & Beverland, M. B. (2009). *Memorable customer experiences: A research anthology*. Gower Publishing.
- Liu, C.-R., Wang, Y.-C., Kuo, T. M., Chen, H., & Tsui, C.-H. (2022). Memorable dining experiences with five senses: Conceptualization and scale development. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 53*, 198-207.
- Ljubičić, M., Matek Sarić, M., Klarin, I., Rumbak, I., Colić Barić, I., Ranilović, J., Dželalija, B., Sarić, A., Nakić, D., & Djekić, I. (2023). Emotions and Food Consumption: Emotional Eating Behavior in a European Population. *Foods, 12*(4), 872.
- López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C. P., Pérez Gálvez, J. C., & Ríos Rivera, I. (2017). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist. *British Food Journal, 119*(2), 267-283.
- MacCoun, R. J. (1998). Biases in the interpretation and use of research results. *Annual Review of Psychology, 49*(1), 259-287.
- Mariani, M. M., & Bresciani, S. (2022). Guest editorial: Creating, managing and marketing gastronomy experiences in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(9), 3201-3209.
- Martín, J. C., Román, C., Guzmán, T. L.-G., & Moral-Cuadra, S. (2020). A fuzzy segmentation study of gastronomical experience. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 22*, 100248.
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2009). Celebrating local products: The role of food events. *Journal of Foodservice Business Research, 12*(4), 364-383.
- McKercher, B., Okumus, F., & Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing, 25*(2), 137-148.
- Mills, S. D. H., Wolfson, J. A., Wrieden, W. L., Brown, H., White, M., & Adams, J. (2020). Perceptions of 'home cooking': a qualitative analysis from the United Kingdom and United States. *Nutrients, 12*(1), 198.
- Mishra, D., Luo, Z., Jiang, S., Papadopoulos, T., & Dubey, R. (2017). A bibliographic study on big data: concepts, trends and challenges. *Business Process Management Journal, 23*(3), 555-573.

- Mkono, M. (2013). Using net-based ethnography (Netnography) to understand the staging and marketing of “authentic African” dining experiences to tourists at Victoria Falls. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(2), 184-198.
- Mohamed, M. E. A., Hewedi, M. M., Lehto, X., & Maayouf, M. (2020). Egyptian food experience of international visitors: a multidimensional approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2593-2611.
- Mora, D., Solano-Sánchez, M. Á., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405.
- Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5, 305-313.
- Nebioğlu, O. (2019). Turizm ve yiyecek tüketimi: uluslararası alanyazın üzerine bibliyometrik bir analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 71-88.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: a bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Ooi, C.-S. (2005). A theory of tourism experiences: the management of attention. İçinde *Experiencescapes* (ss. 51-68).
- Pandey, N., Andres, C., & Kumar, S. (2023). Mapping the corporate governance scholarship: Current state and future directions. *Corporate Governance: An International Review*, 31(1), 127-160.
- Park, K., Phillips, W. J., Canter, D. D., & Abbott, J. (2011). Hospitality and tourism research rankings by author, university, and country using six major journals: The first decade of the new millennium. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(3), 381-416.
- Pearson, D., & Pearson, T. (2017). Branding food culture: UNESCO creative cities of gastronomy. *Journal of Food Products Marketing*, 23(3), 342-355.
- Pham, L. L. D., Eves, A., & Wang, X. L. (2023). Understanding tourists’ consumption emotions in street food experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 392-403.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (C. 76, Sayı 4). Harvard Business Review Press.
- Poria, Y., Beal, J., & Shani, A. (2019). Does size matter? An exploratory study of the public dining experience of obese people. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 49-56.
- Prashar, A. (2020). A bibliometric and content analysis of sustainable development in small and medium-sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 245, 118665.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Ramírez-Gutiérrez, D., Santana-Talavera, A., & Fernández-Betancort, H. (2021). Tasting experiences of a destination’s local gastronomy on tourist communications. *Tourism Recreation Research*, 46(3), 345-359.

- Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651-1655.
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037-1058.
- Rodríguez-Soler, R., Uribe-Toril, J., & Valenciano, J. D. P. (2020). Worldwide trends in the scientific production on rural depopulation, a bibliometric analysis using bibliometrix R-tool. *Land Use Policy*, 97, 104787.
- Rozin, P. (1988). Cultural approaches to human food preferences. *Nutritional modulation of neural function* (pp. 137-154) içinde. Academic Press.
- Ryu, K., & Jang, S. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: The modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(4), 507-516.
- Shamsi, A., Silva, R. C., Wang, T., Raju, N. V., & Santos-d'Amorim, K. (2022). A grey zone for bibliometrics: publications indexed in Web of Science as anonymous. *Scientometrics*, 127(10), 5989-6009.
- Sharma, P., Singh, R., Tamang, M., Singh, A. K., & Singh, A. K. (2021). Journal of teaching in travel & tourism: a bibliometric analysis. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 21(2), 155-176.
- Sharpley, R., & Stone, P. (2012). *Contemporary tourist experience concepts and consequences*. (1.Baskı) Routledge.
- Shi, S., Gao, Y., Sun, Y., Liu, M., Shao, L., Zhang, J., & Tian, J. (2021). The top-100 cited articles on biomarkers in the depression field: a bibliometric analysis. *Psychology, Health & Medicine*, 26(5), 533-542.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Singh, R., Sibi, P. S., & Sharma, P. (2022). Journal of ecotourism: a bibliometric analysis. *Journal of Ecotourism*, 21(1), 37-53.
- Singh, R., Sibi, P. S., Sharma, P., Tamang, M., & Singh, A. K. (2022). Twenty years of journal of quality assurance in hospitality & tourism: A bibliometric assessment. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 482-507.
- Sthapit, E., Björk, P., & Piramanayagam, S. (2023). Motivational, emotional and memorable dimensions of non-Muslim tourists' halal food experiences. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 23-42.
- Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., & Wolf, E. (2018). Elements of memorable food, drink, and culinary tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1121-1132.
- Sundqvist, J. (2023). Gastronomic experiences: Motives, activities, and teleology. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100645.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M., & Mercan, Ş. O. (2017). Turizm alanında yazılmış olan gastronomiye ilişkin tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 345-354.

- Sürme, M., Olcay, A., & Karaçıl, G. (2018). Helal turizm alanının bibliyometrik profili. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 389-408.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222.
- Trindade, J. R., Maracajá, K. F. B., Cicciú, B., Lucena Filho, R. B., & Valduga, V. (2023). Theoretical discussion about the concepts of sustainability in wine tourism with the bibliometrix. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2644.
- Tsai, C.-T. S., & Lu, P.-H. (2012). Authentic dining experiences in ethnic theme restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 304-306.
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Van Raan, A. F., & Van Leeuwen, T. N. (2002). Assessment of the scientific basis of interdisciplinary, applied research: Application of bibliometric methods in Nutrition and Food Research. *Research Policy*, 31(4), 611-632.
- Vázquez-Parra, J. C., Cruz-Sandoval, M., & Carlos-Arroyo, M. (2022). Social entrepreneurship and complex thinking: a bibliometric study. *Sustainability*, 14(20), 13187.
- Wang, S., Kirillova, K., & Lehto, X. (2017). Travelers' food experience sharing on social network sites. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(5), 680-693.
- Wijaya, S., King, B., Nguyen, T.-H., & Morrison, A. (2013). International visitor dining experiences: A conceptual framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 34-42.
- Yu, D., Xu, Z., Kao, Y., & Lin, C.-T. (2017). The structure and citation landscape of IEEE Transactions on Fuzzy Systems (1994–2015). *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*, 26(2), 430-442.
- Yu, D., Xu, Z., Pedrycz, W., & Wang, W. (2017). Information sciences 1968–2016: a retrospective analysis with text mining and bibliometric. *Information Sciences*, 418, 619-634.
- Zhang, K., & Liang, Q.-M. (2020). Recent progress of cooperation on climate mitigation: a bibliometric analysis. *Journal of Cleaner Production*, 277, 123495.