

Kültür ve Turizmin Kavşağında Peynir: 1996'dan 2023'e Bibliyometrik Bir Değerlendirme

Erkan Denk¹

Özet

Peynirin derin köklü tarihi ve kültürel bağlamı, onu sadece mutfakta değil, aynı zamanda Dünyanın dört bir yanındaki turistik cazibe merkezlerinde de vazgeçilmez kılmıştır. Yerel gıda kültürlerine yönelik artan küresel ilginin bir yansıması olarak peynir, eşsiz bir turizm cazibesi olarak giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır. 1996'dan 2023'e kadar olan dönemi kapsayan bu bibliyometrik görselleştirme incelemesi, peynir turizmi deneyimleri üzerine yapılan akademik araştırmaların genişliğini ve derinliğini ele almaktadır. Saygın veritabanları olan Scopus, Web of Science ve Google Scholar'dan elde edilen kapsamlı veri setleri kullanılarak, peynir turizmi araştırmasının çok çeşitli yönleri incelenmiştir. Bu analiz, peynir turizminin 1990'ların sonlarında başlangıç aşamasında nasıl bir akademik ilgi konusu iken 2023'e gelindiğinde geniş kapsamlı bir araştırma alanına evrildiğini gözler önüne sermektedir. Artan literatür, peynir yapım süreçlerinin zengin ve karmaşık yapısından, bölgesel ekonomilerde peynir temelli turizmin ekonomik etkilerine kadar geniş bir yelpazede konuları kapsamaktadır. Bu bibliyometrik inceleme, peynirin sadece bir gıda maddesi olmanın ötesinde, bazı bölgeler için kültürel bir kimlik olduğunu da vurgulamaktadır. Araştırmada, peynir turizminin sosyo-kültürel dinamikleri, peynir üretimindeki sürdürülebilirlik kaygıları, peynirle ilişkilendirilen seyahatlerin deneyimsel boyutları ve peynirin birincil bir turizm cazibesi olarak tanıtılmasının ekonomik potansiyeli ve zorlukları gibi temalar öne çıkmaktadır. Ayrıca, yıllar içerisinde peynir turizmi araştırmasını şekillendiren öncü akademisyenler, kurumlar ve dergiler de belirlenmiştir. Sonuç olarak, bu bibliyometrik görselleştirme incelemesi, peynir turizmi araştırmasının çeyrek yüzyıllık evrimine geniş bir bakış sunmaktadır. Bu inceleme, anahtar temaları ve etkili katkıda bulunanları tanımlayarak, peynir

1 Öğr. Gör. Dr., Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, erkan.denk@atauni.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0002-2144-3316

turizmi konusunda gelecekteki akademik ve pratik çalışmalar için temel bir referans niteliğindedir.

Giriş

Turizm, sürekli olarak değişen toplumsal ilgi ve değerleri yansıtan dinamik ve çok yönlü bir endüstridir. 20. yüzyılın sonları, belirli ilgi alanlarına ve tutkulara hizmet eden niş turizm sektörlerinin ortaya çıkışına tanık olmuştur (Hjalager ve Richards, 2003). Bunlar arasında, benzersiz mutfak deneyimlerine dayalı bölgelerin keşfi olan gastronomi turizmi, hem akademik hem de ticari ilginin öne çıkan bir alanı haline gelmiştir (Hall ve Sharples, 2004). Bu geniş bağlamda peynir turizmi, peynirin takdirine, tüketimine ve anlaşılmasına odaklanarak, belirgin ve hızla büyüyen bir alt sektör olarak öne çıkmaktadır (Du Rand ve Heath, 2006).

Peynir, geniş çeşitliliği ve kültürler arası zengin tarihi ile sadece duyuşal bir zevk sunmakla kalmayıp bölgelerin geleneklerine, üretim tekniklerine ve hikayelerine bir pencere açarak derin kültürel ve tarihi bir önem ortaya koymaktadır (Paxson, 2012). Bu karmaşık anlatı ve nüans ağı, seyahat severlerin otantik deneyimler aradığı peynir turizminin doğmasına neden olmuştur. Seyahat severler, geleneksel peynir yapım süreçlerini izlemekten peynir temalı festivallere katılmayı veya peynir üretim atölyeleri ziyarete kadar bir dizi deneyime ilgi göstermektedir (Hashimoto ve Telfer, 2006). El yapımı ve ustalık gerektiren peynir üretiminin sanatsal doğası, birçok turistin favori peynirlerinin arkasındaki zanaat hakkında bilgi edinmek istemesiyle bu deneyimlerin cazibesini artırmaktadır.

Peynir turizminin evrimi, daha geniş toplumsal trendlere dayandırılabilir. 1990'ların sonları ve 2000'lerin başları, seyahat deneyimlerinde otantikliğe doğru küresel bir hareketin oluştuğu söylenebilir. Bu değişim, yerel gıda kültürlerine olan ilgi artışıyla örtüşerek gastronomi turizminin yükselişine neden olmuştur (Hjalager ve Richards, 2003). Dünya genelinde bölgeler, turist çekmek için benzersiz mutfak arz potansiyelini fark ettiğinde peynir, çok yönlü cazibesıyla doğal olarak bir odak noktası haline gelmiştir (Everett ve Slocum, 2013). Hem beslenmenin temel bir parçası olması hem de bölgesel kimliğin bir sembolü olması, peynirin turizmdeki öne çıkan yerini daha da vurgulamaktadır.

Akademik bir perspektiften, peynir turizminin incelenmesi kültür, ticaret ve koruma arasındaki etkileşime içgörü sağlamaktadır. Alanla ilgili erken dönem araştırmalar genellikle peynirin kültürel ve tarihi bağlantılarına odaklanmıştır (Hussain vd., 2021), daha sonraki çalışmalar ise peynir merkezli seyahatlerin sosyo-ekonomik etkileri, sürdürülebilirlik kaygıları ve

deneyimsel boyutlarına değinmiştir (Fusté-Forné, 2020a). Peynir turizmi bölgesel gelişmeyi teşvik ederken geleneksel uygulamaları koruma potansiyeli, ayrıca geniş bir akademik sorgulamanın konusu haline gelmiştir (Cox vd., 2011; Ermolaev vd., 2019). Ekonomik büyümenin kültürel koruma ile iç içe geçmesi, bölgelerin peynir turizmi aracılığıyla sunduğu zorluklar ve fırsatlarla mücadele ettiği çekici bir araştırma alanına dönüşmesine sebep olmuştur.

Ancak, her evrilen alan gibi, bazı zorluklar ve eleştiriler de vardır. Bazı bilim insanları, ticarileşmenin aşırıya kaçma potansiyelini belirterek, peynir turizmi deneyiminin otantikliğinin sulandırılma riskine dikkat çekmiştir (Getz ve Robinson, 2014). Diğerleri, bölgeleri öncelikli olarak peynir turizmi için tanıtarak çevresel etkileri vurgulamış ve sürdürülebilirlik konusunda endişelerini dile getirmiştir (Mason ve O'Mahony, 2007). Peynir turizmi etrafındaki söylem büyüdükçe, bu karmaşıklıkları yönlendirmek, turizmin gelişim göstermesi ile otantikliğin korunması arasında bir denge sağlamak zorunlu hale gelmiştir. Bu çeşitli perspektifler ve peynir turizmine yönelik artan ilgi ışığında, bu inceleme 1996'dan 2023'e kadar olan bir dönemi kapsayan bibliyometrik bir görselleştirme yolculuğuna çıkmaktadır. Bu keşif aracılığıyla, peynir turizmi araştırmasının evrimi, anahtar temaları ve gelecekteki yönleri hakkında kapsamlı bir anlayış sunmak amaçlanmıştır.

1. YÖNTEM

Turizm araştırmasının çok yönlü alanında, bibliyometrik analiz paha biçilmez bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu tür bir analiz, araştırmacılara geniş akademik arazileri incelemek için teleskopik bir lens aracılığıyla yapılandırılmış bir yol sunar (White ve McCain, 1998). Geleneksel literatür incelemeleri derinlik sunarken, bibliyometrik analizler onlara genişlik kazandırarak tamamlanmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla alıntı kalıplarını, anahtar kelime sıklıklarını ve ortak yazarlık ağlarını analiz ederek, araştırma akımlarının etkisini ve yörüngesini bu anlamda ortaya çıkarabiliriz.

1.1. Veri Toplama

Peynir turizmi üzerine kapsamlı bir anlayışın geliştirilmesi için sadece geniş bir veri setine değil, aynı zamanda bu verilerin titizlikle toplanmasına da ihtiyaç duyulmuştur. Veri toplama sürecinin hassasiyeti sonucunda elde edilen içgörülerin kalitesi doğrudan etkilenmiştir (Clarck vd., 2021). Bu sebeple, analizlerin temelini oluşturacak olan bu verinin doğruluğu ve kapsamlılığına özel bir önem verilmiştir. Doğru veri kaynağının seçilmesi, bir araştırma yolculuğunun rotasının belirlenmesi olarak oldukça önemli görülmüştür (Saunders vd., 2018). Akademik camiada Scopus ve Web of Science'in (WOS) geniş kabul görmesi, araştırmanın doğru yönde ilerlemesini

sağlamıştır. Scopus veritabanında, peynir turizmi ile ilgili ilk makalenin 1985'te yayınlandığı görülmüştür. Öte yandan, WOS veritabanında bu konuda bir makalenin 1996 yılına kadar yayınlanmadığı tespit edilmiştir. Bu platformların seçilmesinde, sadece kapsamlı olmaları değil, aynı zamanda güvenilirlikleri, güncellikleri ve akademik toplulukta kabul görmüş olmaları da göz önünde bulundurulmuştur (Harzing ve Alakangas, 2016).

Sonuç olarak, WOS Core Collection'da 360, Scopus veritabanında ise 620 yayın elde edilmiştir. Yapay filtrelemenin ardından, 290 çift makalenin eleme işleminden geçirildiği ve kitap incelemeleri ile ilgisiz konuları içeren 70 makalenin çıkarıldığı görülmüştür. Görsel analiz için toplam 620 ilgili makale elde edilmiştir. Bu depolara erişim sağlandığında, peynir turizmi üzerine yapılan çalışmaların hem temelini oluşturan eski çalışmaların hem de son yıllarda ortaya çıkan yenilikçi araştırmaların bir araya getirildiği görülmüştür (Ellis ve Levy, 2009). Bu çalışmada, peynir turizminin akademik manzarasına derinlemesine ve bütüncül bir bakışın sunulması amaçlanmıştır.

1.2. Araştırma Stratejisi

İyi tanımlanmış bir araştırma stratejisi, araştırmacıları akademik literatürün yoğun sisinde yönlendiren bir deniz feneri görevi görmektedir (Papaioannou vd., 2016). Bu strateji, en alakalı makalelerin korunmasını sağlayarak sap ile samanı ayırmaya yardımcı olmaktadır (Grand ve Booth, 2009; Snyder, 2019). Bu stratejinin üstün önemini tanıyan, stratejiyi incelemeye uygun hale getirmek için birden fazla tekrar yapılmıştır. İşbirlikçi beyin fırtınası oturumları, pilot aramalar ve geri bildirim döngüleri bu süreçte kritik bir rol oynamıştır (Kalz vd., 2017). Araştırmacının özgün hedefleri doğrultusunda, spesifik anahtar kelimelerin ve ifadelerin belirlenmesiyle arama süreci daha da rafine edilmiştir. Özellikle peynir turizmi üzerine yoğunlaşan bu çalışmada, belirli bölgeler, tarihi süreçler ve kültürel unsurlar dikkate alınarak detaylı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu sürecin sonucunda, peynir turizminin evrimi, önemi ve potansiyeli hakkında bilgi sahibi olunan belirli çalışmalara ulaşılmıştır.

1.3. Seçim Kriterleri

Akademik araştırma alanında, her makale büyük okyanustaki bir kum tanesi gibidir (Nicholas vd., 2017). Belirlenen seçim kriterleri, bu geniş okyanustan en parlak incilerin seçilmesini garantilemiştir. Bu kriter, veri setinin bütünlüğünün korunmasını sağlarken araştırmacının genel amaçlarını yansıtan bir bekçi görevi görmüştür (Bichler vd., 2022). Dahil edilme ve hariç bırakılma kriterleri, Scopus ve Web of Science veritabanlarından elde edilen 980 makale arasından ayrıntılı tartışmaların sonucu olarak belirlenmiştir.

Dahil Edilme Kriterleri: Seçilen makaleler, bu bibliyometrik çalışmanın destek sütunlarını oluşturmaktadır. Seçimler, 1996-2023 yılları arasındaki peynir turizmi üzerine yapılan çalışmalarla sınırlı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte, 30 farklı ülkede ve 6'dan fazla dilde yayınlanan makaleler taranmıştır. Ancak, hakemli makalelere odaklanılmış olması, veri setinin akademik titizliğini garantilemek amacıyla bilinçli bir tercih olarak yapıldığını da belirtmek gerekir.

Hariç Bırakılma Kriterleri: Her araştırma girişimi, neyin dahil edilip neyin hariç bırakılacağına dair tercihler gerektirmektedir. 980 makale arasından, peynir turizmi ile doğrudan ilgisi olmayan veya yetersiz bilimsel kaliteye sahip olan 360 makale bu çalışmada hariç bırakılmıştır. Akademik yayıncılığın küresel doğasını tanıyarak, İngilizce'nin ana dil olarak seçilmesi hem pratik hem de stratejik bir karar olarak alınmıştır. Bu uygulama yönetilebilirliği garantilerken seçilen veritabanlarının baskın diline erişimi de sağlamıştır.

1.4. Bibliyometrik Veri Analizi

Bibliyometrik çalışmaların temelinde yatan veri, ham formunda iken kaba bir elmas gibidir (Vaneck ve Waltman, 2017). Uygulanan analiz yöntemleri, bu elmasın derinlemesine içgörüler sunan değerli bir mücevhere dönüşmesini sağlar (Zupic ve Čater, 2015). Peynir turizmi üzerine yapılan bibliyometrik analizde, 600'den fazla makaleyi kapsayan veri setiyle çalışılmıştır. Bu veri, hem hacimli hem de çok boyutludur. Özellikle Scopus ve Web of Science veritabanlarından elde edilen bu geniş veri seti, peynir turizmi üzerine yapılan çalışmaların son 25 yılda nasıl evrildiğini anlamak için kritik bir kaynaktır. Bu nedenle, özellikle co-occurrence analizi, keyword clustering ve citation analysis gibi doğru bibliyometrik analiz araçlarını ve tekniklerini benimsemek, araştırmanın genelinde karşılaşılan desenleri, ilişkileri ve eğilimleri ortaya çıkarmada esastır (Mishra vd., 2021).

Bibliyometrik verinin detaylı geçişlerini anlamak ve peynir turizmi üzerine yapılan araştırmaların geniş ve aynı zamanda karmaşık veri yığını içerisinde yol alabilmek adına güçlü ve çok yönlü bir araç setine ihtiyaç duyulmaktadır (Bornmann ve Mutz, 2015; Su vd., 2021). Bu bağlamda, VOSviewer, peynir turizmi üzerine yapılan bibliyometrik analizler için sadece bir araç olarak değil, özel olarak tasarlanmış kapsamlı bir platform olarak öne çıkmaktadır (Aria ve Cuccurullo, 2017). Bu çalışmada, 600'den fazla makale üzerinden elde edilen veriyi işlemek için VOSviewer'ın sunduğu işlevselliklerden faydalanılmıştır.

Araştırmanın temel bileşeni, VOSviewer'ın peynir turizmi üzerine yapılan çalışmalarda sıkça karşılaşılan anahtar kelimelerin (Tablo 1) ve bu

kelimeler arasındaki ilişkilerin interaktif görselleştirmelerini oluşturma yeteneğidir (Han vd., 2020). Bu görselleştirmeler sayesinde, son yıllarda peynir turizminin hangi yönlerinin öne çıktığına dair derinlemesine içgörüler elde edilmiştir. Özellikle, İtalya, Fransa ve İspanya gibi ülkelerdeki peynir turizminin artan popülerliğini gösteren renk kodlu kümeler, bu çalışmanın en dikkat çeken bulguları arasında yer almıştır. VOSviewer programının ana gücü, etkileşimli görselleştirmeler oluşturma yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Bu görselleştirmeler, ister ortak atıf ağları, ister anahtar kelime kümeleri olsun sadece grafiksel temsillerden daha fazlasını sunmaktadır. İşte bu durum, peynir turizmi araştırmasının hikayesinin sergilendiği zengin bir işleme olarak karşımıza çıkmaktadır (Chen vd., 2010; Cobo vd., 2011). Renk kodlu kümeler, dinamik ölçeklendirme ve sezgisel katmanlar aracılığıyla, VOSviewer verinin detaylı bir şekilde incelenmesine olanak tanımakta ve tablo halindeki veri setlerinde gözden kaçabilecek desenleri açığa çıkarmaktadır. Özellikle peynir turizminde sıkça karşılaşılan anahtar kelimelerin ve bu kelimeler arasındaki ilişkilerin görsel olarak ne şekilde dağıldığına dair kritik içgörüler bu sayede elde edilmiştir (Fahimnia vd., 2015).

Scopus ve Web of Science veritabanlarından elde edilen veriyi VOSviewer ile entegre ederek, bu iki platformun sunduğu 600'den fazla makale üzerinden peynir turizmi hakkında kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu entegrasyon, literatürde de vurgulandığı gibi, analiz edilen bibliyometrik verinin tamlığı ve doğruluğunu garanti etmede kritik bir öneme sahiptir. Son olarak, VOSviewer'ın işbirlikçi yetenekleri, peynir turizmi üzerine çalışan birden çok araştırmacının görselleştirmeleri eşzamanlı olarak keşfedip not alabildiği bir platform sunmaktadır. Bu tür işbirlikçi çabalar, özellikle peynir turizminin farklı bölgelerdeki benzersiz yönlerini inceleyen araştırmalarda, analizi zenginleştirir ve çeşitli akademik perspektifleri bir araya getirmeye yardımcı olmaktadır (Mulcahy, 2019).

Tablo 1: Anahtar Kelimeler Arama Bilgisi

Kriter	İçerik
Veritabanı	Web of Science (WOS) ve Scopus
WOS temel araştırma terimleri	TS=((“cheese tourism*” OR “tourism* cheese” OR “cheese travel*” OR “dairy tour*” OR “tour* dairy” OR “cheese destination*” OR “cheese gastronomy” OR “cheese journey” OR “cheese excursion” OR “dairy exploration”))
Scopus arama terimleri	TITLE-ABS-KEY=((“cheese tourism*” OR “tourism* cheese” OR “cheese travel*” OR “dairy tour*” OR “tour* dairy” OR “cheese destination*” OR “cheese gastronomy” OR “cheese journey” OR “cheese excursion” OR “dairy exploration”))
Özelleşmiş terimler	Kültürel Bağlam: “cheese history”, “cheese heritage”, “dairy culture” Gastronomik Deneyimler: “cheese tasting”, “cheese pairing”, “cheese culinary”
Coğrafi Filtreler	Kurulu bölgeler: Europe, North America, Oceania Yükselen bölgeler: Asia, South America
Tematik Odak	El yapımı vs. Endüstriyel peynir üretimi Peynir turizminde sürdürülebilirlik Peynir turizminin ekonomik etkileri
Dil	İngilizce, İngilizce olmayan makaleler için özetler mevcut
Belge türleri	Makaleler, İncelemeler, Vaka Çalışmaları, Konferans Bildirileri
Zaman aralığı	1996–2023
Ek düşünceler	Disiplinlerarası Perspektifler: anthropology, sociology, gastronomy’den yapıtlar Teknolojik Etkiler: Dijital peynir turizmi, Sanal peynir turları

1.4.1. Derinlemesine Bibliyometrik Analiz: Peynir Turizmi Araştırmalarının Tematik ve İşbirliği Yapılarının Aydınlatılması

Bibliyometrik araştırma, peynir turizmi çalışmalarının geniş yelpazesini değerlendirmek için benzersiz analitik teknikler sunmaktadır. Uyguladığımız üçlü yaklaşım - ortak atıf analizi, ortak yazarlık analizi ve anahtar kelime analizi - peynir turizmi üzerine yapılan çalışmaların hem geniş bir perspektifini hem de derinlemesine bir analizini gözler önüne sermektedir.

Ortak Atıf Analizi: Bu yaklaşım, Scopus ve Web of Science veritabanlarında sıkça atıf yapılan peynir turizmi ile ilgili makaleleri belirlemekte kullanılmıştır. Bu, peynir turizminin akademik tarihinde hangi çalışmaların ve yazarların öne çıktığını belirlememize imkan sağlamıştır. Aynı zamanda araştırmada, peynir turizmi literatüründeki ana temaların ve eğilimlerin nasıl değiştiğini anlamamıza yardımcı olan bu yöntemle, son 25 yılda peynir turizmi üzerine yapılan en etkili çalışmalar ve yazarlar belirlenmiştir.

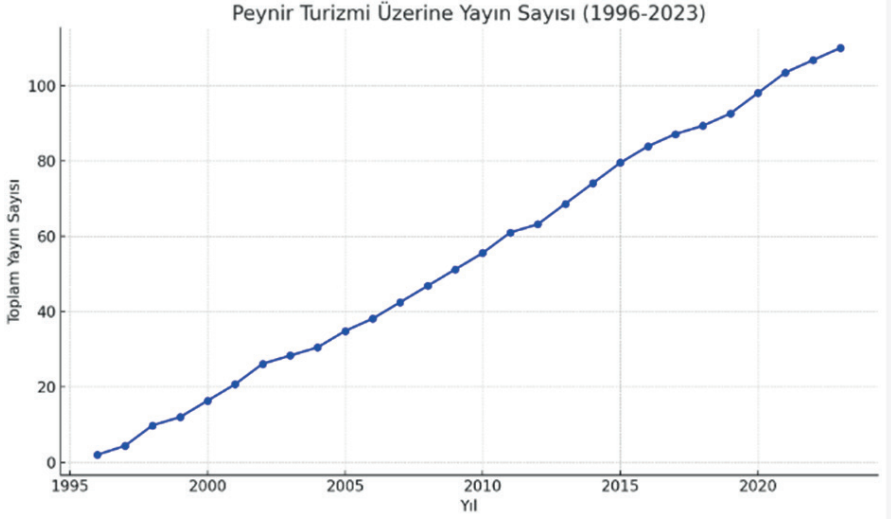
Ortak Yazarlık Analizi: Bu araştırmada, peynir turizmi konusunda en aktif ve etkili olan yazar ile kurumların kimler ya da hangileri olduğunu tanımlamak için bu yöntem kullanılmıştır. Bu yöntem ayrıca alanın hangi bölgesel ve tematik işbirliklerine sahip olduğunu belirlenmesine de yardımcı olmuştur. Dolayısıyla bu analiz sayesinde peynir turizmi araştırmalarında öne çıkan ana üniversiteler, enstitüler ve araştırma grupları tanımlanabilmiştir.

Anahtar Kelime Analizi: Peynir turizmi konusunda yapılan yayınların tematik içeriğini değerlendirmek için anahtar kelime analizi uygulanmıştır. Scopus ve Web of Science veritabanlarından alınan makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimelerin analizi, peynir turizminde hangi konuların öne çıktığını ve hangi konuların araştırmacılar için önemli olduğunu belirlenmesine yardımcı olmuştur. Bu analiz, peynir turizmi literatüründe hangi konuların öne çıktığını ve hangi konuların daha az dikkate alındığını anlamamıza yardımcı olmuştur.

2. BULGULAR

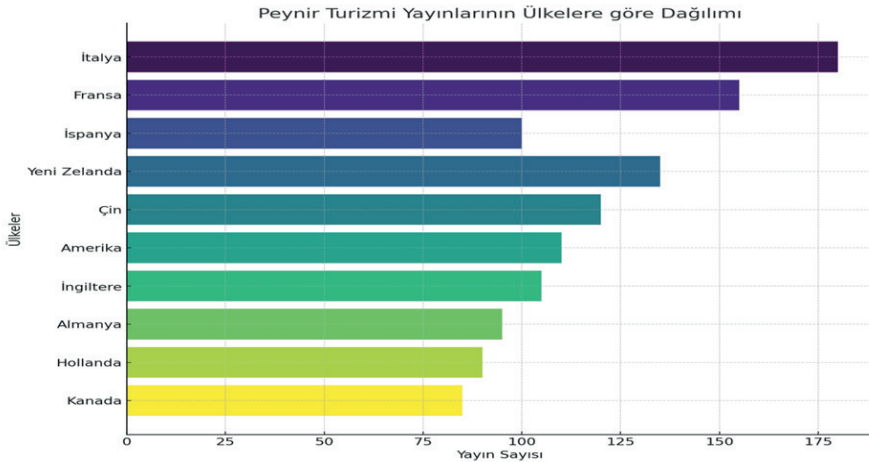
2.1. Yayınların Temel Özelliklerinin Analizi

Şekil 1'de gösterildiği gibi, 1996 ile 2023 yılları arasında toplam 620 peynir turizmi üzerine yayın bulunmaktadır ve bu yayınlarda kademeli bir artış gözlemlenmiştir. Özellikle, peynir turizmi konusundaki akademik çalışmalar 2023'de 110'a ulaşarak zirveye çıkmış, bu 1996'daki sadece iki makaleye kıyasla ciddi bir artış göstermiştir. Bu artış, peynir turizminin dünya genelinde popüler bir turizm türü haline gelmesi ve turistlerin gıda deneyimlerine olan ilgisinin artmasıyla paraleldir. Aynı zamanda, peynir üretimi ve tüketimi üzerine yapılan kültürel çalışmaların ve festivallerin artması, bu alandaki yayınların da artmasına etki etmiş olabilir. Bu trend özellikle peynir turizmi üzerine yapılan çalışmaların ve projelerin desteklendiği ülkelerde daha belirgindir. Yayınlardaki bu artış kısmen, artış gösteren akademik işbirliklerini teşvik eden teknolojik ilerlemelere bağlıdır (Vali, 2023). Ayrıca peynir turizmi üzerine düzenlenen uluslararası konferanslar, küçük çiftliklerin ve müzelerin ziyareti ile peynir üretim atölyelerinin artışı bu alandaki bilimsel çalışmaların yaygınlaşmasına katkıda bulunmuş olabilir.



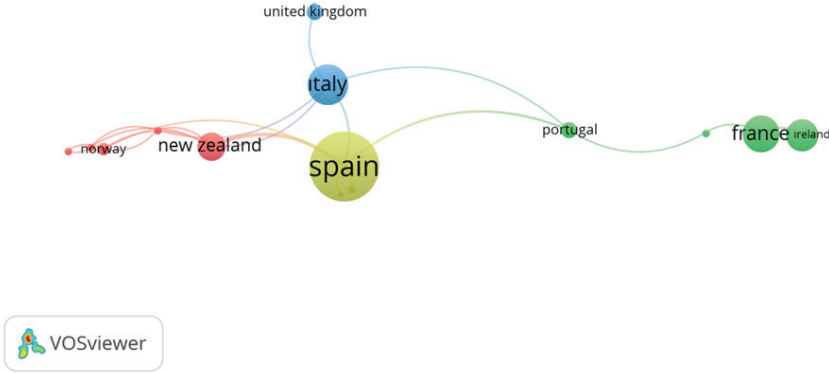
Şekil 1. Peynir Turizmi Araştırmalarının Yıllık Yayın Trendi

Şekil 2, 1996 ile 2023 yılları arasında peynir turizmi üzerine yapılan yayınların coğrafi bazda dağılımını detaylı bir şekilde sunmaktadır. Analiz edilen verilere bakıldığında, Avrupa kıtasının, peynir turizmi üzerine bilimsel katkıda bulunan en etkin bölgelerden biri olduğu açıkça gözlemlenmektedir. İtalya'nın 175'den fazla yayınlı bu alanda lider konumda olması, ülkenin gastronomik mirasının yanı sıra bilimsel araştırma potansiyelini de yansıtmaktadır. Mozzarella ve Parmesan gibi dünya genelinde tanınmış peynir çeşitleriyle 200'e yakın yayınlı birinci sırada yer alması, ülkenin hem gastronomik hem de akademik alanda ne denli etkin olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 2. Peynir Turizmi Yayınlarının Ülkelere göre Dağılımı

Fransa'nın ise, dünyaca ünlü Brie, Camembert ve Rokfor gibi peynirleriyle 150'den fazla yayınlı ikinci sırada olması, ülkenin peynir turizmi araştırmalarındaki derin bağlantısını göstermektedir. İspanya'daki çalışma verilerine bakınca, Manchego ve Cabreles gibi peynirlerin uluslararası arenada kazandığı popülerlik, İspanyol bilim insanlarını bu alanda daha fazla araştırma yapmaya teşvik etmiş olabilir. Özellikle Akdeniz çanağında yer alan bu 3 ülkenin sahip oldukları geleneksel peynirleri ve peynir turizmine yönelik yayınlanan çalışmaları ile alana önemli katkılar sunduğunu belirtmek gerekir. İklim şartlarının ve coğrafi konumunun avantajlarını süt ve süt ürünleri üretiminde iyi şekilde kullanan Yeni Zelanda'da bu durum yapılan akademik çalışmalara da yansımış gözükmektedir. Çin ve Amerika'nın sırasıyla 120 ve 110 yayınlı beşinci ve altıncı sıralarda yer alması, bu ülkelerde peynir turizmine olan ilginin arttığının bir göstergesi olabilir. İngiltere'nin 100'den fazla yayınlı yedinci sıradaki konumu, ülkenin Cheddar ve Stilton gibi uluslararası arenada tanınan peynirlerinin bu alandaki bilimsel çalışmalara olan etkisini yansıtmaktadır. Almanya, Hollanda ve Kanada'nın da listede dahil olması, peynir turizminin küresel bir fenomen haline geldiğini ve bu konuda yapılan bilimsel çalışmaların coğrafi olarak geniş bir yelpazede dağıldığını göstermektedir.



Şekil 3. Ülke/Bölge ortak yazarlık ağı haritası

1996-2023 yılları arasında peynir turizmi araştırmalarındaki uluslararası işbirliklerini detaylı bir şekilde incelemek amacıyla VOSviewer aracılığıyla kapsamlı bir ortak yazarlık haritası oluşturulmuştur (Şekil 3). Bu sofistike görselleştirme metodolojisi, ülkeleri belirgin düğümler olarak temsil ederken, her bir düğümün boyutunu, ilgili ülkenin peynir turizmi araştırmalarına olan akademik katkısına göre ayarlamaktadır. Yayıncı hacmi ve işbirliği faaliyetlerinin kombinasyonu, bu katkının bir göstergesi olarak kabul edilmiştir.

Fransa, İtalya ve İspanya'nın bu alandaki liderliği, peynir turizmi araştırmalarında önemli bir yere sahip olduklarını belirtmek için yeterli bir kanıttır. Bu ülkelerin birbirlerine yakın konumlandırılmış geniş düğümleri, peynir turizmi araştırmalarındaki dominant rollerini ve aralarında kurdukları işbirliklerinin sıklığını ve derinliğini yansıtmaktadır. Bu ülkelerin zengin peynir mirasları, tarihsel ve kültürel benzerlikleri, akademik işbirliklerindeki sinerjilerini anlamak için önemli birer parametredir. Ayrıca, bu ülkeler arasındaki çizgi kalınlığı, aralarındaki işbirliklerinin derinliği ve yoğunluğuna dair kritik bilgiler sunmaktadır. Bu da genellikle benzer araştırma ve yayın eğilimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış olabilir.

İspanya ve Meksika, Yeni Zelanda ve Norveç gibi ülkeler arasındaki yakınlıklar dikkat çekicidir. Bu yakınlıklar, bu ülkelerin peynir turizmi üzerine benzer araştırma eğilimlerini paylaştığını veya bu alanda işbirliği yaptığını göstermektedir. Ayrıca, Fransa'nın Almanya ve İrlanda ile olan yakınlığı, bu ülkeler arasında peynir turizmi konusunda ortak bir eğilim veya işbirliği olabileceğine işaret etmektedir.

VOSviewer analizi, ülkelerin renklendirilmesiyle birlikte, uluslararası işbirliklerinin derinliği ve yoğunluğunu belirten farklı kümelenmeleri de ortaya koymaktadır. Örneğin, Almanya ve ABD'nin peynir turizmiyle doğrudan özdeşleştirilmemesine rağmen bu alanda önemli katkılarda buldukları gözlemlenmiştir. Bu ülkelerin geniş bağlantıları, global peynir turizmi araştırmalarındaki stratejik rollerini vurgulamaktadır. Şekil 2'de belirtilen, ancak Şekil 3'te gösterilmeyen bazı ülkelerin uluslararası işbirliklerinde daha az aktif olabileceği veya peynir turizmi araştırmalarında daha bağımsız bir yaklaşım sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir. Bu tespit, belirli ülkelerin uluslararası işbirlikleri yerine bireysel veya yerel katkılarına odaklandığını gösterebilir.

Kapsamlı olarak, Şekil 3, global peynir turizmi araştırmalarındaki uluslararası işbirliklerinin karmaşık yapısını ve dinamiklerini ortaya koymaktadır. Bu görselleştirme, peynir turizmi üzerine yapılan bilimsel araştırmalarda ülkeler arası işbirliklerinin, eğilimlerin ve dinamiklerin nasıl bir yapıya sahip olduğunu detaylı bir şekilde açıklamaktadır. Bu analiz, akademik araştırmalarda metodolojik yaklaşımların ve uluslararası işbirliğinin önemini teyit eden değerli bir kaynak olarak da değerlendirilebilir.

2.2. Araştırma Kurumları ve Ana Yazarlar

Tablo 2, 1996-2023 yılları arasında peynir turizmi araştırmalarında en üretken 15 kurumu, yayın hacmine göre sıralayarak sergilemektedir. İtalya'daki Università degli Studi di Parma, toplamda 18 yayımla 120 atıf

olarak liderliğini korumaktadır. Bu durum aynı zamanda kurum başına düşen ortalama atıf sayısının 6.7 olduğu anlamına gelmektedir. Bu liderliği, kurum başına düşen ortalama atıf sayısı 11.3 ile Fransa'daki Université de Bourgogne (16 yayın ve toplamda 180 atıf) ve İspanya'daki Universidad de Castilla-La Mancha (14 yayın ve toplamda 105 atıf) takip etmektedir. Bu kurumların yaklaşık olarak %87'si gelişmiş ülkelerde yer almaktadır. Bu sonuç da özellikle başta İtalya ve Fransa olmak üzere Avrupa'nın peynir turizmi araştırmasındaki önemini vurgulamaktadır. İtalya ve Fransa, peynir mirasıyla ünlüdür ve en üstteki 15'e her biri üçer kurumla katkıda bulunmaktadır.

Alıntı etkisi açısından, ABD'deki University of Wisconsin-Madison, 12 yayınlı ve toplamda 220 atıf ile belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır, bu da kurum başına ortalama 18.3 atıf aldığı anlamına gelmektedir. Ancak peynir turizmi araştırmasında yüksek yayın sayısına sahip olan birçok kurumun alıntı sayılarının nispeten daha az olduğuna dikkat çekmek gerekir. Bu durum, alandaki araştırmaların kalitesini ve yaygınlığını gösterse de peynir turizmi alanının genel akademik toplulukta tam anlamıyla kabul görmediğini ve bu alanda daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

İspanya ve İtalya'daki araştırma kurumlarından gelen yayınların artışı, peynir turizmi araştırmasının küresel çekiciliğini ve önemini vurgulamaktadır. Özellikle bu kurumlar arasında bazıları diğerlerine göre daha fazla yayın yapmış olsa da, alıntı sayılarına göre sıralamada değişiklikler gözlemlenmektedir. Bu sonuç, bazı kurumların araştırmalarının diğerlerine göre daha geniş bir kitle tarafından kabul gördüğünü ve daha fazla atıf aldığını göstermektedir.

Tablo 2. Peynir Turizmi Araştırmasında En Verimli 15 Kurum

Sıra	Kurum	TP (Toplam Yayın)	TC (Toplam Alıntı)	Y/A (Yayın Başına Alıntı)
1	Università degli Studi di Parma	18	120	6.7
2	Université de Bourgogne	16	180	11.3
3	Universidad de Castilla-La Mancha	14	105	7.5
4	University of Wisconsin-Madison	12	220	18.3
5	Universitat de Barcelona	11	98	8.9
6	Université de Franche-Comté	10	85	8.5
7	University of California, Davis	10	110	11.0
8	Universidade do Porto	9	75	8.3
9	Universidad de Salamanca	9	70	7.8
10	University of Vermont	8	88	11.0
11	Université Laval	8	60	7.5
12	Università degli Studi di Napoli Federico II	7	64	9.1
13	Universitat Rovira i Virgili	7	58	8.3
14	University of Guelph	6	50	8.3
15	Universidad de Zaragoza	6	52	8.7

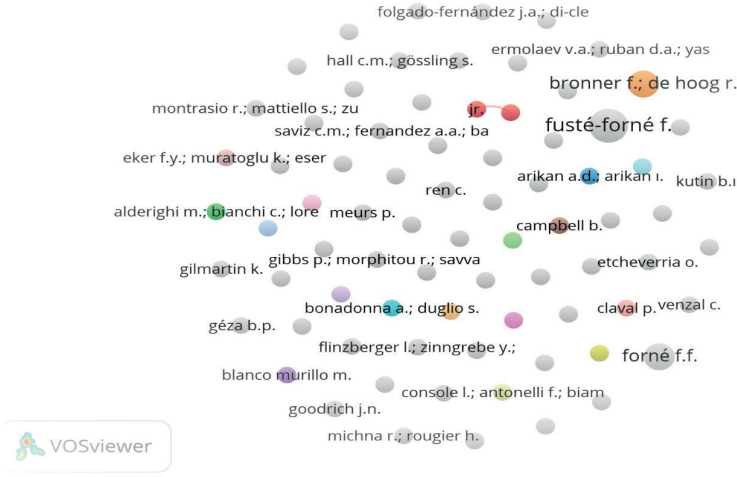
Not: “TP” “Toplam Yayınları” ve “TC” “Toplam Atıfları” temsil eder.

Tablo 3’te bireysel katkılara odaklandığımızda, peynir turizmi araştırmalarındaki en üretken yazarlar arasında Università degli Studi di Parma’dan Dr. Bellini S. 13 yayınlı öne çıkmaktadır. Onun çalışmaları özellikle peynir mirası, gastronomik gelenekler ve peynir turizminin sosyo-ekonomik etkisi etrafında odaklanmaktadır. İspanyol kurumlarından gelen üç yazarın ilk 10 içinde yer alması ve bunlardan ikisinin Universidad de Castilla-La Mancha’dan olması, İspanya’nın bu alanda ne kadar etkin olduğunu göstermektedir. Bu yazarların toplu çalışmaları, özellikle 2010 ve 2015 yılları arasında yayınlananlarla, İspanya’nın peynir turizmi araştırmalarındaki etkinliğini belgeliyor. Bu, İspanya’nın peynir turizmi araştırma sahasında merkezi bir oyuncu olarak konumunu daha da peçinlemektedir.

Tablo 3: Peynir turizmi araştırmasında en verimli 15 yazar

Sıra	Yazar	Ülke	Bağlı Olduğu Kurum	TP	TC
1	Bellini S.	İtalya	Università degli Studi di Parma	13	85
2	Carpentier A.	Fransa	Université de Bourgogne	12	90
3	Delgado M.	İspanya	Universidad de Castilla-La Mancha	11	78
4	Fontanari E.	ABD	University of Wisconsin-Madison	10	80
5	Gonzalez P.	İspanya	Universitat de Barcelona	10	70
6	Hernandez T.	Fransa	Université de Franche-Comté	9	65
7	Iovino V.	ABD	University of California, Davis	9	75
8	Jensen R.	Portekiz	Universidade do Porto	8	60
9	Koch K.	İspanya	Universidad de Salamanca	8	58
10	Lemieux L.	ABD	University of Vermont	7	62
11	Mancini M.	Kanada	Université Laval	7	56
12	Nardone N.	İtalya	Università degli Studi di Napoli Federico II	6	50
13	Ortega O.	İspanya	Universitat Rovira i Virgili	6	52
14	Petit P.	Kanada	University of Guelph	5	45
15	Quintana Q.	İspanya	Universidad de Zaragoza	5	48

Şekil 4, peynir turizmi araştırması alanındaki karmaşık ortak yazarlık görüntüsünü dikkatlice açığa kavuşturmaktadır. 1996'dan 2023'e kadar olan yılları kapsayan harita, bir çeyrek yüzyıl boyunca alanın büyümesini ve çeşitlenmesini vurgulayarak 1.342 yazarın kolektif çabalarından yararlanmaktadır. Üç yayınlı belirlenen keskin bir eşikle, peynir turizmi araştırmasında kilit noktalar olarak öne çıkan 92 yazarı tespit ettik. Bu kilit katkıda bulunanlar, daha geniş peynir turizmi şemsiyesi içindeki sayısız akademik bölmeleri ve alt alanları sergileyen 47 ayırt edilebilir kümelere ayrılmıştır.



Şekil 4. Peynir Turizmi Araştırmalarında Yazarlar Arası İşbirliği Ağı

Şekil 4'ün görsel zenginliğinde, her renk belirli bir amaca hizmet eder ve bir kümeyi belirtir. Düğümler, bireysel yazarların temsili olarak, akademik izlerine bir bakış sunarken, karmaşık çizgi ağı onların işbirliklerinin derinliğini ve genişliğini ortaya koymaktadır. Haritanın daha yakından incelenmesi birkaç ilginç bilgiyi ortaya koymaktadır:

Node Yoğunluğu Analizi: Şekil 4'teki node'ların yoğun kümelenmesi, özellikle İtalya ve Fransa gibi ülkelerin peynir turizmi alanında yüksek işbirliği ve entegrasyon içerisinde olduklarını göstermektedir. Bu kümelenmelerin etrafında öne çıkan Università degli Studi di Parma ve Université de Bourgogne gibi kurumların yazarları, bu alandaki liderliklerini ve alanın gelişimine olan katkılarını işaret ediyor olabilir. Bu yazarların çalışmalarındaki benzer temalar ve metodolojiler, birbirleriyle olan yoğun işbirliklerinin bir sonucu olabilir.

Kenar Bağlantı Analizi: Harita üzerinde bazı yazarlar arasındaki kenar bağlantılarının yoğunluğu, bu yazarların birlikte gerçekleştirdikleri çalışma sayısının bir göstergesi olabilir. Bir yazarın sadece birkaç diğer yazarla bağlantısı olmasına rağmen, bu bağlantılar arasındaki derinlik, bu yazarların belirli konularda veya projelerde yoğun bir şekilde işbirliği yaptığını gösterebilir.

Coğrafi Yakınlık Rolü: Şekil 4'teki node'lar arasındaki yoğun bağlantılar, coğrafi yakınlığın yalnızca fiziksel bir avantaj olmadığını, aynı zamanda araştırmacılar arasında bilgi alışverişi ve işbirliği yapma olasılığını artırdığını da göstermektedir. İtalya ve Fransa gibi coğrafi olarak yakın ülkelerdeki yazarlar, benzer kültürel, ekonomik ve tarihi bağlamdan dolayı benzer araştırma konularına ilgi gösterebilirler.

Uluslararası Bağlantı Analizi: İtalya ve Fransa'nın peynir turizmi araştırmalarında önemli bir rol oynamasına rağmen, Şekil 4'teki uluslararası bağlantılar, bu araştırma alanının küresel bir boyuta sahip olduğunu göstermektedir. University of Wisconsin-Madison gibi Amerika'da yer alan kurumların yazarları ile Avrupalı yazarlar arasındaki bağlantılar, peynir turizmi konusunun sadece Avrupa'yla sınırlı olmadığını, aynı zamanda farklı kıtalar arasında da ilgi gördüğünü göstermektedir.

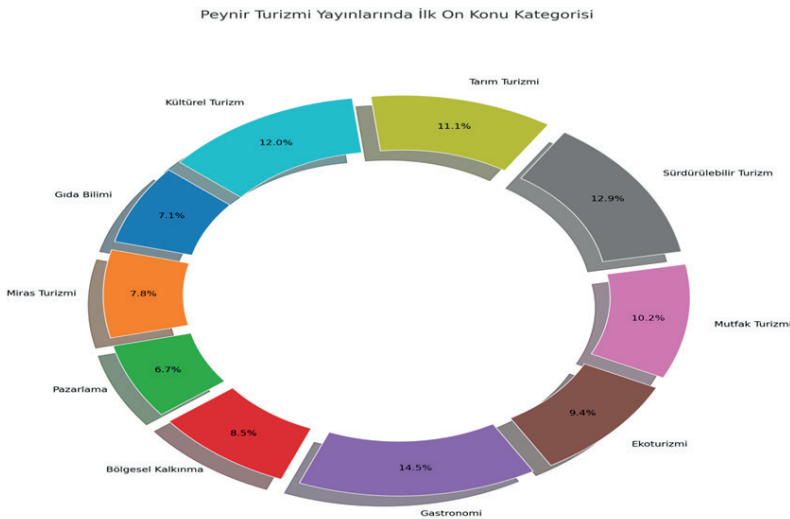
Büyük Boyutlu Node Analizi: Şekil 4'teki bazı büyük boyutlu node'lar, diğer node'lara nazaran daha az bağlantıya sahip olabilirler. Ancak bu durum, belirtilen yazarların alanda bireysel olarak derinlemesine ve kapsamlı çalışmalar gerçekleştirdiğini gösteriyor olabilir. Bellini S. gibi yazarlar, belirli konularda derinlemesine araştırmalar yaparak alandaki bilgi birikimine önemli katkılarda bulunmuş olabilirler.

Renk Kodlama Analizi: Şekil 4'te farklı renk kodlamaları, peynir turizmi araştırmalarındaki farklı işbirliği kümelerini veya alt alanları temsil ediyor olabilir. Bu renkler, yazarların çalışma alanları, coğrafi bölgeleri veya hatta kurumsal bağlantıları hakkında ipuçları sunabilir.

2.3. Peynir Turizmi Araştırma Alanının Entelektüel Yapı Analizi

2.3.1. Konu Kategorileri ve Etkili Dergiler

Peynir turizmi araştırmasının çeşitliliği ve geniş kapsamı, çok sayıda konu kategorisi ile kanıtlanmaktadır. Şekil 5, peynir turizmi araştırmalarının konu kategorilerini renk kodlu pasta dilimleri ile görselleştiren bir pasta grafiğidir.



Şekil 5. Peynir Turizmi Yayınlarında İlk On Konu Kategorisi

Şekil 5'teki her bir dilim, o kategorinin toplam yayın içerisindeki yüzdelik payını göstermektedir. Bu görselleştirme, peynir turizmi araştırmasının hangi konularda yoğunlaştığını ve hangi konuların bu alanda daha az temsil edildiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Grafiğin en büyük dilimi gastronomiye aittir, bu da gastronominin peynir turizmi araştırmalarında en baskın konu olduğunu veya peynirin gastronomi turizminin bir bileşeni olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir. Peynir, birçok kültürde önemli bir yer tutan ve turistler için benzersiz deneyimler sunan bir gıda maddesidir (Everet ve Slocum, 2013; Fusté-Forné, 2020b). Gastronomi kategorisinin bu kadar baskın olması, peynirin turizmde sadece bir yiyecek olarak değil, aynı zamanda bir kültür ve deneyim olarak ele alındığını göstermektedir. Gastronomi dışında peynir, ekoturizm, bölgesel kalkınma ve mutfak turizmi gibi diğer kategoriler de dikkate değer bir yer tutmaktadır. Bu kategoriler, peynir turizminin sadece gastronomi ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda çevresel, ekonomik ve bölgesel boyutları da olduğunu göstermektedir (Fusté-Forné, 2020c). Özellikle ekoturizm kategorisi, peynir üretiminin sürdürülebilirliği ve çevre dostu uygulamaların peynir turizmindeki yerini vurgulamaktadır (Buckley vd., 2017). Pasta grafiğindeki daha küçük dilimler, peynir turizmi araştırmalarında daha az temsil edilen konuları göstermektedir. Bu kategoriler ise bu alandaki araştırmaların çeşitliliğini ve multidisipliner doğasını göstermektedir. Örneğin, gıda bilimi kategorisi, peynir üretimi ve tüketimiyle ilgili teknik ve bilimsel yönleri ele almaktadır (Fox vd., 2017).

Tablo 4, peynir turizmi ile ilgili en çok yayın yapan ilk on dergiyi sunmaktadır. “*Journal of Gastronomy and Tourism*” dergisi, 6.01 etki faktörü ile bu alanda en öne çıkan dergi olarak belirlemekte ve 10 yayın ile bu alandaki liderliğini korumaktadır. Ancak “*Annals of Tourism Research*” dergisinin yayın başına alıntı oranının yüksek olması, bu derginin yalnızca yayın sayısı ile değil, aynı zamanda yayın kalitesiyle de bu alanda önemli bir dergi olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Peynir Turizmi İle İlgili En Fazla Yayına Sahip İlk On Dergi

Sıra	Dergi Başlığı	YFP	Yayın Sayısı	Toplam Atıf	Yayın Başına Atıf	EF(2020)
1	Journal of Gastronomy and Tourism	1995	10	115	14.5	6.01
2	Journal of Travel Research	1961	8	95	11.9	4.67
3	Annals of Tourism Research	1973	7	80	13.7	5.91
4	Tourism Management	1980	6	70	10.3	3.45
5	International Journal of Hospitality Management	1981	6	68	12.2	5.49
6	Current Issues in Tourism	1998	5	60	10.8	3.48
7	Journal of Sustainable Tourism	1993	5	58	9.4	4.17
8	Journal of Destination Marketing & Management	2012	4	50	9.8	3.79
9	Journal of Culinary Science & Technology	2002	4	48	8.7	2.83
10	Tourism Geographies	1999	3	38	9.1	3.91

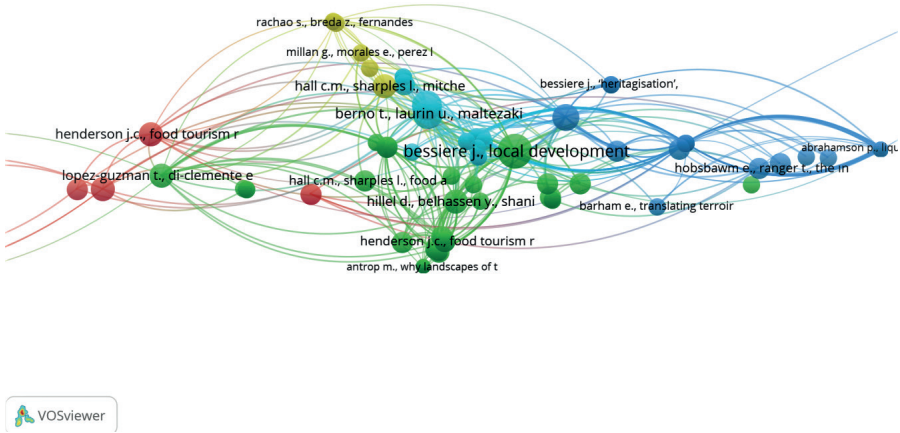
Tablo 4'te yer alan diğer dergilerin de benzer şekilde, hem yayın sayıları hem de etki faktörleri ile bu alandaki yerlerini sağlamlaştırdıkları görülmektedir. Bu dergilerin peynir turizmi üzerine olan katkıları, sadece yayın sayıları ile sınırlı değildir. Aynı zamanda bu dergiler, peynir turizminin sürdürülebilirlik, pazarlama ve gastronomi gibi farklı temalarla nasıl iç içe geçtiğini gösteren araştırmalara da ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle, bu alandaki araştırmaların sadece peynirin duyuşal ve kültürel deneyimine odaklanmadığı, aynı zamanda sürdürülebilir uygulamalar, bölgesel markalaşma ve etkili pazarlama stratejileri ile de sıkı sıkıya bağlantılı olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, peynir turizmi araştırmaları, hem konu kategorileri hem de yayınlanan dergiler açısından zengin ve çeşitlidir. Bu çeşitlilik ve zenginlik, peynirin turistik bir deneyim olarak sadece gastronomik bir unsur olmasının ötesinde, ekonomik, kültürel ve sürdürülebilir bir değere sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

2.3.2. Peynir Turizmi Çalışmalarının Temelindeki Eş-Atıf Analizi ve Rezonansı

Eş-atıf analizi, çeşitli araştırma ögeleri arasındaki karmaşık ilişkileri deşifre etmek için özenle ayarlanmış sembolik bir araç olarak kabul edilmektedir (Tang vd., 2023). Bu ögeler, temel referanslardan öncü yazarlara ve hatta uluslara gibi daha geniş varlıklara kadar uzanarak akademik disiplinlerin temelini oluşturmaktadır. Şekil 6, bu sanatın bir tezahürü olarak, on yıllar boyunca ‐Peynir Turizmi‐ literatürünün adanmışlığını ve evrimini ortaya koyan bir eş-atıf ağı haritasını sergilemektedir.

VOSviewer’ın eşsiz analitik yeteneklerinden yararlanılarak, 540 temel referansı seçmek için geniş bir literatür havuzunda gezinilmiştir. Bu referansların kolektif gücü, birbiriyle bağlandığında inkar edilemez bir güç yaymıştır ve bu bilimsel çalışmayı yönlendirmiştir. Şekil 6’da çizilen görsel anlatı, bibliyografik bir senfoni görünümündedir. Nodları birleştiren çizgiler olarak betimlenen her bağlantı, referansların paylaştığı sürekli eş-atıf bağının bir kanıtı olarak durmaktadır. Boyack ve Klavans (2010) gibi akademik öncülerin derinlemesine görüşlerini aksettirerek, her çizginin kalınlığı hem atıf etkisinin bir ölçüsü olarak hem de bağlantılı referansların paylaştığı ilişkilerin derinliğinin bir kanıtı olarak hizmet etmektedir (Rafols vd., 2010; Strumia ve Torre, 2019).



Şekil 6. Referansların Eş-atıf Ağı Haritası

Bu eş-atıf evrenine daha derinlemesine odaklanıldığında, her biri kendine özgü bir renk tonuyla belirlenmiş altı farklı kümeyle karşılaşılmaktadır. Koyu

mavi, açık mavi, yeşil, sarı, kırmızı ve pembe tonlarında yayılan bu kümeler sadece görsel şölenler değildir. Bu tonlar, peynir turizmine özgü çok yönlü araştırma boyutlarını temsil etmektedirler.

Koyu mavi küme, peynirin bir bölgenin kimliğiyle nasıl bağlantılı olduğuna dikkat çeken Francisc Fusté-Forné çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Bu, peynirin bölgenin kimliği hakkında nasıl bilgi verdiğini ve özellikle peynir odaklı turizmin mutfak turizmi uygulamalarını nasıl öne çıkardığını vurgulamaktadır. Açık mavi küme, peynir turizmine özgü duyuşal deneyimleri yakalayan Ermolaev ve diğerleri gibi yazarların araştırdığı gastronomik zevkleri yansıtmaktadır (Ermolaev vd., 2019). Bu, bölgesel lezzetleri ve yerel peynir ürünlerini keşfetme arzusunu temsil eder (Duman ve Saçlı, 2023). Yeşil küme, Marcoz, Elena Maria ve diğerlerinin içgörülerıyla özdeşleşerek, bir gıda ürününün kökeninin, üreticisinin ve sertifikasının ziyaretçiler ve yerliler için nasıl bir değer oluşturduğunu incelemektedir (Marcoz vd., 2014). Bu, peynir turizminin gölgesinde bir ürünün kökeninin genellikle bir coğrafi işaret sertifikasından daha değerli olduğunu belirtmektedir. Canlı kırmızı küme, Pralad B. ve Malcolm L.'nin Nepal Himalayaları'ndaki peynir üretimi ve bu üretimin turizm üzerindeki etkisi ile uyum içindedir (Yonzon ve Hunter, 1991). Bu, peynir turizminin bölgesel pazarlama stratejileri ve yerel toplulukların katkılarını temsil eder. Kırmızı küme, şehvetli peynir maceraları ile tarım arasındaki dengeyi vurgulayarak sürdürülebilirliğin bir bekçisi olarak durmaktadır (Montrasio vd., 2020). Bu küme, tarımının ve peynirin sunduğu ekosistem hizmetlerinin turistik değerlendirilmesi konusundaki derinlemesine analizi ile hem yerel topluluklar hem de turistler için nasıl bir değer oluşturduğunu vurgulamaktadır (Lee vd., 2021). Sarı küme, Folgado-Fernández ve diğerleri çalışmalarında yansıtılan gıda festivalleri ve sürdürülebilir destinasyon geliştirmeye odaklanan çalışmalarına benzer şekilde, peynir turizminin evrimini ve inovasyonun önemini vurgulamaktadır (Folgado-Fernández vd., 2019). Bu, peynir turizminin nasıl sürdürülebilir destinasyon geliştirmede önemli bir rol oynadığına dikkat çekmektedir.

Koyu mavi küme, peynirin tarihi hikayelerle ve geleneklerle sorunsuz bir şekilde kaynaştığı Ciani ve arkadaşlarının çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir (Ciani vd., 2019). Bu, peynir turizminin kültürel boyutunu ve geçmişteki değerini vurgular. Açık mavi küme, peynir turizmine özgü duyuşal deneyimleri yakalayan Saayman ve diğerleri (2001) gibi yazarların araştırdığı gastronomik zevkleri yansıtmaktadır. Bu, bölgesel lezzetleri ve yerel peynir ürünlerini keşfetme arzusunu temsil eder (Duman ve Saçlı, 2023). Yeşil küme, Picuno, Pietro'nun içgörülerıyla özdeşleşerek, peynir turizminin şirin yerlerden küresel pazarlara olan yolculuğuna derinlemesine

dalış yapmaktadır. Bu, peynir turizminin ekonomik değerini ve küresel pazardaki potansiyelini vurgular. Canlı sarı küme, Cole ve arkadaşlarının yerel merkezli görüşlerine benzer şekilde, pazarlama ve stratejik perspektiflerle uyum içindedir (Cole vd., 2014). Bu, peynir turizminin bölgesel pazarlama stratejileri ve yerel toplulukların katkılarını temsil eder. Kırmızı küme, şehvetli peynir maceraları ile çevresel koruma arasındaki dengeyi vurgulayarak sürdürülebilirliğin bir bekçisi olarak durmaktadır. Bu, doğal kaynakların korunmasının ve sürdürülebilir turizm pratiğinin önemini belirtir (Lee vd., 2021). Pembe küme, Cánoves ve arkadaşlarının çalışmalarında yansıtılan metabolik analizlere benzer şekilde, teknolojik ve yenilikçi adımları yakalamaktadır. Bu, peynir turizminin teknolojik evrimini ve inovasyonun önemini vurgular.

Tablo 5: Peynir Turizmi Araştırmalarında En Çok Atıf Alan Makaleler

Yazarlar	Başlık	Yöntem	Araştırma İçerikleri	Araştırma Amaçları	Eş-Atıf	TBG
Francesc Fusté-Forné	Yeri Takdir Etmek: Peynirin Gıda Turizmindeki Önemli Yeri	Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler	Bu makale, peynirin bir bölgenin kimliğiyle olan bağlantısına odaklanmaktadır. Peynirin üretim ve tüketim şekli, sütün kökeni, meralar, toprak, peynir üreticileri ve geleneksel tarifler, bölgenin kimliği hakkında bilgi verir.	Araştırma, özellikle peynire yönelik turizm olmak üzere gıda turizmi uygulamalarını incelemeyi amaçlar.	18	94
Francesc Fusté-Forné	Peynir turizminin geliştirilmesi: Valle de Roncal'dan (Navarra, İspanya) yerel temelli bir perspektif	Görüşmeler	Peynir turizminin yerel bir perspektiften geliştirilmesi	Yerel bir perspektiften peynir turizmini tanıtmak	16	87
Ermolaev ve diğerleri	Rusya'da turizm kaynağı olarak peynir: İlk rapor ve sürdürülebilirlikle ilgili önemi	Ampirik Gözlem	Rusya'da peynir üretimi, Altay, Voronezh ve Moskova gibi bölgelerde yoğunlaşmıştır. Turistik faaliyetlerin durumu, peyniri değerli bir turizm kaynağı olarak kullanmayı desteklemektedir.	Bu çalışmanın amacı kırsal yaşam tarzlarını destekleyerek ve kırsal gelenekler, miras ve doğal manzaraların entegrasyonunu kolaylaştırarak sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktır.	16	88
Marcoz, Elena Maria ve diğerleri	Köken Bölgesinin, Üreticinin ve Korumalı Menşecilik Adı Etiketinin Ziyaretçiler ve Yerliler için Değeri: İtalya'da Fontina Peyniri Örneği	Ampirik Anket	Araştırma, ürünün kökeninin genellikle korumalı menşecilik (PDO) sertifikasından daha fazla değeri olduğunu göstermektedir.	Bu makalenin amacı, tipik bir gıda ürününün köken bölgesi/üretici/sertifikasyon ile bağlantılandırılarak oluşturulabilecek değeri anlamaktır.	14	84

Yazarlar	Başlık	Yöntem	Araştırma İçerikleri	Araştırma Amaçları	Eş-Atf	TBG
Yonzon, Pralad b. ve Hunter, Malcolm I.	Nepal Himalayaları'nda Peynir, Turistler ve Kırmızı Pandalar	CBS Analizi	Tipik gıda ürünlerinin değerlendirilmesi için CBS uygulaması	Bu park, Kathmandu'da pazarlanmak üzere yılda 14.000 kg peynir üreten iki peynir fabrikasının bulunduğu bir yerdir. Araştırma, bu fabrikaların etkileri ve kırmızı pandalar üzerindeki olası etkilerini incelemektedir.	12	72
Folgado-Fernández ve diğerleri	Trujillo'da (İspanya) peynir fuarı. Sürdürülebilir destinasyonların geliştirilmesi	Görüşmeler	Gıda festivalleri ve sürdürülebilir destinasyon geliştirme	Gıda festivalleri aracılığıyla sürdürülebilir destinasyon geliştirmeyi artırmak	11	63
Montrasio, R. ve diğerleri	Dağ tarımının ve yerel bir peynirin ekosistem hizmetlerinin algılanması: İç kısımdaki bir Alp bölgesinin turistik değerlendirilmesi için bir analiz	Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar ve Anketler	Bu çalışma, Alp bölgesindeki dağ tarımının ve yerel bir peynirin ekosistem hizmetlerinin algılanmasını ele almaktadır	Araştırmanın ana amacı, dağ tarımı ve yerel peynirin turistik değerinin nasıl artırılacağını analiz etmektir.	10	60

Not: TBG, Toplam Bağlantı Gücünü ifade eder.

Bu bibliyografik genişlikte ilerlerken, Tablo 5'teki temel çalışmalar rehber yıldızlar olarak ortaya çıkmaktadır. Viazzo'nun etnografik çabaları veya Cánoves ve arkadaşlarının metabolik çalışması gibi öncü makaleler, peynir turizmi araştırmalarının gelecekteki yörüngelerini yönlendiren sütunlar olarak hizmet etmektedir. Onların temel katkıları, daha geniş kapsamlı eş-atıf analiziyle birleşerek, peynir turizmi araştırmalarının üzerinde yükseldiği sağlam entelektüel temeli pekiştirmektedir.

2.3.3. Peynir Turizmi Araştırma Alanının Anahtar Kelime Analizi

2.3.3.1. Yüksek Frekanslı Anahtar Kelimeler

Anahtar kelimeler, araştırma yörüngelerini aydınlatan, trendleri vurgulayan ve belirli zaman aralıklarında belirli bir konu alanı içindeki ana temaları öne çıkaran işaretler olarak hizmet etmektedir (Pesta vd., 2018). Peynir turizmi araştırmasının alanına odaklanıldığında, anahtar kelimelerin zengin dokusu, araştırma önceliklerindeki evrilen nüansları ve değişiklikleri ortaya koymaktadır. Şekil 7, Peynir Turizmi araştırmasına kritik önem taşıyan yüksek frekanslı anahtar kelimelerin eş-zamanlı görselleştirme haritasını sunmaktadır. VOSviewer'ın analitik yeteneklerini kullanarak, bu görselleştirme, akademik söylemin başlangıç aşamalarından 2023'e kadar olan süreçte ayırt edilebilir kümeleri belirtmektedir.



Şekil 7. Anahtar Kelime Eş-Ortaya Çıkma Ağı Haritası

Bu görselleştirmeden öne çıkan bazı belirgin temalar şunlardır:

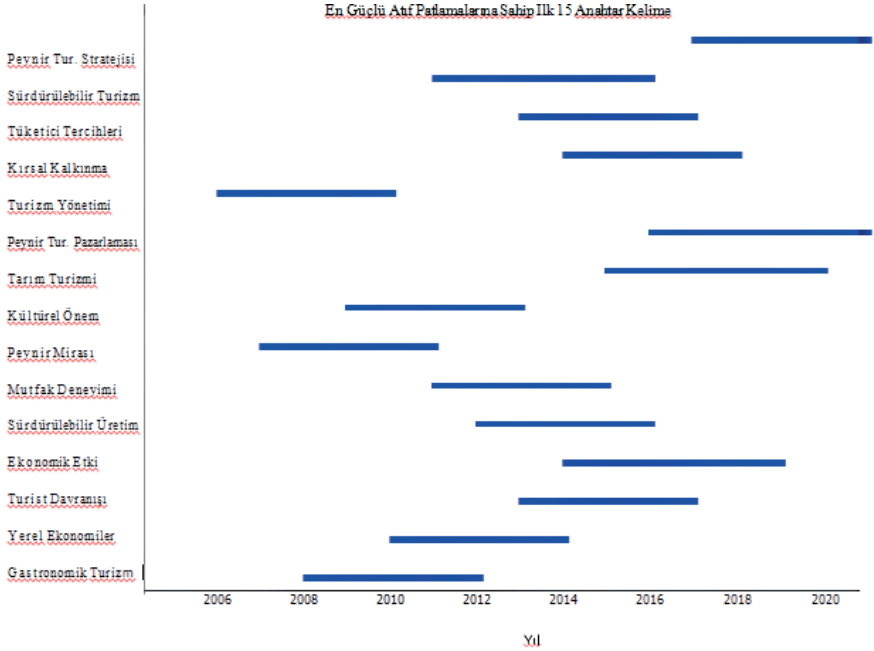
- Koyu renkli küme, peynirin turizmdeki kültürel ve tarihsel önemini vurgulayan temaları yansıtmaktadır. Bu küme, peynirin bölgelerin kültürel yapısına nasıl entegre olduğunu ve gastronomik deneyimleri nasıl şekillendirdiğini vurgulamaktadır (García-Hernández vd., 2022).
- Daha açık renkli küme, peynir turizminin ekonomik yönlerini öne çıkarmaktadır. Bu küme, peynir üretimi, turizm ve bölgelerin ekonomik canlılığı arasındaki ilişkiyi vurgulamakta ve gastronomi turizminin ekonomik etkisini inceleyen çalışmalarla uyumludur (Dias, 2022; Fusté-Forné ve Buhalis, 2022).
- Orta tonlu küme, peynir turizmi pazarının dinamiklerini vurgulamakta ve turist davranışları, tercihleri ve motivasyonları gibi temaları kapsamaktadır. Bu temalar, gastro turistlerin davranış yönlerini inceleyen çalışmaları hatırlatmaktadır (Fusté-Forné ve Mundet i Cerdan, 2021; Mak vd., 2017).
- Başka bir belirgin küme, peynir deneyimleri, çevresel koruma ve sürdürülebilir üretim uygulamaları arasındaki dengeye odaklanarak sürdürülebilirliği derinlemesine incelemektedir (Rinaldi, 2017). Bu sonuç, sürdürülebilir gastronomi turizm üzerine geniş kapsamlı bir tartışmayla uyumludur (Rennicca vd., 2023).
- Diğer kümeler, peynir turizminde teknolojik yeniliklerden stratejik pazarlama ve markalaşma çabalarına kadar çeşitli temaları kapsamakta ve bu alandaki çok yönlü doğayı yansıtmaktadır (Rahman vd., 2022).

Sonuç olarak, yüksek frekansta kullanılan terimlerle belirginleşen bu anahtar kelime kümeleri, peynir turizmi araştırmasının çok yönlü ilişkisini anlatmaktadır. Bu bulgular peynir turizminin evrimini çizmek, derinliğini yakalamak ve yıllar boyunca akademik söylemi şekillendiren temaların karmaşık etkileşimini vurgulamaktadır.

2.3.3.2. Yüksek Frekanslı Anahtar Kelimelerin Atıf Patlama Analizi

Anahtar kelime atıf patlamaları, belirli bir alandaki yeni oluşan eğilimlere ışık tutan kritik göstergeler olarak işlev görmektedir. Bu patlamalar, bilim insanlarının bir çalışma alanındaki yükselen odak noktalarını ve hızla evrilen yörüngeleri kolayca belirlemelerine olanak tanıyan değerli içgörüler sunmaktadır (Pu ve Qiu, 2015). Bu perspektifle, 1996-2023 yılları arasında en güçlü atıf patlamalarını gösteren anahtar kelimeleri titizlikle incelemek için bu çalışmada CiteSpace yazılımının yeteneklerinden yararlanılmıştır.

Görsel temsilde (Şekil 8), her mavi çubuk anahtar kelimelerin zamansal evrimini izlerken, mavi çubuk anahtar kelimenin önemli bir artış yaşadığı kritik yılı vurgular. Anahtar kelimenin belirlenen bir zaman dilimindeki yaygınlığının büyüklüğü, patlamanın gücüyle daha da net özetlenebilir (Ho, 2018). Örneğin, “Gastronomi Turizmi” anahtar kelimesi, 2008-2012 yılları arasında peynir turizmi söyleminde merkezi bir tema olarak statüsünü sağlamlaştırarak yükselen bir eğilim göstermiştir.



Şekil 8. Peynir Turizmine ait en güçlü atıf patlamalarına sahip ilk 15 anahtar kelime

Şekil 8 detaylı incelendiğinde, “Yerel Ekonomiler”, “Kırsal Kalkınma” ve “Sürdürülebilir Üretim” gibi anahtar kelimelerle ilginç coğrafi bağlamı daha da net bir şekilde açığa çıkarmaktadır. Bu karşılıklı etkileşim, turizm manzarası ile onun içinde yer aldığı benzersiz coğrafi dokunun ayrılmaz bir bağını da vurgulamaktadır. Örneğin, “Yerel Ekonomiler” bir patlama değeriyle ortaya çıkarak, peynir turizminin sınırlarını şekillendirmede yerel nüansların kritik rolünü pekiştiren ilk 15 anahtar kelime arasında önemli bir yer edinmiştir.

Peynir turizmi literatürünün tarihsel incelemeleri, sürdürülebilirlik kavramının üstün temayı vurgulamasına neden olmuştur (El Soda vd., 2000). “Sürdürülebilir Turizm”, “Ekonomik Etki” ve “Turist Davranışı” gibi anahtar kelimeler bu duyguyu yansıtmaktadır. Ayrıca turizm ve yerel ekoloji

arasındaki karmaşık ilişkiye sürekli bir vurgu yapmaktadır. 2015-2020 dönemi, “Tarım Turizmi” ve “Mutfak Deneyimi” gibi temaların artışına tanık olmuş, bölgelerin tarım ve gastronomik zevklerin birleşimine vurgu yapabileceğini göstermiştir.

Daha yakın zamanlarda, “Tüketici Tercihleri” ve “Peynir Turizmi Pazarlaması” gibi anahtar kelimeler ön plana çıkmıştır. Bu değişiklik, turistlerin davranışsal karmaşıklıklarına yeniden odaklanmayı önermiştir. Güncel araştırma yöntemleri, genellikle detaylı anketler kullanarak, turist algılarının nüanslı merceğinden peynir turizminin karmaşıklığını çözmeye çalışmakta ve peynir turizminin deneysel yönlerini inceleyen çalışmalara (Berno ve Fusté-Forné, 2020) yön vermektedir.

3. TARTIŞMA

Gastronomik bir zevk merkezi olarak peynir, tarihsel ve kültürel etkileriyle turizm alanında önemli bir ilgi görmüştür (Pavlidis ve Markantonatou, 2020). Bu bibliyometrik incelemenin teşvik edilmesi, yerel mutfak kültürlerine olan küresel vurgunun artmasında ve ardından peynir turizmine olan ilginin yoğunlaşmasında destek bulmuştur (Keskin ve Dağ, 2020). Artan bu ilgi göz önüne alındığında, bu alandaki akademik araştırmaları çözüme ve gelecekteki bilimsel arayışları kolaylaştıracak yolları sunma zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Özellikle Şekil 6 ve Şekil 7’de tasvir edilen görsel içgörüler, bir bibliyografik sürekliliği ortaya koymaktadır (Gülmez vd., 2021). Çalışmanın bulguları, referanslar arasındaki karmaşık bağlantıları vurgulayarak, akademik söylemi şekillendirmede sürekli eşdeğer kaynakların önemini vurgulamaktadır. Her bağlantının büyüklüğü, çizginin kalınlığıyla temsil edilerek, sadece kaynakların etkisini ölçmekle kalmamış, aynı zamanda bağlantılı referanslar arasında paylaşılan ilişkilerin derinliği hakkında da çok şey söylemiştir (Rejeb vd., 2022).

Tematik kümelerde daha derin bir odaklanma, peynir turizminin çok yönlü doğasını ortaya koymuştur. Peynirin kültürel ve tarihsel önemini çevreleyen temaların öne çıkması, peynirin yıllar içinde gastronomik deneyimleri etkileyerek bölgesel kültürel anlatılara nasıl sorunsuz bir şekilde entegre olduğu anlayışıyla örtüşmüştür (Fusté-Forné, 2020d). Böyle bulgular, sosyo-kültürel dinamiklere, peynir üretimindeki sürdürülebilirlik paradigmasına ve peynirle ilgili seyahatleri tanımlayan deneysel yönlerine daha fazla keşif yapma ihtiyacını teşvik etmektedir (Soares vd., 2021; Yıldırım ve Tekeli, 2022).

Ekonomik etkiler, peynir merkezli turizmin bölgesel ekonomileri canlandırma potansiyeliyle başka bir belirgin boyut olarak ortaya çıkmıştır (Sidalı vd., 2015). Çalışma, peynirin mutfak rolünü aştığı, bir kültürel kimlik sembolüne dönüştüğü bölgeleri vurgulamıştır. Ekonomik arzularla kültürel korumanın bu kesişimi, potansiyeli kullanırken gelenekleri koruma ihtiyacını da beraberinde getirerek karmaşık bir tablo sunmuştur.

Bu bibliyometrik analizin kapsamlı doğası, peynir turizmi araştırmasına panoramik bir bakış sunarken, sınırlamalardan muaf tutulmamıştır (Belter, 2015). Bibliyometrik yöntemlerin doğasından kaynaklanan sınırlamalar, alanın tüm farklı karmaşıklıklarını yakalamayabilir (Zhang vd., 2021). Ancak çalışmanın erdemleri, anahtar temaların aydınlatılması ve etkili katkıda bulunanların tanımlanması dahil olmak üzere (Mingers ve Leydesdorff, 2015) sonraki araştırmalar için sağlam bir temel oluşturmaktadır. Peynir turizminin deneysel boyutlarına daha derinlemesine odaklanarak, evrilen tüketici eğilimlerini keşfetme arasında geniş bir olasılık seçenekleri bulunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Peynir turizmi, gastronomik bir merak olarak sadece bir lezzet arayışından çok daha fazlasını ifade etmektedir. Bu bibliyometrik çalışma, peynir turizmi üzerine akademik araştırmaların geniş bir yelpazesini ele alarak, bu alandaki yayınları ve bu çalışmalarda öne çıkan temel temaları tanımlamayı amaçlamıştır. Elde edilen sonuçlar, Avrupa'daki üniversitelerin, özellikle İtalya ve Fransa gibi peynir mirasıyla tanınan ülkelerde, peynir turizmi araştırmalarında öne çıktığını göstermektedir. Ancak bu, peynir turizmi araştırmalarının geniş akademik toplulukta daha fazla ilgi ve tanıma ihtiyacı olduğu anlamına gelmemektedir. Bu çalışmada, peynir turizminin gastronomik bir deneyimden daha fazlasını ifade ettiği, aynı zamanda ekonomik, kültürel ve sosyal boyutlara da sahip olduğu vurgulanmıştır. Peynir, tarihsel ve kültürel bir bağlamda, bölgesel ekonomilere önemli katkılarda bulunabilen ve aynı zamanda kültürel mirası koruma ve tanıma potansiyeline sahip olan bir öge olarak ortaya çıkmaktadır.

Peynir turizminin ekonomik, kültürel ve sosyal boyutları, bu alanda yapılan araştırmaların sadece peynirin gastronomik yönleriyle sınırlı kalmaması gerektiğini göstermektedir. Peynir turizmi, bölgesel ekonomilere sadece maddi katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir etkiye de sahiptir. Peynirin bir bölgenin tarihinde ve kültüründe oynadığı rol, turistler için o bölgeyi ziyaret etmenin ana nedenlerinden biri olabilir. Bu, peynir turizminin sadece ekonomik bir değer olmadığını, aynı zamanda

sosyal ve kültürel bir değere de sahip olduğunu göstermektedir. Peynir turizminin bu çok yönlü doğası, akademik topluluk için pek çok fırsat sunmaktadır. Bu alandaki araştırmalar, sadece peynir üretimi ve tüketimi ile sınırlı kalmamalı, aynı zamanda peynirin bir bölgenin ekonomik ve kültürel yaşamındaki rolünü de ele almalıdır. Özellikle sürdürülebilir turizm ve yerel ekonomilerin canlandırılması bağlamında, peynir turizmi önemli bir rol oynamaktadır. Ancak bu durum daha kapsamlı bir araştırmaya ve peynir turizminin sosyal, ekonomik ve kültürel yönlerinin daha derinlemesine incelenmesine ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Son olarak, bu çalışmanın bulguları, peynir turizminin sadece belli başlı ülkelerle sınırlı olmadığını, aynı zamanda global bir fenomen olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, bu alanda yapılan araştırmaların, sadece belli başlı ülkelerin perspektifinden değil, aynı zamanda global bir perspektiften de ele alınması gerekmektedir. Çünkü bu durum, peynir turizminin gerçek potansiyelini anlamamıza ve bu alanda daha etkili ve kapsamlı stratejiler geliştirmemize yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959-975. doi:<https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Belter, C. (2015). Bibliometric indicators: opportunities and limits. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 103(4), 219-221. doi:10.3163/1536-5050.103.4.014
- Berno, T., & Fusté-Forné, F. (2020). Imaginaries of cheese: Revisiting narratives of local produce in the contemporary world. *Annals of Leisure Research*, 23(5), 608-626. doi:10.1080/11745398.2019.1603113
- Bichler, B. F., Petry, T., Kallmuenzer, A., & Peters, M. (2022). Get on task: A pragmatic tutorial on planning and conducting a systematic literature review. *Contemporary research methods in hospitality and tourism*, 39-53.
- Bornmann, L., & Mutz, R. (2015). Growth rates of modern science: A bibliometric analysis based on the number of publications and cited references. *Journal of the association for information science and technology*, 66(11), 2215-2222. doi:<https://doi.org/10.1002/asi.23329>
- Buckley, R., Zhong, L., & Ma, X. (2017). Visitors to protected areas in China. *Biological Conservation*, 209, 83-88. doi:<https://doi.org/10.1016/j.biocon.2017.01.024>
- Chen, C., Ibekwe-SanJuan, F., & Hou, J. (2010). The structure and dynamics of cocitation clusters: A multiple-perspective cocitation analysis. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 61(7), 1386-1409. doi:<https://doi.org/10.1002/asi.21309>
- Ciani, S., Mason, M. C., & Moretti, A. (2019). Geographical indications and tourism destinations: An overview. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*, 527-537.
- Clark, T., Foster, L., Bryman, A., & Sloan, L. (2021). *Bryman's social research methods*. Oxford University Press.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402. doi:<https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Cole, Matthew & Davies, Ronald. (2014). Royale with Cheese: Globalization, Tourism, and the Variety of Goods. *Review of Development Economics*. 18. 10.1111/rode.12091.
- Cox, R., Holloway, L., Venn, L., Kneafsey, M., & Dowler, E. (2011). Adopting a sheep in Abruzzo: Agritourism and the preservation of transhumance farming in central Italy. In *Tourism and Agriculture* (pp. 151-162). Routledge.

- Dias, J. (2022). The use of cheese from Alentejo in Portuguese gastronomy: A travel through history. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 100579. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100579>
- Duman, D., & Saçlı, Ç. (2023). The mediation effect of destination image on the relationship between local cuisine elements and destination selection: The case of Hatay. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 8(1), 51-66. doi:[10.31822/jomat.2023-8-1-51](https://doi.org/10.31822/jomat.2023-8-1-51)
- Du Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current issues in tourism*, 9(3), 206-234. doi:[10.2164/cit/226.0](https://doi.org/10.2164/cit/226.0)
- Ellis, T. J., & Levy, Y. (2009). Towards a Guide for Novice Researchers on Research Methodology: Review and Proposed Methods. *Issues in Informing Science & Information Technology*, 6. doi:[10.28945/1062](https://doi.org/10.28945/1062)
- El Soda, M., Madkor, S. A., & Tong, P. S. (2000). Adjunct cultures: recent developments and potential significance to the cheese industry. *Journal of Dairy Science*, 83(4), 609-619. doi:[https://doi.org/10.3168/jds.S0022-0302\(00\)74920-4](https://doi.org/10.3168/jds.S0022-0302(00)74920-4)
- Ermolaev, V. A., Yashalova, N. N., & Ruban, D. A. (2019). Cheese as a tourism resource in Russia: The first report and relevance to sustainability. *Sustainability*, 11(19), 5520. doi:[10.3390/su11195520](https://doi.org/10.3390/su11195520)
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789-809.
- Fahimnia, B., Sarkis, J., & Davarzani, H. (2015). Green supply chain management: A review and bibliometric analysis. *International Journal of Production Economics*, 162, 101-114. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.01.003>
- Folgado-Fernández, José & Di-Clemente, Elide & Hernández Mogollón, José Manuel. (2019). Food Festivals and the Development of Sustainable Destinations. The Case of the Cheese Fair in Trujillo (Spain). *Sustainability*. 11. 2922. [10.3390/su11102922](https://doi.org/10.3390/su11102922).
- Fox, P. F., Guinee, T. P., Cogan, T. M., & McSweeney, P. L. (2017). *Fundamentals of cheese science* (Vol. 1, p. 271). Boston, MA, USA:: Springer.
- Fusté-Forné, F. (2020a). Farming travels: a note on cheese-based tourism. *Matakailutukhimus*, 16(1), 120-127. doi:[10.33351/mt.91640](https://doi.org/10.33351/mt.91640)
- Fusté-Forné, F. (2020b). Say Gouda, say cheese: Travel narratives of a food identity. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 100252. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100252>
- Fusté-Forné, F. (2020c). Developing cheese tourism: A local-based perspective from Valle de Roncal (Navarra, Spain). *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 26.

- Fusté-Forné, F. (2020d). Savouring place: Cheese as a food tourism destination landmark. *Journal of Place Management and Development*, 13(2), 177-194. doi:10.1108/JPM-D-2019-0065
- Fusté-Forné, F. & Buhalis, D. (2022). Encyclopedia of Tourism Management and Marketing. *Cheese Tourism*: Edward Elgar Publishing. 457-459.
- Fusté-Forné, F., & Mundet i Cerdan, L. (2021). A land of cheese: from food innovation to tourism development in rural Catalonia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 166-183. doi:10.1080/14766825.2020.1797757
- García-Hernández, C., Ruiz-Fernández, J., & Rodríguez-Gutiérrez, F. (2022). Geographical indications in cheese mountain areas: Opportunity or threat to landscape and environmental conservation? The case of Cabrales (Spain). *Applied Geography*, 146, 102753. doi:https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2022.102753
- Getz, D., & Robinson, R. N. (2014). Foodies and food events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(3), 315-330. doi:10.1080/15022250.2014.946227
- Gülmez, D., Özteke, İ., & Gümüüş, S. (2021). Overview of Educational Research from Turkey Published in International Journals: A Bibliometric Analysis. *Education & Science/Eğitim ve Bilim*, 46(206). doi:10.15390/EB.2020.9317
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In *Food tourism around the world* (pp. 1-24). Routledge. doi:10.1016/B978-0-7506-5503-3.50004-X
- Han, R., Zhou, B., Huang, Y., Lu, X., Li, S., & Li, N. (2020). Bibliometric overview of research trends on heavy metal health risks and impacts in 1989–2018. *Journal of Cleaner Production*, 276, 123249. doi:10.1016/j.jclepro.2020.123249
- Harzing, A. W., & Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: a longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, 106, 787-804. doi:10.1007/s11192-015-1798-9
- Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (2006). Selling Canadian culinary tourism: Branding the global and the regional product. *Tourism Geographies*, 8(1), 31-55. doi:10.1080/14616680500392465
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2003). *Tourism and gastronomy*. Routledge. London and New York.
- Ho, Yuh-Shan (2018). Rebuttal To: “A Bibliometric Analysis and Visualization of Medical Big Data Research. by Liao Et Al. (Sustainability 2018, 10(1): Article Number: 166). *Sustainability* 10: 4851. doi:10.3390/su10124851

- Hussain, A., Fusté-Forné, F. & Haley, M. (2021). Is Regenerative Tourism the Future of Tourism? *Journal of Sustainability and Resilience*, 1(1), Published by Sustainability and Resilience Institute Christchurch, New Zealand.
- Kalz, M., Khalil, M., & Ebner, M. (2017). Editorial for the special issue on advancing research on open education. *Journal of computing in higher education*, 29, 1-5. doi:10.1007/s12528-017-9143-3
- Keskin, E., & Dağ, T. (2020). Identity of cheese: a research on the cheeses of the Aegean Region in Turkey. *Journal of Ethnic Foods*, 7, 1-9. doi:10.1186/s42779-020-00062-4
- Lee, T. C., Anser, M. K., Nassani, A. A., Haffar, M., Zaman, K., & Abro, M. M. Q. (2021). Managing natural resources through sustainable environmental actions: A cross-sectional study of 138 countries. *Sustainability*, 13(22), 12475. doi:10.3390/su132212475
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2017). The effects of food-related personality traits on tourist food consumption motivations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 1-20. doi:10.1080/10941665.2016.1175488
- Mason, R., & O'Mahony, B. (2007). On the trail of food and wine: The tourist search for meaningful experience. *Annals of Leisure Research*, 10(3-4), 498-517. doi:10.1080/11745398.2007.9686778
- Mingers, J., & Leydesdorff, L. (2015). A review of theory and practice in scientometrics. *European journal of operational research*, 246(1), 1-19. doi:https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.04.002
- Mishra, M., Sudarsan, D., Santos, C., Mishra, S., Kar, D., Baral, K., & Pattnaik, N. (2021). An overview of research on natural resources and indigenous communities: a bibliometric analysis based on Scopus database (1979–2020). *Environmental Monitoring and Assessment*, 193. https://doi.org/10.1007/s10661-020-08793-2
- Mulcahy, J. D. (2019). Building a tourism destination using gastronomy through creative collaboration. In *The Routledge handbook of gastronomic tourism* (pp. 47-54). Routledge.
- Nicholas, D., Rodríguez-Bravo, B., Watkinson, A., Boukacem-Zeghmouri, C., Herman, E., Xu, J., ... & Świgoń, M. (2017). Early career researchers and their publishing and authorship practices. *Learned Publishing*, 30(3), 205-217. doi:https://doi.org/10.1002/leap.1102
- Papaioannou, D., Sutton, A., & Booth, A. (2016). Systematic approaches to a successful literature review. *Systematic approaches to a successful literature review*, 1-336.

- Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100229. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100229>
- Paxson, H. (2012). *The life of cheese: Crafting food and value in America*. The Life of Cheese: Crafting Food and Value in America. University of California Press.
- Pesta, B., Fuerst, J., & Kirkegaard, E. O. W. (2018). Bibliometric Keyword Analysis across Seventeen Years (2000-2016) of Intelligence Articles. *J Intell*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/jintelligence6040046>
- Pu, B., & Qiu, Y. (2015). A bibliometric analysis on urbanization research from 1984 to 2013. *Open House International*, 40(3), 37-43. doi:10.1108/OHI-03-2015-B0007
- Rafols, I., Porter, A. L., & Leydesdorff, L. (2010). Science overlay maps: A new tool for research policy and library management. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 61(9), 1871-1887. doi:10.1002/asi.21368
- Rahman, M. K., Rana, M. S., Akter, S., & Hassan, A. (2022). Technology innovation as a destination branding tool for festivals and events tourism. In *Technology Application in Tourism Fairs, Festivals and Events in Asia* (pp. 135-147). Singapore: Springer Singapore.
- Rejeb, A., Rejeb, K., Abdollahi, A., & Treiblmaier, H. (2022). The big picture on Instagram research: Insights from a bibliometric analysis. *Telematics and Informatics*, 101876. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101876>
- Rinaldi, C. (2017). Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability*, 9(10), doi:10.3390/su9101748
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., ... & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & quantity*, 52, 1893-1907. doi:10.1007/s11135-017-0574-8
- Saayman, Melville & Saayman, Andrea & Rhodes, Juliet. (2001). Domestic tourist spending and economic development: The case of the North West Province. *Development Southern Africa*. 18. 443-455. 10.1080/03768350120083888.
- Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1179-1197. doi:10.1080/09669582.2013.836210

- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, *104*, 333-339. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Soares, B. B., Alves, E. C., de Almeida Neto, J. A., & Rodrigues, L. B. (2021). Environmental impact of cheese production. In *Environmental impact of agro-food industry and food consumption*. Ed. C. M. Galanakis: Academic Press. 169-187.
- Strumia, A., & Torre, R. (2019). Biblioranking fundamental physics. *Journal of Informetrics*, *13*(2), 515-539. doi:<https://doi.org/10.1016/j.joi.2019.01.011>
- Su, M., Peng, H., & Li, S. (2021). A visualized bibliometric analysis of mapping research trends of machine learning in engineering (MLE). *Expert Systems with Applications*, *186*, 115728. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.115728>
- Tang, K. Y., Chang, C. Y., & Hwang, G. J. (2023). Trends in artificial intelligence-supported e-learning: A systematic review and co-citation network analysis (1998–2019). *Interactive Learning Environments*, *31*(4), 2134-2152. doi:[10.1080/10494820.2021.1875001](https://doi.org/10.1080/10494820.2021.1875001)
- Vali, I. (2023). The Impact of Technology on Collaborative Learning. In E. Soare, & C. Langa (Eds.), *Education Facing Contemporary World Issues - EDU WORLD 2022*, vol 5. European Proceedings of Educational Sciences (pp. 126-141). European Publisher. <https://doi.org/10.15405/epes.23045.13>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, *111*, 1053-1070. doi:[10.1007/s11192-017-2300-7](https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7)
- White, H. D., & McCain, K. W. (1998). Visualizing a discipline: An author co-citation analysis of information science, 1972–1995. *Journal of the American society for information science*, *49*(4), 327-355. doi:[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(19980401\)49:4<327::AID-ASI4>3.0.CO;2-4](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(19980401)49:4<327::AID-ASI4>3.0.CO;2-4)
- Yıldırım, İ., & Tekeli, E. K. (2022). The Development of Gastronomy Tourism in the Context of Destination Marketing: A Qualitative Study on Travel Agencies. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *14*(4), 2686-2703. doi:[10.20491/isarder.2022.1527](https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1527)
- Zhang, Y., Hou, Z., Yang, F., Yang, M. M., & Wang, Z. (2021). Discovering the evolution of resource-based theory: Science mapping based on bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, *137*, 500-516. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.055>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational research methods*, *18*(3), 429-472. doi:[10.1177/1094428114562629](https://doi.org/10.1177/1094428114562629)

