

Cittaslow Şehir Restoranlarında Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımı: Gökçeada (İmroz) Örneği

Olena Çavuşoğlu

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne Turizm
İşletmeciliği Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Temmuz 2022
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Prof. Dr. Hasan Kılıç
Turizm Fakültesi Dekanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Yrd. Doç. Dr. Özlem Altun
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Ali Öztüren

2. Yrd. Doç. Dr. Özlem Altun

3. Yrd. Doç. Dr. Nafiya Güden

ÖZ

Sekiz bin beş yüz yıllık insanlık tarihi geçmişiyle, onlarca medeniyete ev sahipliği yapmış Türkiye'nin en büyük adası Gökçeada (İmroz), bozulmamış doğası, zengin tarihi, arkeolojik geçmişi, günümüze kadar korumayı başardığı yiyecek içecek kültürü ve zengin gastronomisi ile günümüzde oldukça popüler bir turizm merkezi olma özelliği taşımaktadır. Gökçeada (İmroz), 2011 yılından bu yana gelişen ve değişen dünyanın içinde varlığını orijinal haliyle sürdürmeyi başaran şehirlere verilen Cittaslow unvanı almış bir ada olma özelliği ile de dünya çapında tanınırlığı artırmış bir tatil yöresi olarak öne çıkmaktadır.

Yapmış olduğumuz tez çalışmasında, dünyanın ilk Cittaslow adası olan Gökçeada'da (İmroz) öncelikle ticarileşme, markalaşma ve coğrafi işaret tescili alabilme potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri tespit ederek kayıt altına almak ve bu konuda "Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi" oluşturmak amaçlanmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ise adada faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranlarda yöresel gastronomik ürün kullanım düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Bu çalışmada, Nitel araştırma yöntemlerinden olan yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma evrenini, Gökçeada'da Cittaslow felsefesine uygun olarak faaliyet gösteren işletmelerin tamamı olan 29 adet restoran işletme yöneticisi kişi oluşturmaktadır. Bu çalışma sayesinde Gökçeada (İmroz) gastronomi kültürüne ait yöresel gastronomik ürünler konusunda farkındalık yaratmak, bu ürünlere ekonomik değer kazandırma çalışmalarına destek olmak, bu ürünlerin geleneksel yapım ve sunum tekniklerine sadık kalarak restoranlarda sunulmasına dikkat çekmek, gelecek nesillere unutulmadan aktarılması ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamak ayrıca amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gökçeada, İmroz, Cittaslow, Gastronomi, Yöresel Ürün

ABSTRACT

The history of eight thousand five hundred years of human history, civilization, home to dozens of Imbros, Turkey's largest island, unspoiled nature, rich history, and the archaeological past, present, rich with culture and gastronomy today to preserve food and beverage a very popular tourist destination. Gökçeada (Imroz) an evolving and changing world of the existence of Cittaslow cities that have managed to maintain the original shape took the title given to an island with the distinction of being increased worldwide recognition as a vacation spot stands out.

In the thesis we have done, in Gökçeada (Imroz), which is the first Cittaslow island of the world, first of all, identifying and registering the local gastronomic products with high potential for commercialization, branding and geographical indication registration, and in this regard, "Gökçeada (Imroz) Local Gastronomic Product Reference Source List". In the second part of the research, it was aimed to determine the level of use of local gastronomic products in the Cittaslow themed restaurants operating on the island. In this research, face-to-face interview technique, which is one of the qualitative research methods was used. The population of the research consists of 29 restaurant business managers, all of which are operating in accordance with the Cittaslow philosophy in Gökçeada (Imroz). Through this study, to raise awareness about the local gastronomic products of the gastronomic culture of Gökçeada (Imroz), to support the efforts to add economic value to these products, to support the traditional use of these products. It is also aimed to draw attention to the fact that it is served in restaurants by sticking to the production and presentation techniques, to transfer it to future generations without being forgotten and to contribute to its sustainability.

Keywords: Gökçeada, İmroz, Cittaslow, Gastronomy, Local Products

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamda değerli görüş ve önerileri ile yardımlarını esirgemeyen, bilgi ve tecrübesi ile bana yol gösteren değerli danışman hocam Yrd.Doç.Dr. Özlem Altun'a, yüksek lisans süreci boyunca bana destek veren ve her zaman yanımda olan sevgili kızıma ve eşime, bugünlere gelmemde bana her türlü katkıyı sağlayan sevgili anneme ve babama sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vii
KISALTMALAR.....	xiv
TABLO LİSTESİ.....	xv
ŞEKİL LİSTESİ.....	xvii
1 GASTRONOMİ VE YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜN KAVRAMI.....	1
1.1 Gastronomi Kavramı.....	1
1.2 Gastronominin Tarihçesi.....	2
1.3 Gastronomik Kimlik Kavramı.....	4
1.4 Gastronomi Kültür İlişkisi.....	5
1.5 Yöresel Gastronomi Kavramı.....	7
1.5.1 Yöresel Ürün Tanımı.....	7
1.5.2 Yöresel Gastronomik Ürün Tanımı.....	7
1.5.3 Ticarileşme Potansiyeli Olan Yöresel Gastronomik Ürün Tanımı.....	8
1.5.4 Yöresel Restoran Tanımı.....	9
1.6 Gastronomide Marka ve Coğrafi İşaret.....	10
1.6.1 Marka Kavramı.....	10
1.6.2 Marka İmajı.....	11
1.6.3 Gastronomik Marka İmajı	11
1.6.4 Coğrafi İşaret Kavramı.....	13
1.6.4.1 Menşe Adı.....	15
1.6.4.2 Mahreç İşareti.....	15

1.6.4.3 Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölge Ekonomisine Etkileri.....	15
2 CITTASLOW HAREKETİ VE SLOW FOOD	17
2.1 Cittaslow Hareketinin Tarihçesi	17
2.2 Cittaslow Felsefesi.....	18
2.3 Cittaslow Organizasyon Yapısı.....	21
2.4 Cittaslow Üyelik Kriterleri.....	23
2.5 Türkiye Cittaslow Hareketi.....	25
2.6 Slow Food Hareketi.....	26
2.6.1 Slow Food Hareketinin Tarihçesi.....	27
2.6.2 Slow Food Felsefesi.....	28
2.6.3 Slow Food Manifestosu.....	29
3 CİTTASLOW GÖKÇEADA (İMROZ).....	32
3.1 Gökçeada'nın (İmroz) Tarihi.....	32
3.2 Mitolojide Gökçeada (İmroz).....	33
3.3 Gökçeada Coğrafyası ve Doğal Çevre Özellikleri.....	34
3.4 Gökçeada'nın Yerleşim Yerleri.....	35
3.5 Gökçeada'nın Turizm Potansiyeli.....	38
3.5.1 Deniz-Kum-Güneş Turizmi Potansiyeli.....	39
3.5.2 Tarihi ve Arkeolojik Turizmi Potansiyeli	39
3.5.3 Gastronomi Turizmi Potansiyeli	39
3.5.4 Spor Turizmi Potansiyeli	40
3.5.5 İnanç Turizmi Potansiyeli	40
3.6 Gökçeada'nın Tarım ve Hayvancılık Potansiyeli.....	40
3.7 Gökçeada (İmroz) Mutfak Kültürü.....	44
3.8 Cittaslow Gökçeada (İmroz).....	45

4 ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ.....	49
4.1 Araştırmanın Problemi.....	49
4.2 Araştırmanın Amacı.....	49
4.3 Araştırmanın Önemi.....	50
4.4 Araştırmanın Yöntemi.....	50
4.5 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	51
4.6 Veri Toplama Yöntemi.....	52
4.7 Verilerin Analizi.....	55
4.8 Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği.....	56
5 BULGULAR VE TARTIŞMA	58
5.1 Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürünleri.....	58
5.1.1 Gökçeada'ya (İmroz) Ait Ticarileşme ve Markalaşma Potansiyeli Yüksek Olan Yöresel Gastronomik Ürünleri.....	58
5.1.1.1 Ladolies Zeytin ve Zeytinyağı.....	60
5.1.1.2 Şarap ve Yerli Üzüm Çeşitleri.....	60
5.1.1.3 Ada Kekiği.....	60
5.1.1.4 Süt Ürünleri (Peynir-Yoğurt).....	61
5.1.1.5 Oğlak ve Kuzu Eti	61
5.1.1.6 Yabani Ot Yemekleri.....	61
5.1.1.7 Dibek Kahvesi.....	62
5.1.1.8 Sakızlı Muhallebi.....	62
5.1.1.9 Keçi Sütü Dondurma	62
5.1.1.10 Badem ve Bademli Kurabiye.....	63
5.1.1.11 Kılıç Balığı.....	63
5.1.1.12 Ada Balı.....	63

5.1.1.13 Pembe Domates.....	64
5.1.1.14 Karadut Şurubu, Reçeli ve Dondurması.....	64
5.1.2 Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi.....	64
5.2 Gökçeada’da (İmroz) Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Ait Bulgular.....	65
5.2.1 Araştırmaya Katılan Restoran İşletmesi Yöneticilerine İlişkin Demografik Bulgular.....	65
5.2.2 Cittaslow Şehir Gökçeada Genelinde Üretim ve Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kullanımına İlişkin Bulgular.....	69
5.2.2.1 Cittaslow Hareketine Üye Şehir Restoranlarında Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımının Desteklenmesi Konusuna Ait Bulgular (Soru1).....	69
5.2.2.2 Ticarileşme Potansiyeli Yüksek Olan Gastronomik Ürünlerin Varlığı İle İlgili Bulgular (Soru2).....	70
5.2.2.3 Markalaşma ve Coğrafi İşaret Tescil Potansiyeli Olan Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulgular (Soru3).....	71
5.2.2.4 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulgular (Soru4).....	72
5.2.2.5 Cittaslow Şehir Gökçeada’da Faaliyet Gösteren Restoranlarda Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulgular (Soru5).....	73
5.2.2.6 En Çok Tercih Edilen Gastronomik Ürünler İle İlgili Bulgular (Soru6).....	77
5.2.2.7 Yöresel Gastronomik Ürünlerin İş Potansiyeline Etkisi İle İlgili Bulgular (Soru7).....	79

5.2.2.8 Satışı Yapılan Gastronomik Ürünlerin Reçetesinin Kaynağı İle İlgili Bulgular (Soru8).....	80
5.2.2.9 Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesinde Değişiklik Yapılıp Yapılmadığı İle İlgili Bulgular (Soru9).....	81
5.2.2.10 Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetelerinin Bulunduğu Yazılı Kaynağın Var Olup Olmadığı İle İlgili Bulgular (Soru10).....	82
5.2.2.11 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzeme Tedarikçisi İşletmenin Olup Olmadığı İle İlgili Bulgular (Soru11).....	82
5.2.2.12 Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Kullanılan Malzemelerin Her Mevsim Bulunup Bulunmadığı İle İlgili Bulgular (Soru12).....	83
5.2.2.13 Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Gerekli Hangi Malzemelerin Saklandığı İle İlgili Bulgular (Soru13).....	84
5.2.2.14 Yöresel Gastronomik Ürünleri Tercih Eden Müşterilerle İlgili Bulgular (Soru 14).....	86
5.2.2.15 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kayıt Altına Alınmasına Destek Sağlanıp Sağlanmadığı İle İlgili Bulgular (Soru15).....	87
5.2.2.16 Gökçeada’da Üretilip Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtımı İle İlgili Bulgular (Soru16).....	88

5.2.2.17 Gökçeada’da Üretilip Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin				
Tanıtım	Yöntemi	İle	İlgili	Bulgular
(Soru17).....				89
6 SONUÇ VE ÖNERİLER.....				91
6.1 Sonuç.....				91
6.2 Öneriler.....				97
KAYNAKLAR				100
EKLER				117
Ek A: Araştırma Gönüllü Katılım Formu.....				118
Ek B: Anket Formu				119
Ek C: Görüşme Formu				120
Ek D: Gökçeada’ya (İmroz) Ait Bazı Yöresel Ürün Fotoğrafları.....				121

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
EM	Earth Market
E	Erkek Araştırma Katılımcısı
G	Araştırma Katılımcısı
GDO	Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar
K	Kadın Araştırma Katılımcısı
Kite	Uçurtma Sörfü
M.Ö	Milattan Önce

TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1: Küresel Şehirler İle Cittaslow Şehir Yapılanmasının Karşılaştırılması...	20
Tablo 2.2: Türkiye’deki Cittaslow Şehirler.....	26
Tablo 5.1: Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi...	65
Tablo 5.2: Restoran İşletme Yöneticilerine İlişkin Demografik Özellikler.....	66
Tablo 5.3: Restoran İşletme Yöneticilerine İlişkin Demografik Bulguların Analizi.....	67
Tablo 5.4: Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımının Desteklenmesi İle İlgili Bulguların Analizi.....	70
Tablo 5.5: Ticarilişme Potansiyeli Yüksek Olan Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi.....	71
Tablo 5.6: Markalaşma ve Coğrafi İşaret Potansiyeli Olan Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi.....	71
Tablo 5.7: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulguların Analizi.....	72
Tablo 5.8: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Et Yemekleri.....	73
Tablo 5.9: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Sebze Yemekleri.....	74
Tablo 5.10: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Deniz Ürünü Yemekler.....	74
Tablo 5.11: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Hamur İşleri.....	74
Tablo 5.12: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Salatalar/Mezeler.....	75
Tablo 5.13: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Tatlılar.....	75
Tablo 5.14: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Süt Ürünleri.....	76
Tablo 5.15: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel İçecekler.....	76
Tablo 5.16: Restoranlarda Sunumu Yapılan Diğer Yöresel Ürünler.....	76

Tablo 5.17: En Çok Tercih Edilen Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi.....	77
Tablo 5.18: Yöresel Gastronomik Ürünlerin İş Potansiyeline Etkisiyle İlgili Bulguların Analizi.....	79
Tablo 5.19: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesinin Kaynağı İle İlgili Bulguların Analizi.....	80
Tablo 5.20: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesindeki Değişiklikle İlgili Bulguların Analizi.....	81
Tablo 5.21: Yöresel Gastronomik Ürünlere Ait Reçetenin Bulunabildiği Yazılı Kaynakla İlgili Bulguların Analizi.....	82
Tablo 5.22: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzemelerin Tedarikçisi İle İlgili Bulguların Analizi.....	83
Tablo 5.23: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzemelerin Her Mevsim Olup Olmadığı İle İlgili Bulguların Analizi	83
Tablo 5.24: Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Gerekli Hangi Malzemelerin Saklandığı İle İlgili Bulguların Analizi.....	84
Tablo 5.25: Yöresel Gastronomik Ürünleri Tercih Eden Müşterilerle İlgili Bulguların Analizi.....	86
Tablo 5.26: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kayıt Altına Alınmasına Verilen Desteğe İlişkin Bulguların Analizi.....	87
Tablo 5.27: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtımı İle İlgili Bulguların Analizi.....	88
Tablo 5.28: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtım Yöntemiyle İlgili Bulguların Analizi.....	89

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1: Gastronomik Kimlik Faktörleri.....	5
Şekil 2.1: Cittaslow Logosu	18
Şekil 2.2: Yavaş Şehir Paradigması.....	21
Şekil 2.3: Cittaslow Hareketi Organizasyon Yapısı.....	23
Şekil 2.4: Slow Food Logosu.....	28

Bölüm 1

GASTRONOMİ VE YÖRESEL GASTRONOMİK ÜRÜN KAVRAMI

1.1 Gastronomi Kavramı

Fransızca “gastronomie” kelimesinden gelen Gastronomi kelimesi etimolojik olarak, Yunanca mide anlamına gelen ile “Gaster” ve bilgi veya kanun anlamına gelen “Nomos” kelimelerinin birleştirilmesinden meydana gelmiş bir kelimedir (Gray, 2014: 10). Gastronomi kelimesinin ilk olarak milattan önce dördüncü yüzyılda yaşamış bir şair olan Arcestratus’a bir şiirde geçtiği kabul edilmektedir (Samancı, 2020: 93). Gastronomi, bir topluma ait yöresel ve geleneksel yiyecek içecek kültürünü, yiyecek ve içecekleri hazırlamada kullanılan malzemeleri, mutfak aletlerini, yapım bilgilerini, pişirme ve sunum tekniklerini, saklama koşullarını, varsa tarihçesini veya hikayesini de içine alan çok geniş kapsamlı bir kavramdır.

Gastronomi, sadece mutfak sanatları veya pişirme yöntemlerine odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda her toplum ve ülkeye ait yemeklerin hazırlanmasında; hammadde seçimi, yemeklerin servisi, yemeklerin deneyimlenmesi, yemekle alakalı etik ve görgü kuralları ile ilgili tüm konuları kapsayan oldukça geniş bir kavramdır (Turgarini ve Pratiwi, 2021: 465). Gastronomi aynı zamanda pişirilecek ve sunulacak olan yiyeceklerin yerel kültür ve geleneklere uygun olarak gerekli en sağlıklı yapım malzemelerini seçmek, yiyecekleri hazırlamak ve daha sonra da hazırlanan bu yiyeceklerin tadına bakarak onlardan keyif alma kültür ve sanatı olarak da tanımlanabilir (Athar, 2020: 446).

Gastronomi, kültürel bir çekicilik unsuru olmasının yanında farklı kültürel ürünleri tamamlayıcı bir araç olma özelliği de taşımaktadır. Turizm endüstrisi açısından bakıldığında ise Gastronominin turistik aktiviteleri tamamlayıcı bir yönünün de olması nedeniyle turizm sektöründe önemli bir yere ve ekonomik de bir paya sahiptir. Yöresel ve geleneksel gastronomik kültürün yarattığı katma değer özellikle turizm faaliyetleri içinde yer alan bölgelere destinasyonun çekiciliği açısından önemli avantajlar da sağladığını söyleyebiliriz (Küçükkömürler ve Sezgin, 2018: 79). Yiyecek ve içecekleri insanların yaşamsal ihtiyaçlarından biri olmasının yanında zaman zaman bir saygınlık göstergesi, bazen bir törensel etkinliğin sembolü, bazen de zenginlik ve zarafetin sembolik bir göstergesi olabileceği göz önünde bulunulduğunda gastronominin sanatsal bir boyutunun da olduğunun göz önünde bulunulması gerektiği düşünülmelidir. Yiyecek ve içeceklerin sanatsal boyutunun insanlarda güzel duygular uyandırdığı ve bu yönüyle de insanları manevi olarak da mutlu ettiği öngörülmektedir (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018).

Gastronomide yiyeceklerin yanında içeceklerin de önemi oldukça büyüktür. İnsanın doğduğu andan itibaren tüketmeye başladığı içecek olan süt, yaşamın vazgeçilmezi olan su yanında alkolsüz ve alkollü içecekler de gastronomide büyük bir öneme sahiptir. İçeceklerin üretim ve sunumu, toplumların yiyecek içecek kültürlerine bağlı olarak değişebilmektedir. Örneğin dünya gastronomi mozaığının önemli bir parçası olan şaraplar, tek başına tüketilebileceği gibi özel bazı yiyeceklere eşlik eden, yemeklerin hazırlanmasında kullanılabilen, insanlara keyif veren, statü sembolü olabilecek derecede önemli bir gastronomik unsur olarak kabul görmektedir.

1.2 Gastronominin Tarihçesi

Antropologlara göre, gastronominin tarihsel süreci ilkçağlara kadar dayanmaktadır. İnsanlığın var olduğu günden bugüne hayatta kalabilmek için

beslenmenin vazgeçilmez bir ihtiyaç olduğu içgüdüsel olarak farkına varmış olan insanlar öncelikle doğadan avlandıkları hayvanların etleriyle yine doğadan topladıkları tohumlar, yeşillikler ve böceklerle hayatını idame ettirmeyi başarmışlardır. Yaklaşık 1,5 milyon - 2,5 milyon yıl önce yaşayan atalarımız, avcılık ve toplayıcılıkta basit aletler de kullanmaya başlayarak da daha verimli yiyecek tedarik yöntemleri geliştirmeye başlamışlardır (Manola ve Koufadakis, 2020: 84).

Ateşin bulunmasından sonra insanlar ilk pişirme yöntemlerini geliştirdiler. Bu yöntemler öncelikle yiyecekleri doğrudan ateş üzerinde kızartma yani kuru sıcakta pişirme, közleme, tütüleme gibi yöntemler olduğu bilinmektedir (Aydın, 2015: 3). Ateşin gastronomik faaliyetlerde kullanılmaya başlaması, pişirilen yiyecekleri hem kimyasal hem de biyolojik anlamda değişikliğe uğratmıştır. Yiyecekleri ateşte pişirmek, gıdalarda bulunan ve insan sağlığı açısından tehlikeli olabilecek parazit ve mikropları yok ettiği gibi, insanların en sevdikleri yiyecekler arasında olan meyveleri, mantarları, kabuklu yemişleri ve böcekleri de ateşte pişirerek onları rahatça çiğneyip sindirmelerine de katkı sağlamıştır (Kaplan ve Yurdugül, 2018: 584).

Neolitik Çağın başlaması ile sürekli hareket halinde ve yiyecek peşinde olan insanlar yerleşik hayata geçmiş ve bu dönemde tarım yapmaya başlamışlardır. Bu dönem gastronomide reform niteliğinde bir değişim yaratarak sadece avcılık ve toplayıcılıkla beslenen insanlar tarım ve evcil hayvancılığa dayalı bir yaşam biçimi ile gıda ihtiyaçlarını kendileri üretmeye başlamışlardır (Aytan, 2021: 981). Neolitik Çağ'da ateşe dayanıklı ve su sızdırmayan çanak çömleklerin yapılmasıyla sulu yemeklerin çömlekler içerisinde ateşte pişirme yöntemleri yani sulu sıcakta pişirme yöntemi de ortaya çıkmıştır (Aydın, 2015: 3).

İnsanların gastronomik tarihinde önemli bir yere sahip olan mutfak gereçlerinin üretimi öncelikle avlanan hayvanların kemiklerinden, boynuzlardan, derilerinden

veya toplanılan deniz kabuklarından yararlanılarak üretilmiştir. Daha sonra ahşaptan yapılan tabaklar, çanaklar ve kaşıklar mutfak araç gereçlerinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Metalin bulunması ile üretilen bıçak, çatal, kaşık, bardak, tabak ve kova gibi gereçler bu konuda bir reform yaratmıştır (Alkan, 2019: 5). Son yüzyılda plastiğin icadı ile özellikle ahşaptan ve metalden yapılmış olan birçok mutfak aleti yerini plastikten yapılmış olanlara bırakmıştır.

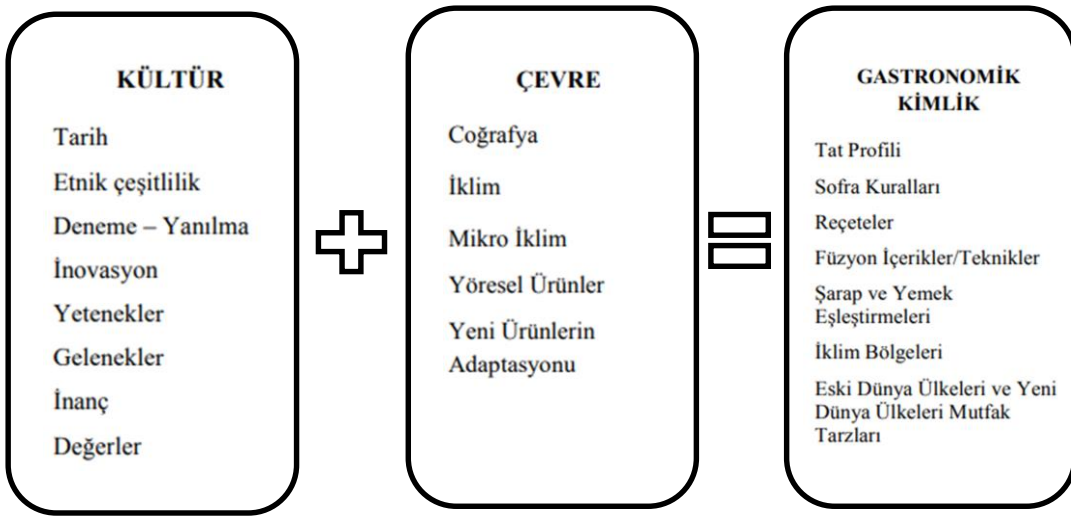
1.3 Gastronomik Kimlik Kavramı

Gastronomik kimlik, bir toplumun yaşadığı coğrafyanın ve sahip olduğu kültürel değerlerin etkisiyle gelişmiş yiyecek içecek kültürü olarak tanımlanabilir. Bu gastronomik kimlik içerisinde yer alan yiyecek ve içecekler yapım, tüketim ve saklama bilgileri zamanla o toplumun veya yaşadığı bölgenin adı ile özdeşleşmektedir. Örneğin Kıbrıs gastronomik kimliğinin vazgeçilmez bir unsuru olan Hellim adeta Kıbrıs'ın simgesel bir gastronomik ürünü olarak dünyada bilinmektedir.

Gastronomik kimlik, bir toplumun yiyecek-içecek ve beslenme kültürüne ait özgün gıda ürünleri, bunların hazırlanma ve sunum yöntemleri, kullanılan hammaddelerin üretilmesi veya toplanması çalışmaları ile yiyecek içecek kültürüne ait şenlikler ve festivalleri anlatmak için kullanılan bir olgudur (Köşker ve Albuz, 2018: 1243). Bir yörenin gastronomik kimliği, o bölgeye ait lezzetlerin tariflerinde baskın olan tatlar, yapım teknikleri ve sunum yöntemleri ile belirlenmektedir (Suna ve Alvarez, 2019: 172). Aynı zamanda bölgenin yiyecek içecek kültürünü yansıtan özellikleri de ön plana çıkararak bölgeyi turistik, ekonomik, gastronomik ve kültürel yönden tanıtmada çok önemli rekabet avantajları da sağlamaktadır (Başat ve Çelik, 2017: 65).

Gastronomik kimliğin oluşum süreci öncelikle, bir bölge mutfağını farklılaştıran özelliklerin neler olduğunun belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra

bölgede üretilen yöresel lezzetlere estetik bir değer kazandırılması ve bu mutfak kültürünün sahip olduğu yiyecek-içeceklerin taklit edilemez özelliklerini ön plana çıkararak üretilen gastronomik değerleri özgünleştirilerek bunların yöresel ve geleneksel ürün olarak sembolleştirilip bir kimliğe kavuşturulması şeklinde olmaktadır (Akbulut, 2019: 19). Bir bölgenin sahip olduğu Gastronomik kimliği oluşturan faktörlere ait bilgiler Şekil 1.1’de yer almaktadır (Uzut, 2016: 31).



Şekil 1.1: Gastronomik Kimlik Faktörleri
Kaynak: (Uzut, 2016: 31)

1.4 Gastronomi Kültür İlişkisi

Kültür, bir toplumu oluşturan bireylerin geliştirdiği ve toplumun geneli tarafından kabul görmüş olan; gelenek, görenek, örf, adet, inanç, manevi duygular, ritüeller, töre, müzik, eğlence, hüzn, hoşgörü, sanat, adalet, yaşam biçimi, gastronomi ve ahlaki değerler gibi ortak davranış özelliklerinin bütünüdür. Nesilden nesile aktarılacak sürdürülen kültürel yapı, bir toplumu diğerinden ayıran özelliklerden biridir.

Sosyal bir varlık olan insanların yaşamsal ihtiyaçlarından olan beslenme ve buna bağlı olarak tüketilen yiyecek ve içecekler, yaşanan coğrafya, bölgenin iklim

koşulları, su kaynakları, toprak yapısı, ekonomik imkanlar, sağlık durumu, inanç yapısı, alışkanlıklar ve en önemlisi ait olunan toplumun sosyal ve kültürel değerleri ile çok yakın ilişkilidir. Sosyokültürel bir özellik olan gastronomi kültürü ise, bir toplumda yaşayan insanların tükettiği yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında, sunumunda ve muhafaza edilmesinde geliştirdikleri yiyecek-içecek kültürü özelliklerini tanımlamaktadır. Bu kültürel yapı öncelikle o toplum içerisinde yaşayan insanlar tarafından kabul edilmekte zaman zaman da diğer toplumlar tarafından da beğenilmesi halinde yaşanan ülkede hatta bazen tüm dünyada kabul görerek ulusal veya uluslararası bir nitelik de taşıyabilmektedir.

İlk çağlardan beri insanların enerji ihtiyaçlarını karşılamak için tükettikleri yiyecek ve içecekler, özellikle ateşin bulunması ile zaman içerisinde değişik pişirme tekniklerinin geliştirilmesi ve sunum çeşitlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Çoğu zaman insanlar bir sofraya etrafında toplanarak yemek yeme alışkanlığı yanında, yemeklerde sohbet etme, müzik dinleme, şarkılar söyleme hatta oyunlar oynayarak eğlenme alışkanlıkları da geliştirerek yemek yemekten lezzet alma yanında eğlenerek keyif de almaya başlamışlardır.

Bir toplumun sahip olduğu gastronomik değerlerin kültürle ilişkisine örnek olarak, Antik Mısırda, Eski Yunan ve Roma İmparatorluğunda yaşayan insanlar yaşadıkları bölgede var olan veya imparatorluğun sahip olduğu geniş coğrafyalardan gelen birçok sebze, meyve, baharat, tahıl, baklagiller, hayvansal gıda ürünü ve mutfak araç gerecini kullanarak yiyeceklerini hazırlamaktaydılar. Daha sonra hazırladıkları yiyecek ve içecekleri yemek için toplandıkları sofralarda sohbet eder, müzik dinler, şarkılar söyler, danslar eder ve yemeği bir şölen ve eğlence havasında gerçekleştirirlerdi. Antik dönemin siyasal, ekonomik, bilimsel ve kültürel anlamda öne çıkmış olan birçok uygarlığa ait gastronomi kültür mirası günümüz dünyasında

gastronomide öne çıkmış olan birçok ülkeye ait beslenme alışkanlıkları, yemek kültürü, misafir ağırlama adetleri, sofrada adabı, yiyecek içecek ritüelleri gibi toplumsal kültür zenginliğinin de temelini oluşturmaktadır (İlhan, 2018: 22).

1.5 Yöresel Gastronomi Kavramı

Bir bölgenin sahip olduğu eşsiz benzersiz ve başka bölgelerde bulunmayan özelliklere sahip gastronomik değerler olarak tanımlanmaktadır. Yöresel gastronomi içerisinde o bölgede üretilen tarımsal ürünler, bölge mutfağında kullanılan evcil ve vahşi hayvanlar, bölge coğrafyasında doğadan toplanan bitkiler, meyveler, mantarlar ve bölgeyle özdeşleşmiş kolay taklit edilemeyen tüm yiyecek ve içecekler yer almaktadır. Aşağıdaki bölümde yöresel ürün ve yöresel gastronomik ürün kavramları açıklanmıştır.

1.5.1 Yöresel Ürün Tanımı

Yöresel ürünler, üretildikleri coğrafi bölge veya yörenin unvanı ile genellikle anılan, sahip oldukları bölge kaynaklı hammadde, işçilik, ustalık, estetik görünüş gibi özellikleri ile benzerlerinden daha lezzetli, daha sağlıklı ve daha kaliteli olduğu düşünülen ürünler, yöresel ürünler olarak tanımlanmaktadır. Yöresel ürünler öncelikle yiyecek içecek ürünleri ile sınırlandırılmış fakat daha sonraları yöresel el işleri de bu kapsama alınmıştır (Dokuzlu ve Aksoy, 2019: 98). Gıda ürünleri dışındaki yöresel ürünlere örnek olarak: İğne ve tığ işleri, ahşap oymacılığı, cam işleri, dericilik, dokumacılık, bakırcılık, bıçakçılık, urgancılık, hasırcılık, semercilik, demircilik, toprak ve seramik gibi ürünleri gösterebiliriz. Yöresel ürünler üretildikleri bölgenin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

1.5.2 Yöresel Gastronomik Ürün Tanımı

Yöresel gastronomik ürünleri, bir bölge gastronomik kimliği içerisinde yer alan; üretimi yapılan tarım ürünleri, doğadan toplanan sebze, ot, meyve ve mantarlar,

bölgeyle özdeşleşmiş yetiştiriciliği yapılan evcil hayvanlarla doğadan avcılık yolu ile elde edilen hayvanları kapsamaktadır. Ayrıca yine aynı bölgede mevcut yöresel yiyecek ve içecekler de yöresel gastronomik ürün olarak tanımlanmaktadır.

Turistik bir destinasyonda kullanılan yöresel gastronomik ürünler, destinasyonun rakip destinasyonlar karşısında daha farklı, rekabetçi ve güçlü olmasına katkı sağlamaktadır. Yöresel gastronomik ürünlerin önemli bir parçası olan yöresel yiyecek ve içeceklerin bölgede faaliyet gösteren restoranlarda temsilinin bölge turizmi başarısı açısından önemli bir rol üstlenmektedir. Yöresel ürünlerin restoran mönüleri içerisindeki yer alamaması ise tam tersine bölge turizmi için önemli bir başarısızlık olarak addedilmektedir (Nebioğlu, 2021: 1034).

1.5.3 Ticarileşme Potansiyeli Olan Yöresel Gastronomik Ürün Tanımı

Ticarileşme potansiyeli yüksek gastronomik ürünler, üretimi belirli bir coğrafi alanla sınırlı olan, üretiminde genellikle geleneksel yöntemler kullanılan, genellikle adı bölge ile özdeşleşmiş gastronomik ürünlerdir. Bu ürünler eğer yiyecek içecekse; yapım tekniği ve malzeme içeriği ile tarımsal bir ürün ise; sahip olduğu üretim tekniği, bitki ve ağaç çeşidi ve üretiminde kullanılan tohum türü ile hayvansal bir ürün ise; hayvan cinsi ile benzerlerinden ayrılan gastronomik ürünler, ticarileşme potansiyeli yüksek gastronomik ürün olarak tanımlanmaktadır.

Ticarileşme potansiyeli yüksek gastronomik ürünlerin ticari anlamda değerlendirilebilmesi, markalaşabilmesi ve tescillenebilmesi için öncelikle birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılarak envanterinin çıkarılması gerekmektedir. Bu çalışmalar kapsamında öncelikle bir literatür taraması yapılarak bilimsel kaynaklardan bölgede var olan yöresel ürünler hakkında bilgiler toplanmalıdır. Daha sonra konu ile alakalı taraflarla yapılacak yüz yüze görüşmeler yolu ile elde edilecek bilgilerle bir bölgede mevcut yöresel ürünlerin kapsamlı bir envanteri çıkarılmalıdır.

Her bölgeye mahsus onlarca hatta yüzlerce yöresel gastronomik ürün mevcuttur. Fakat bu ürünler arasından özellikle tescil edilebilir ve ticari anlamda markalaştırılarak kullanılabilir olanların seçilerek bu ürünlerin bölgeyi temsil eden bir markaya dönüştürülmesi son derece büyük önem arz etmektedir. Ülkemizde ve dünyanın birçok yerinde yöresel olarak üretilen çok miktarda yöresel gastronomik ürün olması nedeniyle, bu ürünleri markalaştırmak onlara benzerlerinden yüksek bir ekonomik değer katacağı açıkça görülmektedir. Bu konuya örnek olarak dünyanın birçok coğrafyasında bal üretimi yapılmaktadır. Fakat Türkiye'nin Karadeniz bölgesinde üretilen ve bal sektöründe uluslararası çapta bir marka olmuş yöresel coğrafi tescilli Anzer Balı diğer ballara göre çok yüksek fiyatlara satılan bir yöresel gastronomik ürün olarak bilinmektedir.

Genellikle tüketiciler belirli bir yöreye özgü ürünlere ilgi göstermekte ve çoğu zaman bu ürünlere daha fazla para ödemeye hazır olmaktadırlar. Yöresel gastronomik ürünler genellikle tüketiciler tarafından “daha taze”, “daha lezzetli”, “daha güvenilir” olduğu algısı mevcuttur. Ayrıca tüketiciler, yöresel ürünlerin benzerlerine göre daha kaliteli olduğunu düşünmektedirler (Güler, 2016: 18).

Dünyada marka olmuş, coğrafi tescile sahip ve üretimi sadece belirli bir coğrafi bölgeyle sınırlandırılmış yöresel ürüne örnek olarak Kıbrıs Commandaria tatlı şarabını gösterebiliriz. Bu şarap antik çağlardan beri Güney Kıbrıs'ta Commandaria Bölgesinde yer alan 14 köyde sadece üretimi yapılabilen bir şaraptır. Son milenyumdaki en iyi şarapları arasında gösterilen bu şarap benzerleri arasında oldukça yüksek bir satış fiyatına sahiptir (Papadopoulos ve Kounoudes, 2008: 117).

1.5.4 Yöresel Restoranı Tanımı

Yöresel restoranı, yöreye özgü gastronomik ürünlerin bölge halkının geliştirdiği üretim teknikleri ve sunum yöntemleri ile üretim ve satışını yapan yiyecek

içecek işletmesi olarak tanımlanmaktadır. Dünyanın hemen hemen her coğrafi bölgesinde yaşayan insanlar, yaşadıkları bölgedeki iklim koşulları, toprak yapısı, su kaynakları, ekonomik gelir düzeyi, sosyal, kültürel ve inanç yapısına göre şekillenmiş ve yöresel yiyecek içecek olarak tabir edilen birçok gıda ürünü üretmektedir. Bu rnlerin tamamı olmasa da bir kısmı ticari olarak da üretilip satılmaktadır. Yöresel gıda ürünleri genellikle, yapım, pişirme, saklama ve sunum yöntemleri ile diğer bölgelerden farklılık göstermektedir. Bu nedenle yöresel restoran olarak tabir edilen ve tarihin her döneminde ilgi çeken bu yiyecek içecek işletmeler yöresel gıda ürünlerinin korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

1.6 Gastronomide Marka ve Coğrafi İşaret

Bir yörenin tanınırlığı ve bilinirliğine katkı yapan en önemli unsurlardan birisi de yöreye özgü gastronomik değerlerdir. Yöresel gastronomik ürün olarak kimliklendirilen bu değerlerin korunması, ulusal ve uluslararası çapta tanınırlığının artırılması ve bu ürünlere bağlı bulundukları coğrafya ile özdeşleşmiş bir marka yaratılması son derece önemlidir. Bu bölümde marka kavramı, marka gastronomik marka tanımı ve coğrafi işaret tanımı konuları hakkında bilgiler yer almaktadır.

1.6.1 Marka Kavramı

Satışa sunulan ürünleri, tanımlamak ve benzerlerinden ayırmak için üreticilerinin kullandıkları isimler, tasarım, harfler, rakamlar, işaretler ve semboller olarak tanılanmaktadır. Marka rnlerin hangi kişi veya kurum tarafından üretildiğini belirtmek amacıyla kullanılan birtakım simgelerdir. Örneğin M. 3500’l yıllarda Mezopotamya’da üretilen bir çömleğin üzerinde bulunan mühürden ürünün hangi usta tarafından üretildiği anlaşılmaktaydı (Kaptanoğlu, Kılıçarslan ve Tosun, 2019: 250). Sanayi devriminin başlaması ile insanlar markayı sadece üreticinin kim olduğunu belirten semboller olarak görme algısı değişmiş ve markayı bir sembol olarak görme

yerine ürünlerin kalitesini benzerlerinden ayıran bir işaret olarak değerlendirmeye başlamışlardır (Yalım, 2018: 3). Marka ürünler genellikle benzerlerinden daha fazla talep görmekte, insanlar tarafından öncelikli olarak tercih edilmekte ve insanların zihinlerinde daha çok yer edinmektedir. Küresel rekabetin çok yoğun olarak hissedildiği ve markalar arasındaki rekabetin yoğun geçtiği günümüzde, marka üreticiler açısından önemli bir stratejik unsur olarak değerlendirilmektedir (Alagöz ve Bilgeoğlu, 2019: 84).

1.6.2 Marka İmajı

Marka imajı, tüketicilerin belirli bir marka hakkında elde ettikleri yazılı, sözlü ve görsel bilgiler doğrultusunda ve kendileri ile başkalarının yaşadıkları tecrübelerden yola çıkarak markaya karşı hissettikleri duygu, inanç ve düşünceler olarak tanımlanabilir. Aslında marka imajı, tüketicilerin gözünde markaya bir anlam ve değer kazandırma çalışmalarını içeren bir süreçtir (Karapınar, 2018: 131). Günümüzde tüketiciler birçok kaynaktan elde ettikleri bilgilerle bir markanın imajı hakkında fikir sahibi olabilmektedirler. Örneğin insanlar gastronomi turizmi kapsamında ziyaret etmeyi düşündükleri bir bölgenin marka imajı hakkında bilgilere, sanal dünyada turistik işletmeler hakkında müşteri yorumlarını yayınlayan www.tripadvisor.com gibi bir web sitesinden veya ziyaret edilecek olan bölgede faaliyet gösteren turistik işletmelerin web sitelerinde yayınlanan müşteri yorumlarını inceleyerek ulaşabilmektedirler.

1.6.3 Gastronomik Marka İmajı

Gastronomik marka ürünler, genellikle ait oldukları coğrafi bölge ile özdeşleşmiş, bu coğrafi bölgeye özgü tarihi, arkeolojik, sanatsal, doğal ve kültürel özellikleri nedeniyle bilinir hale gelmiş gastronomik ürünlerdir. Yöreyle özgü kaynakların katkısı ile yaratılmış gastronomik ürünler zamanla bölgenin adı ile

özdeşleşerek marka değeri kazanmaktadır. Uzun ve meşakkatli bir süreçten geçerek marka özelliği kazanan yöresel gastronomik ürünlerin ünü zamanla ulusal ve uluslararası çapta bilinmekte ve bir marka değeri de yaratabilmektedir.

Bir yörenin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklar yöresel gastronomik ürünlerin üretim ve satış kalitesine yansımakta bu durum da tüketici üzerinde olumlu etkiler yaratarak ürüne karşı güven, kalite imajı yaratmaktadır. Bu durum yöresel gastronomik ürünlerin piyasadaki benzerleri arasından ayrılmasına ve tüketicilerin gözünde öncelikle tercih edilecek bir markaya dönüşmektedir. Rekabetçilik açısından değerlendirildiğinde, bilinirliği artmış ve marka olmuş yöresel gastronomik ürünler üretildikleri bölge halkına, bölgenin ekonomik kalkınmasına ve bölgenin sahip olduğu gastronomik kimliğin sürdürülebilirliğine önemli katkılar sağlamaktadır (Başer ve Mutlu, 2016: 1).

İyi bir gastronomik imaja sahip yöreler, başarılı tanıtım faaliyeti ile desteklenmesi halinde bölgeye ait yöresel yiyecek içecek kültürü gastronomi turizm pastasından yeterince pay alabilmekte ve yöresel ürünlerine ulusal ve uluslararası çapta talep yaratabilmektedirler. Ayrıca, iyi bir gastronomik imaj, bölgede yapılan turizm faaliyetlerinin bütün yıla yayılmasına, bölge altyapısının gelişmesine, istihdam artışına, bölge halkının ekonomik kalkınmasına ve bölgenin yiyecek içecek kültürünün korunmasına da önemli katkılar sağlayabilmektedir (Yılmaz ve Gülşen, 2020: 3231).

Bir yörenin sahip olduğu yiyecek içecek kültürü, o yörenin marka imajında önemli bir rol üstlenmektedir. Bölgede üretilip satılan yiyecek ve içeceklerin kayıt altına alınması, üretim ve satışlarına standart getirilmesi, bölgeyle özdeşleşmiş ürünlerin yoğun bir şekilde tanıtılması ile tüm bu çalışmaların bölgede oluşturulacak bir merkez tarafından sıkı bir şekilde denetimi yörenin gastronomik anlamda bir üne sahip olmasına ve bu konuda markalaşmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

1.6.4 Coğrafi İşaret Kavramı

Dünyanın hemen hemen her bölgesini etkileyen küresel rekabet, yaygınlaşan fast food kültürü, bozulan ve kirlenen doğal çevre koşulları, doğal ortamda geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere olan talebi artırmıştır. Bu nedenle özellikle kırsal bölgelerde yaşayan üreticiler benzer ürünlerle aralarındaki farklılıkları ortaya koymak, bölgelerinde ürettikleri ürünlere marka değeri ve çekicilik kazandırmak ve tüketicilerin aldatılmasının önüne geçmek için ürettiklerini uluslararası geçerliliğe sahip yasalarla tescil ederek korumaya çalışmaktadırlar.

Coğrafi işaret kavramının kökeni Antik Mısır ve Antik Yunan da yapılan bazı uygulamalara dayanmaktadır. Antik Mısırdaki piramitlerin inşaatında çalışan tuğla üreticileri, inşaatla kullanılan tuğlalarla taşları coğrafi olarak işaretlemişlerdi. Bu yöntemle inşaatla kullanılan taşların geldikleri ocağın yerini ve taşların direncini belirtmek için dünyada ilk defa coğrafi işaretleme yapıldığı antik yazıtlardan tespit edilmiştir. Daha sonraları, antik Yunan uygarlığı döneminde Yunanistan'ın Thasos adasında üretilen şarapların kalitesini belirtmek için de yine coğrafi işaretleme yapıldığı tespit edilmiştir (Grote, 2009: 96). Türkiye'de yapılan coğrafi işaret tescili koruması Türk Patent Enstitüsü tarafından yapılmaktadır. Türkiye'de yapılan coğrafi işaret tescili koruması, diğer sınai mülkiyet haklarından farklı olarak tescili yapan kişi veya kuruma ürünün üretim ve satışı konusunda tekel hakkı tanımamaktadır. Yani yapılan tescil anonim bir niteliğe sahiptir. Bu korumanın temel gayesi, coğrafi işaret tescili ile korunan yöresel ürünün karakteristik özelliklerini kayıt almak ve taklit ürünlerin üretim ve satışının önüne geçmektir. Bu tescil hem üreticileri hem de tescilli ürüne güvenerek satın alan tüketicileri korumaktadır (Kırgız, 2017: 90).

Coğrafi işaretli ürünler, belirli bir coğrafik kökene sahip olan, bağlantılı olduğu coğrafi bölgeye mahsus üretim yöntemleri, yapılış teknikleri ve malzemelerle üretilip

karakteristik özellikleri bakımından benzerlerinden ayrılan ve üretildiği bölgeyle özdeşleşmiş ürünler olarak tanımlanmaktadır. Coğrafi tescilli ürünler genellikle gıda maddeleri ve el sanatı ürünlerden oluşmaktadır (Rahmah, 2017: 91).

Yöresel ürünleri orijinalliğinin korunmasına ve benzer veya taklitlerinden ayırt edilmesine karşı korumak amacıyla birçok ülkede bu konuda yasal düzenlemeler yapılmıştır. Coğrafi işaretleme ile ilgili yapılmış olan düzenlemelere örnek olarak; ülkemizin de bir parçası olduğu Avrupa coğrafyasında Fikri Mülkiyet Örgütü tarafından 1883 yılında yapılmış olan Paris Sözleşmesini ve 1958 yılında yapılmış olan Lizbon Anlaşmasını gösterebiliriz. Türkiye’de coğrafi işaretlerin tescil işlemleri Türk Patent Enstitüsü tarafından yürütülmektedir. Türkiye’de 1995 yılında “Coğrafi İşaretlerin Korunması” hakkında 555 sayılı kanun hükmünde kararname yayınlanmıştır. Ülkemizde Coğrafi işaretle korunacak ürünler: Yiyecekler, alkollü ve alkolsüz içecekler, tarımsal ürünler, el yapımı sanat ürünleri ve sanayi ürünlerinden olabilmektedir (Yenipınar ve Karacaoğlu, 2014: 14).

Yöresel ürünleri coğrafi işaretle tescillemenin en önemli yararlarından biri de ürüne uluslararası bir geçerlilik ve itibar kazandırmak, ekonomik katma değerini artırmak ve böylelikle üretildiği bölge kalkınmasına daha sonra da ülke kalkınmasına faydalı olmaktır. Yöresel ürünlerin sadece coğrafi işaretleme sistemi ile tescil edilmesi tabii ki yeterli olmamakta, tescilli ürünleri taklitlerine karşı korumak için üretildikleri bölgelerde çok sıkı bir denetleme mekanizması ile üreticileri ve satıcıları denetlemek gerekmektedir. Çünkü rağbet gören katma değeri yüksek yöresel ürünler çoğu zaman taklit ürünlerin tehlikesi ile karşılaşmaktadır. Yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescili, “Menşe Adı” ve “Mahreç İşareti” şeklinde iki gruba ayrılmaktadır. Menşe Adı ve Mahreç İşareti ile ilgili bilgiler aşağıdaki gibidir.

1.6.4.1 Menşe Adı

Menşe Adı ile tescil edilmek istenen yöresel bir ürünün yapım faaliyetlerinin tamamı, sadece belirli bir coğrafi bölge veya ülke sınırları içerisinde gerçekleştirilmesi, ürüne karakteristik özellik kazandıran tüm üretim aşamalarının ve yapım malzemelerinin ait olduğu coğrafi bölgede mevcut doğal kaynaklardan ve yaşayan insanların nitelik ve özelliklerinden kaynaklanması gerekmektedir. Menşe Adı ile coğrafi tescili yapılmış yöresel ürünlerin üretimi ait oldukları coğrafi bölge dışında yapılamamaktadır. (Köşker ve Özbey, 2021: 474). Menşe Adı ile tescillenmiş ürünlerin üretimi yapılan bölge halkına çok önemli ekonomik getiri sağlamakta ve ürünlerin dünyada bilinirliği artmaktadır. Örneğin, Rize'nin İkizdere ilçesi, Ballıköy Anzer Yaylası'nda üretilen bir gıda ürünü olan “Anzer Balı” Menşe Adı ile tescillenmiştir.

1.6.4.2 Mahreç İşareti

Mahreç İşareti ile tescil edilmek istenen yöresel bir ürünün, karakteristik üretim aşamalarından veya yapımında kullanılan malzemelerinden en az birisinin, ait olduğu coğrafi bölge sınırları içerisinde kaynaklanması gerekmektedir (Dayısoylu ve Ançel, 2017: 81). Mahreç İşareti ile coğrafi tescili yapılmış yöresel ürünlerin üretimi, orijinal karakteristik özelliklerin elde edilmesi şartıyla ait olduğu coğrafi bölge dışında da yapılabilmektedir. Örneğin, Gaziantep'te üretilen bir gıda ürünü olan “Antep Baklavası” Mahreç İşareti ile tescillenmiştir.

1.6.4.3 Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölge Ekonomisine Etkileri

Yöresel ve geleneksel ürünlere pazarlama gücü katan ve yasalarla koruma altında olan coğrafi işaret, diğer fikri ve sınai mülkiyet hakları olan “fikri-sanat eserlerindeki telif hakkı, marka, endüstriyel tasarım ve patentte” olduğu gibi üreticilere bireysel bir tekel hakkı vermemektedir. Coğrafi işaret tescili yapılan ürünler gerekli

Üretim Őartlarını yerine getiren tüm üreticilerine kollektif bir üretim hakkı vermektedir. Coğrafi işaret tescili yapılmış olan ürünlerin taklit edilmesi yasaktır. Coğrafi işaret tescili üreticileri koruması yanında tüketicilerin de aldatılması veya sahte ürün satın almalarının önüne geçilmesinde de önemli bir rol üstlenen bir unsurdur (Servet ve eviŐ, 2020: 112).

Yasalarla koruma altına alınmıŐ olan coğrafi tescili yapılmış yöresel ürünlerin üretildikleri kırsal bölge halkına önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır. Bu katkılar sadece üreticilerle sınırlı kalmamakta aynı zamanda üreticilere malzeme sağlayan tedarikçilere, dolaylı olarak ambalaj üreticilerine, reklam ajanslarına, nakliye işletmelerine de önemli ekonomik getiri sağlamaktadır. Ekonomik anlamda özellikle kırsal bölge kalkınmasında itici bir g yaratan coğrafi işaret tescilli ürünleri, aynı zamanda üretim yapılan bölgedeki istihdam artışına da destek sağlamaktadır. Ayrıca kırsal bölgelerde yaşayan ve sürdürülebilir kırsal bölge kalkınmasının önemli bir dinamiği olan ev kadınlarının, sadece ev iŐleriyle uğraşan bir kimlik dıŐına çıkararak, ekonomik hayata katılmalarına destek olan coğrafi işaret tescilli yöresel ürün üretimi, kırsal bölgede yaşayanların aile bütçesine de önemli bir destek yarattığı söylenebilir.

Bölüm 2

CİTTASLOW HAREKETİ VE SLOW FOOD

2.1 Cittaslow Hareketinin Tarihçesi

Cittaslow fikri, 1999 yılında İtalya'nın Toskana bölgesine bağlı Floransa ilinde yer alan Greve in Chianti kasabasının eski belediye başkanı Paola Saturnini, vizyonu doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Daha sonra ortaya konulan bu fikir, Bra şehri belediye başkanı Francesca Guida, Orvieto şehri belediye başkanı Stefano Cimicchi, Positano şehri belediye başkanı Domenico Marrone ve Slow Food hareketi kurucusu olan Carlo Petrini tarafından benimsenmiş ve *“yeni sürdürülebilir bir şehir kalkınma konsepti”* fikriyle kurulmuş ve ulusal boyuta taşınmıştır (Arıkan ve Edlinger, 2015: 5). Cittaslow kelimesi, İtalyanca şehir anlamına gelen Citta kelimesi ile İngilizce yavaş anlamına gelen Slow kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiş bir kelimedir. Bir sosyal farkındalık yaratma hareketi olan Cittaslow'un amacı küreselleşmenin insanlara dayattığı standart ve tek tip yaşam biçimini önlemek ve yöresel yaşam biçiminin ortadan kalkmaması için mücadele etmek ve bu konuda farkındalık yaratmak için başlatılmış olan bir harekettir (Demirkol ve Taşkiran, 2019: 61). Paolo Saturnini öncülüğünde başlayıp daha sonra İtalya'nın dört küçük şehrinin belediye başkanlarının desteğiyle bir belediyeler birliği ağına dönüşen Cittaslow, günümüzde 30 ülkede 262 şehre yayılarak dünya çapında bir Cittaslow şehirleri ağına dönüşmüştür. Cittaslow hareketinin amblemi, kabuğu üzerinde bir şehir taşıyan turuncu renkli bir salyangozdur (Alkan, 2020: 265). Yavaş ama kararlı bir şekilde hareket ederek büyümeyi sembolize eden bu amblem Şekil 2.1'de yer almaktadır (Korkmaz ve Atay, 2017: 8).



Şekil 2.1: Cittaslow Logosu
Kaynak: (Korkmaz ve Atay, 2017: 8)

2.2 Cittaslow Felsefesi

Cittaslow hareketi, sakin, rahat ve özgün bir şehir hayatı inşa etmek için çaba harcayan, geleneksel yöntemlerle üretimi destekleyen, yöresel ürün çeşitliliğini koruyan, insani değerlere önem veren, sürdürülebilir gelenekler üzerine inşa edilmiş, tarihi geçmişi önemseyen, çalışma temposu ağır, rahat bir yaşam tarzını teşvik eden bir sosyal harekettir (Presenza ve Alibrandi, 2014: 196). Cittaslow hareketi küçük ölçekli şehirlerde yaşamı teşvik eden, çevrenin korunması konusunda farkındalık yaratmak isteyen, yöresel lezzetlerin ve mutfak kültürünü korumak için mücadele eden, yemek pişirmeyi ve sunumunu bir sanat haline getirmek için efor sarf eden ve insanların “daha iyi yaşam koşulları elde ederek” yaşadıkları hayattan zevk almaları için mücadele veren bir harekettir (Matta ve Caballero, 2016: 2).

Uluslararası Cittaslow şehirler ağına katılabilmek için, yenilenebilir çevre dostu enerji kaynakları kullanımı yaygınlaştırmak, yeşil alanları çoğaltarak çevreyi koruma, tarihi ve kültürel miras anıtlarının bakımını ve estetik açıdan yenilemelerini yapmak, kişilerin ve işletmelerin ihtiyaçlarını karşılayan sürdürülebilir kentsel hareketlilik koşullarını oluşturmak, uygun altyapısı olan rekreasyon alanlarını inşa

etmek, turizm ve konaklama endüstrisinin gelişmesini sağlamak, organik tarım, geleneksel el sanatları ve mutfak kültürünü desteklemek, yerel ürünlerin üretim ve satışını teşvik etmek, bölge sakinlerinin ekolojik farkındalığını artırmak ve sosyal uyum içerisinde, paylaşımcı bir yaşam tarzını güçlendirmek gibi konulara önem verilmesi gerekmektedir (Horbliuk ve Dehtiarova, 2021: 51). Cittaslow felsefesini benimsemiş harekete üye veya üye olmak isteyen şehir sakinleri, yaşadıkları bölgede mevcut coğrafi özelliklerin, doğal çevrenin ve bölgede var olan insanlara ait yaşam kültürünün, tarihi, arkeolojik, sanatsal ve mimari kimlik dokusunu kullanarak yaşanacak stres ve yoğunluktan uzak, mutlu şehirler inşa etmek için çalışmaları gerekmektedir (Tayfun ve Acuner, 2014: 241).

Cittaslow felsefesine göre harekete üye olmak isteyen şehirlerde; tiyatro ve sergi salonları, kafeteryalar, restoranlar, el işi ve el emeği sanat eserlerinin üretildiği atölyeler, iyi düzenlenmiş tarihi meydanlar, parklar olan şehirler yaratma arzusu mevcuttur. Aynı zamanda, bu felsefeye uygun hale getirilecek şehirlerde, gelenekleri ve geçmişi özümsemiş, yöreselliğe bağlı ve kendini günümüze adapte etmiş esnafın iş yaptığı, her mevsimin özelliklerini yaşayarak keyifli bir yaşam olanağı sunduğu keyifli şehirler yaratma gayreti olan bir düşüncedir (Korkmaz ve Atay, 2017: 5).

Cittaslow felsefesini kabul etmiş insanların çevrelerine zarar vermeden, yaşadıkları şehirlerin özgün tarihi, arkeolojik, gastronomik, turistik ve sanatsal değerlerini ve mirası koruma ilkesi ile hareket etmeleri gerekmektedir. İnsanlar özünde bulunan ve yaşadıkları toplumun geleneksel kimliğine yansıyan insan sevgisi, imcece usulü iş yapma becerisi, yardımseverlik, duyguları ile geçmişe bağlı kalarak fakat kendilerini yaşadığımız bilişim çağı şartlarına göre de güncelleyerek, küreselleşmenin ve hızlı yaşam kültürünün hakim olduğu büyük şehir yaşantısı etkilerinden sıyrılmış bir yaşam alanları yaratmak için çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Cittaslow felsefesi

ayrıca, maddiyatın öne çıktığı bir dünya yerine geleneksel folklorik değerler olan, çocuk oyunları, şiirler, şarkılar, türküler, müzikler, eğlenceler, hasat şenlikleri, festivaller, yiyecek içecek ritüelleri ve içten dostlukları da yaşatan bir ruha sahip mutlu ve huzurlu şehirler yaratma projesi olarak da algılanabilir.

Tablo 2.1: Küresel Şehirler İle Cittaslow Şehir Yapılanmasının Karşılaştırılması

KARAKTERİSTİK ÖZELLİKLER	KÜRESEL ŞEHİRLER	CİTTASLOW ŞEHİRLER
	Tek tip	Özgün
	Eşitsizlikçi	Eşitlikçi
	Endüstriyel	Sanatsal
	Standartlara Bağlı	Standartlara Bağlı Olmayan
	Kurum Kaynaklı	Halk Merkezli
	Sürdürülebilir Olmayan	Sürdürülebilir
	Her Yerde Karşılaşılabilen	Otantik
	Yenilenebilir	Değerlerin Korunması Odaklı
	Yerel Kültüre Duyarsız	Yerel Kültüre Duyarlı
	Hızlı	Yavaş

Kaynak: (Yalçın, 2019: 211)

Cittaslow modelini kabul etmiş yavaş şehirlerin gelişim paradigması sadece şehirlerin sürdürülebilirliğinden ibaret değildir. Bu paradigma aynı zamanda akıllı şehirler, değişime açık (esnek) şehirler, rekabetçi şehirler, adil şehirler ve işbirliği ağı olan şehirler gibi kavramları da içine almaktadır. Bu paradigmanın nihai hedefinde, yavaş şehirlerin zaman içerisinde birer akıllı şehre dönüşümünün sağlanması vardır. Yavaş şehir paradigması Şekil 2.2’de yer almaktadır (Farelnik, 2020: 26).



Şekil 2.2: Yavaş Şehir Paradigması
Kaynak: (Farelnik, 2020: 26)

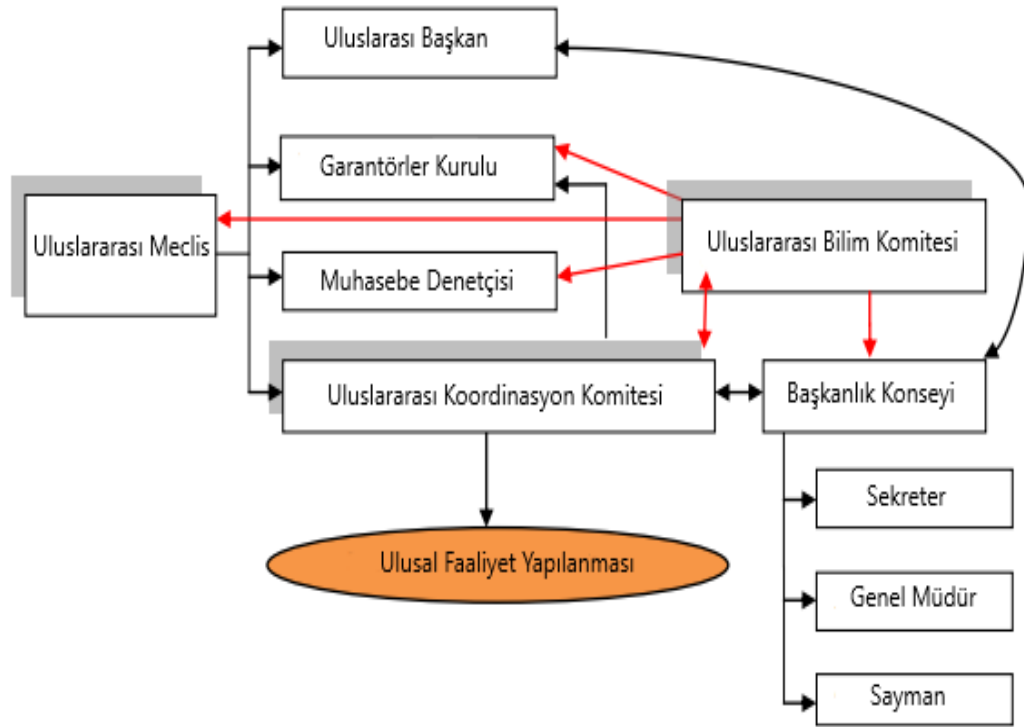
Cittaslow hareketine üye şehirlerin yerel yönetimleri ve sivil toplum kuruluşları; yönettikleri şehir sakinlerinin kişisel ekonomik kaygılarla; şehrin geleneksel mimari özelliklerine zarar vermelerine, şehrin sahip olduğu kültürel, sanatsal, tarihi ve arkeolojik mirasını hiçe sayılmalarına, geleneksel yöntemlerle yapılan ve biyolojik çeşitliliğe önem veren tarım uygulamalarını terk etmelerine, küreselleşmenin ve post modern yaşam kültürünün baskısı sonucu değer yargılarından uzaklaşmalarına, gelenek ve görenekleri hızla terk etmelerine karşı önlemler almaları gerekmektedir.

2.3 Cittaslow Organizasyon Yapısı

Uluslararası Cittaslow birliğinin stratejik planları, uluslararası operasyonları, üyelik başvuru kararları, mali işleri ile ilgili konuları yürüttüğü tüm çalışmalarını organize eden, denetleyen ve bu konularda gerekli toplantıları yapan hareketin organizasyon yapısı ve faaliyetleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki gibidir.

- **Uluslararası Meclis:** Uluslararası meclis, hareketin merkezi olan İtalya'nın Orvieto şehrinde her yıl düzenlenen toplantıları yapmakla görevli organdır. Uluslararası meclisin yürüttüğü işlere örnek olarak; hareketin stratejik planları yapmak, uluslararası koordinasyonu sağlamak ve tanıtım çalışmaları yürütmek gibi işleri gösterebiliriz (Aydoğan, 2015: 35). Uluslararası meclis üyeleri, üyelik aidatını ödemiş ve gerekli şartları yerine getirmiş olan harekete üye tüm şehirlerin temsilci delegelerinden oluşmaktadır (Tonk ve Selçuk, 2020: 190).
- **Uluslararası Koordinasyon Komitesi:** Cittaslow hareketinde üye ulusal ağ temsilcilerinden oluşan bir komitedir. Bu komite, hareketin faaliyetleri koordine eden ve işleyişinde karar verici konumda olan organdır. Cittaslow üyesi şehirlerin hareketin belirlediği kurallara uygun şekilde yapılanması için çalışmalar yürütür. Bu komite yılda en az iki defa toplantı düzenlemektedir. Bu komitenin 21 üyesi vardır. Bu üyeler, ulusal ağlardan 8 temsilci, İtalyan Cittaslow üyeleri 8 temsilci, 4 kurucu şehrin temsilcisi ve Slow Food temsilcisi 1 üyeden oluşmaktadır (Öztürk, 2012: 40).
- **Uluslararası Başkan:** Cittaslow hareketine başkanlık eden kişidir. Birliği temsil etme, denetleme ve uluslararası meclis ile koordinasyon komiteleri toplantıya çağırma yetkisi vardır.
- **Başkanlık Konseyi:** Konsey bir başkan ve 3 başkan yardımcısından oluşmaktadır. Birlik başkanı ile işbirliği yaparak gerektiğinde uluslararası meclisi toplantıya çağırır.
- **Garantörler Kurulu:** Hareket üyelerinin disiplinle alakalı yasal işlemlerini yürüten birimdir. Aralarından birisi başkan olan 3 üyeden oluşmaktadır. Bu kurul disiplin davalarını görüşür ve 60 gün içerisinde karara bağlar.

- **Uluslararası Bilim Komitesi:** Cittaslow hareketinin yürüttüğü faaliyetleri iyileştirmek, değişen dünya şartlarına uyum konusunda gerekli bilimsel desteği sağlayan, tavsiyelerde bulunan ve gerekirse bilimsel anlamda denetim yapan birimdir. Çeşitli bilim dallarında uzman bilim adamlarından oluşan bir birimdir.
- **Muhasebe Denetçisi:** Cittaslow hareketinin gelir ve gideriyle alakalı parasal işlerin gözlemleyen ve bu konuda denetçilik yapan birimdir. Genel kurul her 3 yılda bir muhasebe denetçisi atar (Aydoğan, 2015: 36).



Şekil 2.3: Cittaslow Hareketi Organizasyon Yapısı
Kaynak: (Öztürk, 2012: 42)

2.4 Cittaslow Üyelik Kriterleri

Cittaslow başvurusu yapacak olan şehirlerin öncelikle bu hareketin felsefesini benimsemiş olan bölge belediyesinin, diğer kamu kuruluşlarının ve en önemlisi aday şehirde yaşayan halkın istenilen üyelik kriterlerini yerine getirmek için çalışması

gerekmektedir. Cittaslow hareketine üye olabilmenin temel şartı, aday şehir nüfusunun 50.000'den az olmamasıdır. Cittaslow başvurusu yapabilmek için yerine getirilmesi gerekli diğer koşullar ise 7 başlık altında toplanmış 59 kriterden oluşmaktadır. Üyelik başvurusu yapabilmek için yerine getirilmesi gerekli koşullar ile ilgili bilgiler aşağıda yer almaktadır (Erdoğan, 2020: 110):

- Enerji ve Çevre Politikaları (11 Kriter),
- Kentsel Altyapı Politikaları (13 Kriter),
- Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları (9 Kriter),
- Misafirperverlik, Eğitim ve Farkındalık Politikaları (5 Kriter),
- Sosyal Uyum Politikaları (3 Kriter),
- Turizm, Tarım, Esnaf ve Sanatkarlarla İlgili Politikaları (11 Kriter),
- Slow Food Hareketi İle Ortaklık Politikaları (7 Kriter).

Cittaslow başvurusu yapan şehirlerin yukarıda ana başlıkları belirlenmiş kriterlere uyum konusunda yapılacak olan değerlendirmede en az 50 puan alınması gerekmektedir. Yapılacak olan puanlamanın Cittaslow hareketinin İtalya'da bulunan Uluslararası Koordinasyon Komitesi tarafından yeterli görülmesi halinde başvuruyu yapan şehir, yapılacak olan bir üyeliğe katılım töreniyle Cittaslow üyesi olmaktadır (Alagöz, 2018: 142).

Cittaslow üyesi şehirlerde yöresel lezzetlerin ve üretilen tarım ürünlerinin yaygınlaştırılması, korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için gerekli kriterler aşağıdaki gibidir (Özmen ve Birsen, 2016: 14):

- Organik tarımın geliştirilmesi için planlar yapılmalı,
- Restoran, okul kantini, kafeterya vb. yerlerde yerel organik malzemelerin kullanılması ve geleneklerin korunması

- Slow Food ile işbirliği yapılarak okullarda lezzet ve beslenme eğitimlerinin verilmesi
- Slow Food bünyesindeki ürünlerin ve gastronomik faaliyetlerin desteklenmesi
- Bölgeye ait tipik ürünlerin sayımı ve bunların pazarlanmasının teşviki (yerel pazarların kurulması ve uygun alanların tahsisi)
- Geleneksel yöntemlerle yetiştirilmiş yerel bitki türlerinin bulunduğu kent içi ve okul bahçeleri tasarlanması.

2.5 Türkiye Cittaslow Hareketi

“Türkiye’de Cittaslow hareketine ilk üye olarak kabul edilen şehir Seferihisar’dır. 2009 yılında Seferihisar şehri belediyesinin Cittaslow’a yaptığı başvuru kabul edilmiş ve İzmir bölgesinde yer alan Seferihisar, Türkiye’deki ilk yavaş şehir olmuştur. Seferihisar, üyelik için gerekli 50 kriterden yüzde 70’ini yerine getirerek Türkiye’nin Cittaslow başkenti ilan edilmiş ve Seferihisar belediyesi Cittaslow Türkiye koordinatörlüğü görevini üstlenmiştir” (Yazıcı ve Ekinci, 2017: 182).

Dünyadaki diğer Cittaslow üyesi şehirler gibi Türkiye’dekiler de, büyük şehirlerin yoğun temposundan kaçmak isteyenler tarafından bir sığınılacak liman gibi görülmektedir. Türkiye’deki Cittaslow destinasyon şehirler, genellikle yerel halkın doğayla bütünleştiği, doğaya saygılı, biyoçeşitliliğe önem veren tarım yapan, yörsel mutfak temelli beslenme alışkanlığını olduğu ve sürdürülebilir turizm ürünlerinin ziyaretçilere sunulduğu şehirler olma özelliği taşımaktadırlar. Türkiye’de Cittaslow ünvanı taşıyan şehirlerde, hareketin politikaları ve manifestosu doğrultusunda desteklenen şehirlerin altyapısı, mimari kültürünün sürdürülmesi, yerel halkın kalkınması, çevrenin korunması adına birçok proje, etkinlik ve faaliyet yürütülmektedir (Baldemir ve Şahin, 2013:77). 27 Kasım 2021 tarihinde İtalya’nın

Belluno şehrinde düzenlenen Cittaslow Uluslararası Koordinasyon Komitesi toplantısında Türkiye’den üç şehir düzenlenen sertifika töreni ile birliğe üye olmuş ve Türkiye’de birliğe üye şehir sayısı yirmibir’e yükselmiştir (cittaslowturkiye.org, 2021). Türkiyede 2021 yılı sonu itibaryle Cittaslow şehirlerin listesi Tablo 2.2’de yer almaktadır.

Tablo 2.2: Türkiye’deki Cittaslow Şehirler

No	Cittaslow Şehir	Şehrin Bağlı Bulunduğu İl	Üyelik Yılı
1.	Seferihisar	İzmir	2009
2.	Taraklı	Sakarya	2011
3.	Yenipazar	Aydın	2011
4.	Gökçeada	Çanakkale	2011
5.	Akyaka	Muğla	2011
6.	Perşembe	Ordu	2012
7.	Vize	Kırklareli	2012
8.	Yalvaç	Isparta	2012
9.	Halfeti	Şanlıurfa	2013
10.	Şavşat	Artvin	2015
11.	Uzundere	Erzurum	2016
12.	Eğirdir	Isparta	2017
13.	Gerze	Sinop	2017
14.	Göynük	Bolu	2017
15.	Mudurnu	Bolu	2018
16.	Köyceğiz	Muğla	2019
17.	Ahlat	Bitlis	2019
18.	Güdül	Ankara	2020
19.	Arapgir	Malatya	2021
20.	Foça	İzmir	2021
21.	İznik	Bursa	2021

Kaynak: (cittaslowturkiye.org, 2021)

2.6 Slow Food Hareketi

Slow Food hareketi, fast food yiyecek içecek kültürü ile dünya çapında standart bir şekle dönüşmeye başlayan ve yöresel yemek kültüründen uzaklaşmış beslenme kültürüne karşı bir protesto hareketi olarak ortaya çıkmıştır. İlerleyen zaman içerisinde Slow Food hareketi, “İyi, Temiz ve Adil” beslenme sloganı ile geleneksel ve yöresel yemek kültürlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için kapsamlı

alışmalar yapmaya başlamıştır (Demir, 2018: 204). Belirlenen slogan çerçevesinde çalışmaya başlayan Slow Food hareketi, öncelikle tarımsal faaliyetlerde insan sağlığına zararlı yöntemler kullanılmaması, insanların yedikleri içerisinde nelerin olduğu bilmesini, çevreyi koruyan bir hayat tarzını ve en önemlisi yeme içmeye gereken zamanı ayıran, mutlu aile ve arkadaş ortamında yemek yeme alışkanlığına dönüş yapmayı misyon edinmiş bir sivil toplum hareketine dönüşmüştür.

2.6.1 Slow Food Hareketinin Tarihçesi

Slow Food hareketi, 1986 yılında Romanın kalbi sayılan Pizza di Spagna bölgesinde bir fast food yiyecek zinciri olan McDonald's firmasının bir şube açmasını protesto etmek amacıyla başlamış bir harekettir. Slow Food hareketi, Fast Food tipi beslenme karşıtı olan İtalyan gurme ve yemek eleştirmeni Carlo Petirni tarafından “tat alma hakkını korumak” sloganı ile başlatılmış olan bir harekettir. Slow Food hareketi, ayaküstü beslenme alışkanlığı olan Fast Food yiyecek kültürüne karşı alternatif bir beslenme akımı geliştirmek, geleneksel yeme içme kültürlerini korunmak, yöresel biyolojik çeşitliliği esas alan organik tarım yöntemleri ile yerel gıdaları (şarap, Peynir, Meyve ve Sebze gibi) retmek için kurulmuş olan bir harekettir (Mayer ve Knox, 2006: 326).

Slow Food hareketi kendine sembol olarak, üzerinde evini taşıyan, ağır ağır temkinli ve oldukça dikkatli ilerleyerek inanılmaz derecede uzak mesafelere seyahat gerçekleştiren, gezdiği yerlerde bulduğu yiyeceklerle sürekli beslenen, geçtiği yerlerde her zaman izini bırakarak insanoğlunun yaşam mücadelesini ve yolculuğunu temsil eden Kırmızı Salyangozu seçmiştir (Yalçın ve Yalçın, 2013: 37). Slow Food hareketinin rehberi olan kırmızı salyangoz insanların: organik tarımdan elde edilmiş gıdalarla hazırlanan yöresel yemekleri, bunları hazırlayan iyi şefleri, hızlı yaşam kültürü ve Fast Food tipi beslenme alışkanlıklarından uzak Cittaslow şehirleri ve en

önemlisi lezzetli yöresel yemeklerin keyfini çıkararak, arkadaş hatta bir aile ortamında sofraları bulma şansı olduğunu ifade etmektedir. Slow Food hareketinin sembolü olan Kırmızı salyangoz şeklinde tasarlanmış logo Şekil 2.4’de yer almaktadır (Jarossova, 2019: 172).



Şekil 2.4: Slow Food Logosu
Kaynak: (Jarossova, 2019: 172)

2.6.2 Slow Food Felsefesi

Slow Food, geleneksel yöntemlerle yapılan yöresel üretimden uzaklaşmış, küreselleşmenin dayattığı tüketim odaklı ve tek tip yaşam şeklini benimsemiş toplumları tekrardan özüne döndürme amacıyla bir toplumsal mücadele başlatmış olan bir toplumsal harekettir. Bilişim çağı olarak nitelendirdiğimiz günümüzde insanlar, yiyecek içecek kültürü dahil hemen hemen her konuda hızlı ve aceleci bir yaşam biçimini benimsemişlerdir. Bu hareket, insanları özünde var olan kültürel kimliğine ve üretimden tüketime geleneksel yaşam biçimine tekrardan döndürmek, daha sakin, daha yavaş ve daha gelenekselci bir yaşam felsefesini tekrardan kazanmalarını amaçlayan bir harekettir. Slow food, yavaş hareket eden ve kültürel özüne bağlı kalarak bulunduğu durumdan keyif alan insanların yaşayacağı ortamın tekrardan

yaratılabileceği fikrini benimsemiş ve bunu dünya geneline yaymayı kendine ilke edinmiş bir toplumsal hareket özelliği taşımaktadır.

Slow Food, kaliteli ürünler üreten, biyolojik çeşitliliğe önem veren, adil bir tarımsal üretim beraberinde geleneksel yöntemlerle hazırlanmış eşsiz, benzersiz ve lezzetli yiyecek-içecek kültürünü ortaya çıkarmaktadır fikri temelinde şekillenmiş bir felsefeye sahiptir. Slow food yemek kültürü yiyeceklerin sadece düşük ateşte pişirilmesi anlamına gelmemektedir. Bu yemek kültürüne göre yiyeceklerin, bir aile veya arkadaş ortamında, güzel bir sohbet eşliğinde, yemek yemeye gereken zaman ayrılarak yenmesi felsefesini benimsemiş bir yiyecek akımıdır (Bucak ve Turan, 2016: 211). Slow Food, Fast Food yemek kültürünün yapmadığı; mevsiminde üretilen sebzeler, meyveler ve diğer taze gıda ürünleri, katkısız, doğal ve sağlıklı hammaddelerle, geleneksel ve yöresel yöntemlerle hazırlayarak sunmayı telkin eden bir beslenme kültürünü savunmaktadır (Uslu ve Karabulut, 2019: 2167).

Slow Food kurucusu Carlo Petrini, yediğimiz yiyecekleri sadece bir fizyolojik ihtiyacımızı giderme amaçlı tüketme yanında yediklerimizden keyif alma hakkımızın olduğunu savunmaktadır. Petrini, soframıza gelen her yiyeceğin dünyayı etkileyen sorunlarla doğrudan bir ilişkisinin olduğunu belirtmektedir. Örneğin et ihtiyacımız için yetiştirdiğimiz hayvanların üretiminde çevreye zararlı gazlar atmosfere salınmakta veya zirai faaliyetlerde kullanılan ilaçlar çevreyi ve su kaynaklarını kirletmektedir. Slow Food hareketi ayrıca soframıza gelen yiyeceklerin kültürler, tarihi, sanatsal, politik ve sosyolojik bir boyutunun olduğunu da unutmamamız gerektiğini hatırlatmaktadır (Yalçın ve Yalçın, 2013: 37).

2.6.3 Slow Food Manifestosu

İtalyan gurme Carlo Petrini öncülüğünde başlamış daha sonra dünya genelinde kabul görmüş bir sivil toplum hareketi Slow Food manifestosu bir grup aktivist

tarafından hazırlamıştır. Bu manifestoya göre; tadın standartlaşması, biyolojik çeşitliliğin tehdit edilmesi, çevrenin tahrip edilmesi, küçük üreticinin yok edilmesi, yerel sebze, meyve ve tahılların çeşitliliğinin yok edilmesi ve yerel kültürel kimliğin yıpratılması gibi küreselleşmenin olumsuz sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle Slow Food hareketi, fast food kültürünün yiyecek içecek üretim ve tüketim davranışını bozduğunu vurgulamaktadır. Bu manifestonun amacı sadece dünyayı saran fast food beslenme kültürüne karşı bir eylemden çok küreselleşen ve standartlaşan yiyecek ve içeceklere yerel ve yöresel seçenekler sunmaktır (Sağır, 2017: 52).

Slow Food manifestosu, 2021 yılı itibarıyla, 160 ülkede, 1.000.000 civarında gönüllü destekçi, 1500 yerel derneğe (Convivia) üye 100.000'den fazla hareket üyesi, 2.400 adet kaliteye büyük önem vererek sürdürülebilir gıda üretimi yapan topluluk tarafından kabul görmektedir (www.slowfood.com, 2021). 1989 yılında 15 ülkenin imzaladığı Slow Food hareketinin manifestosunda belirlemiş olan ana hedefler (Chaffee, 2018: 1) ve (Simonetti, 2012: 2):

- Yenilen yemeğin zevkine vararak beslenme alışkanlığı edinmek,
- Farklı yemek tarifi ve bunları lezzetlerini takdir etmek,
- Çeşitli gıda üretim yerlerini ve bunların çalışma şekillerini tanımak,
- Mevsim değişikliklerine ve bu dönemlerde yapılan festivallere saygı duymak,
- Kalitesiz, standart ve sahte gıda ürünlerine karşı bir savunma olarak doğru gıda üretimi hakkında sürekli eğitimi desteklemek,
- Geleneksel yöntemlerle üretim yapan yöresel mutfakları korumak,
- Tükenme tehlikesi olan sebze, meyve ve hayvan türlerini korumak,
- Aşırı yoğun bir tarımsal üretim yerine daha az miktarlarda adil ve temiz gıda üretimini desteklemek,
- Biyoçeşitliliği ve insanların sağlıklı beslenme hakkını korumak,

- İnsanoğlunun özüne dönerek, sahip olduğu bilgelikle, kendisine dayatılan hızlı yaşam kültürü ve Fast Food beslenme alışkanlığından kendisini kurtarmak,
- Aile ve arkadaş ortamında, uzun süreli yemeğin keyfine ve lezzetine vararak beslenme alışkanlığına geri dönmek,
- Verimlilik adına dayatılan hızlı yaşam ve üretim çılgınlığına karşı topraklarımızı, havamızı, suyumuzu kısaca çevremizi ve doğamızı korumak,
- Geleneksel yöntemlerle yapılan tarım hayvancılık kültürünü koruyarak üretmek ve sahip olduğumuz yöresel mutfak temelli besleneme alışkanlığına önem vermek ve bunu sürdürerek gelecek nesillere aktarmak.

Bölüm 3

CİTTASLOW GÖKÇEADA (İMROZ)

3.1 Gökçeada (İmroz) Tarihi

Antik çağda İmbros olarak bilinen Gökçeada'nın isimi Luwi dilinde “Yüce Ana Tanrıça” anlamına gelen “İmaura” kelimesinin Helen dilinde önce İmuros daha sonra da İmbros'a dönüştürülmesinden geldiği düşünülmektedir (Güler, 2018: 21). Antik dönem yazarlarından Plinius eserlerinde Gökçeada'nın ismini Imbrus veya Imbros olarak yazmıştır. Piri Reis'in Kitab-ı Bahriye eserinde Gökçeada'dan İmroz olarak bahsetmiştir. Osmanlı döneminde Gökçeada'nın ismi İmroz olarak değiştirilmiştir (canakkale.ktb.gov.tr, 2021).

Gökçeada'da ilk insan yerleşimi ile ilgili bilgilere adanın Güneybatısında yer alan Uğurlu köyünde bulunan ve *Zeytinlik Höyüğü* olarak adlandırılan bölgede yapılan arkeolojik kazılarda ulaşılmıştır. Kazılardan elde edilen bulgulara göre Gökçeada'daki ilk insan yerleşiminin M.Ö 6500 yıllarına kadar gittiği tespit edilmiştir. Yapılmış olan bu çalışmalar neticesinde, adada yerleşik hayatın günümüzden yaklaşık 8500 yıl öncesinde var olduğu kanıtlanmıştır (Öner ve Vardar, 2017: 204).

Günümüzden 5000 yıl önce kurulduğu anlaşılan *Yeni Bademli Höyüğü*, Erken Bronz Çağı'nın ilk yarısına (M.Ö. 3000) kadar varlığını korumuş olan bir yerleşmedir. Yeni Bademli höyüğünün yer aldığı Gökçeada, Ege bölgesinden tarih öncesi döneme (Prehistoria) ait bilgi elde edilebilen tek merkez olma özelliği taşımaktadır. Bu höyükte 1996 yılından beri sürdürülen arkeolojik çalışmalarda, bu bölgede yaşamış olan insan

topluluklarının sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetleri hakkında bilgilere ulaşılmıştır (Hüryılmaz, 2007: 33).

Gökçeada'nın tarih öncesi yerleşiklerinden bir diğer uygarlık da Akalardır. Bir şehir devleti olan Akalar adanın kıyılarını taştan yaptıkları surlarla koruma altına almışlardı. Günümüzde bu surların hiçbir kalıntısı bulunmamaktadır. Adayı daha önce kontrol etmiş diğer uygarlıklar gibi Akalar da adada uzun süre durmamışlardı (Kahraman, 2005: 27). Tarihi kaynaklara göre Gökçeada birçok devletin egemenliği altına girmiştir. Doğu Ege adalarından biri olan Gökçeada'nın tarihi geçmişi kronolojik olarak sıralandığında Gökçeada; Pelasglar, Persler, Atinalılar, Romalılar daha sonraları Roma İmparatorluğunu ikiye ayrılması ile ada Bizanslıların yönetimine girmiştir. Daha sonra Latinler, Venedikliler, Cenevizliler ve Osmanlı İmparatorluğu yönetimine girmiştir. En son olarak da ada 24 Temmuz 1923 yılında imzalanan Lozan Barış Antlaşması ile Türkiye Cumhuriyeti topraklarına fiilen katılmıştır (Güler, 2018: 22-27).

Gökçeada'nın Antik Çağdaki en önemli yerleşim bölgesi bugünkü Kaleköy'dür (Kastro). Bu bölgede Bizanslılar döneminden kalma surlarla çevrili günümüzde çok az kısmı ayakta kalmış bir Ceneviz kalesi mevcuttur. Kaleköy yakınlarında adaya adını vermiş olan antik İmbros kenti kalıntıları bulunmaktadır. Kaleköy ve Bademli köyü Roma döneminde de önemli yerleşim yerlerindendir.

3.2 Mitolojide Gökçeada (İmroz)

Çorak topraklarda bereket tanrısı olarak adlandırılan Imbrasos'un bolluk diyarı olarak bilinen İmroz bugünkü adıyla Gökçeada Homeros'un İlyada destanında deniz tanrısı Poseidon'un adası olarak geçmektedir (Ören, 2020: 37). Homeros tanrı Poseidon'un sahibi olduğu kanatlı atları Tenedos (Bozcaada) ve İmroz (Gökçeada) arasında kalan denizin altındaki bir mağaraya bağladığını anlatmaktadır (Güler, 2018:

21). Yine antik çağ yazarlarından Byzantium’lu Stephanus ise bölge halkları olan Kabeiroi ve Kariyalıların, Gökçeada’dan Hermesin kutsal yeri Imbrosos olarak bahsettiklerini ve bu adada yaşayan halka da Imbrososlular dendiklerini yazmıştır (Özbek, 2008: 60).

3.3 Gökçeada Coğrafyası ve Doğal Çevre Özellikleri

Gökçeada, Semadirek, Limni, Bozbaba, Bozcaada ve Tavşan adaları’nın da içinde bulunduğu Boğazönü adaları olarak bilinen bölge içerisinde yer almaktadır. Çanakkale iline bağlı bir ilçe olan Gökçeada 279,2 kilometre karelik yüzölçümü ile Türkiye’nin en büyük adasıdır (Emeç, 2018: 4).

Gökçeada, jeolojik olarak 2-2,5 milyon yıl önce ana kıttadan ayrılmıştır. Adanın jeolojik yapısı, Gelibolu Yarımadası ile yakın bağlantı göstermektedir. Genel olarak yükseltisi fazla olmayan Gökçeada’nın en yüksek noktası 678 m ile Tepeköy’dedir. Adanın konumu nedeniyle, geçiş iklim özelliklerinin hakim olduğu bir bölgedir. Adadaki iklim karakteristiğı Akdeniz iklimidir. Rüzgarlı ada olarak da bilinen Gökçeada, her mevsim genellikle Kuzeyden esen sert rüzgarların etkisi altındadır (Kılıç, 1987: 2).

Gökçeada’nın hakim vejetasyonu orman ve makidir. Adadaki ormanlarda bulunan ağaç türleri olarak; Karaçam, Kızılçam, Meşe, Ardiç, Ahlat, Yabani Armut ve Kocayemiş ağaçları vardır. Adadaki ormanlarda ayrıca Akdeniz bitki örtüsü olarak bilinen maki türü bitki ve bodur ağaçlara da sıklıkla rastlanmaktadır. Gökçeada’da yaygın olarak bulunan maki türleri; Yabani Böğürtlen, Kuşburnu, Katırtırnağı, Ilgın, Zakkum, Hayıt, değişik türde Kekikler, Karaçalı, Geven, Yabani Zeytin, Sandal Ağacı, Laden, Menegiç gibi bazı bodur ve dikenli ağaçlarla fundalıklardır (Özdemir ve Ayhan, 2020: 88).

3.4 Gökçeada'nın Yerleşim Yerleri

Gökçeada'da geleneksel taş mimari ile yapılmış evlerin bulunduğu yüzlerce yıllık tarihi bir geçmişe sahip Rum köyleri ile adanın merkezi olarak bilinen bir yerleşim yeri vardır. Ayrıca adaya sonradan iskan yolu ile gelmiş insanlar için yapılmış modern betonarme evlerin bulunduğu köyler vardır. Adadaki yerleşim yerleri hakkında ayrıntılı bilgiler aşağıdaki gibidir.

- **Merkez:** Büyük bir çoğunluğu eski taş mimari örneklerinden olan evleri ve çamaşırhanelerin, ibadethanelerin, okulların ve iş yerlerinin bulunduğu bir yerleşim yeridir. Adanın ticari merkezi konumunda olan Merkezde birçok yiyecek içecek işletmesi, kasaplar, manavlar, bakkallar, pastaneler, oteller, pansiyonlar, turistik hediyelik eşya satıcıları, zeytinyağı fabrikaları, banka şubeleri, açık hava sineması, açık ve kapalı pazar yerleri, yüksekokullar ve diğer kamu kurumları vardır. Ada vapur seferlerinin yapıldığı Kuzulimanı'na 7 km uzaklıktadır.
- **Zeytinli:** Zeytinli köyü, adadaki en güzel taş mimari binaların bulunduğu yerleşim yerlerinden birisidir. Köye adını veren zeytin bahçeleri içerisinde yer alan bu köyde, butik oteller, pansiyonlar ve yöresel yemeklerin tadılabileceği restoranlar vardır. Köyde faaliyet gösteren kafelerde dibek kahvesi ve sakızlı muhallebi satışı yapılmaktadır. Turizm sezonu olan yaz aylarında ada dışında yaşayan Rumların yaz tatillerini geçirmek için köye dönmesi ile köy nüfusu oldukça kalabalık olmaktadır. Zeytinli köyü turistlerin gezmeyi en çok tercih ettikleri yerlerden birisidir.
- **Tepeköy:** Yüksek bir tepe yamacında kurulmuş olan bir köydür. Tepeköy'de çok güzel taş mimari binalar, kiliseler, okullar, çamaşırhaneler ve çeşmeler bulunmaktadır. Yaz aylarında oldukça kalabalık olan bu köyü özellikle Ağustos ayında yapılan Paskalya etkinliklerini izlemek ve köyde faaliyet gösteren tavernalarda yemek yemek için gelen çok sayıda turisti ağırlamaktadır. Tepeköy'de

Çınar Altı olarak bilinen bölgede, doğal kaynak sularının aktığı bir piknik ve mesire yeri de bulunmaktadır.

- **Dereköy:** Dereköy, adanın en yüksek rakımlı yerleşim yerlerinden biridir. Türkiye'nin 1950'li yıllarda hane sayısı bakımından en büyük köylerinden biri olan Dereköy, eski taş mimari ile yapılmış evleri, kiliseleri, dükkanları, zeytinyağı fabrikası, rüzgarla çalışan un değirmenleri, çamaşırhaneleri, kahvehaneleri, sineması olan Gökçeada'nın en büyük yerleşim alanına sahip köyüdür (Kahraman, 2005: 35). Şuan köydeki binaların büyük bir kısmı harap olmuş durumdadır. Fakat son yıllarda köydeki yıkık durumda olan evler sahipleri tarafından tamir edilmeye başlanmıştır. Ada merkezine 12 km uzaklıktadır.
- **Şirinköy:** Bulgaristan'dan (Filibe, Şumnu ve Kırcaali bölgelerinden) göç eden Türklerin iskan edildiği küçük ve şirin bir köydür. Köyde bulunan tatlı su göleti sayesinde sulu ziraat yapılmaktadır. Köyde çok sayıda zeytin ağacı olması sayesinde zeytin ve zeytinyağı üretimi de yapılmaktadır. Köyde son yıllarda pansiyonculuk faaliyetleri de başlamıştır. Ada merkezine 20 km uzaklıktadır.
- **Uğurlu Köyü:** Muğla, Milas ve Burdur bölgesinden adaya iskanla gelen ailelerin yerleştirildiği bir köydür. Türkiye'nin en batısında yer alan bu köyde adanın en güzel koylarından biri olan Gizli Liman plajı, göletler, çam ormanları ve zeytin bahçeleri vardır. Gün batımı seyri ve yaz aylarında plajı için gelen çok sayıda turisti ağırlayan bir köydür. Köyde konaklamak için birçok pansiyon da mevcuttur. Ada merkezine 24 km uzaklıktadır.
- **Eşelek:** Çanakkale Biga bölgesinde yer alan Eşelek köyünden Gökçeada'ya iskan yolu ile gelmiş insanların yaşadığı bir köydür. Köyün sınırları içerisinde turistlerin en çok ziyaret ettiği plajları, Türkiye'nin en önemli rüzgar sörfü ve uçurtma (kite) sörfü yapılan sahilleri, flamingoları ve şifalı çamuru ile ünlü Tuz Gölü Lagünü

bulunan küçük ve şirin bir köydür. Köyde bulunan gölet ile zengin tatlı su kaynağı sayesinde bölgede bol bol sebze ve meyve yetiştirilmektedir. Son yıllarda Eşelek köyünde ev pansiyonculuğu da gelişme göstermiştir. Ada merkezine 7 km uzaklıktadır.

- **Kaleköy:** Antik limanı, Ceneviz Kalesi ve taş mimari şeklinde yapılmış evlerin bulunduğu çok eski tarihi geçmişi olan bir köyüdür. Köyün deniz kenarında olması nedeniyle sahilde faaliyet gösteren çok sayıda restoran vardır. Köyde ayrıca Gökçeada belediyesi tarafından oluşturulmuş turistik hediyelik satıcılarının faaliyet gösterdiği bir alan bulunmaktadır. Köyde birçok pansiyon da faaliyet göstermektedir. Yaz aylarında adayı ziyaret eden birçok turist bir tepe üzerinde bulunan kaleye çıkarak gün batımını izlemektedir. Ada merkezine 6 km uzaklıktadır.
- **Bademliköy:** Taş mimari yöntemiyle yapılmış binaların bulunduğu bir yerleşim yeridir. Köyde taştan yapılmış evler, çamaşırhane, kilise, okul binası ve koruma altında olan yaklaşık altı yüz yaşında bir anıt çınar ağacı vardır. Ada merkezine 4 km uzaklıktadır.
- **Yeni Bademli Köyü:** Isparta'dan ve Karadeniz bölgesinden adaya iskanla gelen çiftçi ve balıkçı ailelerin yerleştirildiği bir köydür. Köy sınırları içerisinde turistlerin en çok ziyaret ettiği plajlardan biri olan Yıldızkoy vardır. Köyde ayrıca Türkiye'nin ilk ve tek Sualtı Milli Parkı bulunmaktadır. Bu köyde yaşayanların tamamı pansiyonculuk ve sulu ziraatla uğraşmaktadır. Adanın en verimli sulu tarım yapılabilen ovası olan Bademliköy ovası da bu köy sınırları içerisinde yer almaktadır. Gökçeada'da mevcut olan havaalanı da Bademliköy sınırları içerisinde bulunmaktadır. Ada merkezine yürüme mesafesinde olan bu köy merkeze yaklaşık olarak 4 km uzaklıktadır.

3.5 Gökçeada'nın Turizm Potansiyeli

Türkiye'nin en büyük adası olan Gökçeada, binlerce yıllık insanlık tarihi geçmişiyile, bozulmamış doğası, bölgeye özgü taş mimari ile inşa edilmiş köyleri, günümüze kadar korumayı başardığı mutfak kültürü ve 2011 yılından beri aldığı dünyanın ilk ve tek Cittaslow adası unvanı ile günümüzde oldukça popüler bir turizm merkezi olma özelliği taşımaktadır. Adaya ulaşım deniz yolu ile sağlanmaktadır. Adaya modern bir havalimanı yapılmasına rağmen çok kısa süreliğine çalıştırıldıktan sonra seferlere ara verilmiştir. Gökçeada'da var olan yöresel yiyecek içecek kültür potansiyelinin değerini artırmak için adada onlarca yıldır birlikte yaşayan Rum ve Türk halklarına ait mutfak kültürleri turizm ortak paydasında birleştirilerek gelen ziyaretçilere sunulmaktadır.

Gökçeada'da, bozulmamış temiz kumsalları olan ıssız koyları, Türkiye'nin ilk Sualtı Milli Parkı, flamingoların yıl boyunca konakladığı tuz gölü ve şifalı çamuru, şelaleleri, baraj ve göletleri, zengin flora ve faunası, jeolojik kaya oluşumları, Prehistorik arkeolojik kazı alanları, tarihi zeytin ve çınar ağaçları, müzesi, açık hava sineması, rüzgarla çalışan un değirmeni kalıntıları, zeytinyağı değirmenleri, adanın muhtelif bölgelerinde yer alan kaleleri, antik limanı, rüzgar sörfü ve uçurtma (kite) sörfü yapılan plajları, her yıl Ağustos ayında adada yaşayan Rumların düzenlediği Paskalya etkinlikleri, adanın turizm ve gastronomisine bilimsel anlamda katkı sağlayan yüksekokulları ile çok zengin bir turistik destinasyondur.

Adanın organik tarım ve hayvancılık teşvikli bölge olması ile sağlıklı yiyecek içecek konusunda hassas olan turistlerin de önemli bir çekim noktası olma özelliğini korumaktadır. Ada, organik zeytin, zeytinyağı, Türkiye'de tek olan serbest hayvancılık sistemiyle sadece doğadaki otlar ve meyvelerle beslenerek yarı yabani olarak yetiştirilen İmroz Koyunu ve Keçisi ile organik et ve keçi sütünden yapılan keçi peynir

üretimi konusunda da iddialı bir yerdir. Adada ayrıca organik arıcılık da yapılmakta ve başta bal olmak üzere diğer arıcılık ürünlerinin üretim ve satışı da yapılmaktadır.

3.5.1 Deniz-Kum-Güneş Turizmi Potansiyeli

Gökçeada'nın sahip olduğu eşsiz doğal kumsallarla kaplı plajları, yaklaşık olarak yılın altı ayında deniz kum güneş turizminin yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Adanın doğal güzelliği korunmuş, deniz kirliliği olmayan, betonlaşmadan ve çevre kirliliğinden uzak, sessiz ve sakin çok sayıda plajı bulunmaktadır. Bu nedenlerle Gökçeada deniz-kum-güneş turizmi bakımından son yirmi yılda çok sayıda yerli ve yabancı turistin ilgisini çeken bir turistik destinasyon olmuştur. Adanın bu turizm çeşidine hizmet vermekte olan plajları: Kuzu Limanı Plajı, Kefaloz Plajı, Eşelek Plajı, Laz Koyu, Uğurlu Gizli Liman Plajı, Yıldızkoy Plajı ve çok sayıda küçük doğal koylar bulunmaktadır.

3.5.2 Tarihi ve Arkeolojik Turizm Potansiyeli

Gökçeada'nın 8500 yıllık insanlık tarihi geçmişiyle adada mevcut olan birçok tarihi ve arkeolojik eser mevcuttur. Adada Kaleköy, Dereköy ve Şirinköy yakınlarında üç adet kale kalıntısı, Kefaloz bölgesinde kaya mezarları, Bademliköy ve Uğurlu köyde iki adet Prehistorik çağa ait arkeolojik kazı alanı, her yerleşim yerinde mevcut tarihi çamaşırhaneler, rüzgarla çalışan un değirmen kalıntıları, tarihi cami ve çok sayıda kilise ve geleneksel taş mimari ustalığı ile yapılmış eski Rum köyleri bulunmaktadır.

3.5.3 Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Gökçeada'nın tarihi geçmişinden kaynaklanan zengin bir gastronomi kültürü mevcuttur. Adada coğrafyasının sağladığı malzemelerle yüzyıllardır yapılmakta olan birçok yöresel gastronomik ürün bulunmaktadır. 2011 yılından sonra Gökçeada'nın dünyanın ilk ve tek Cittaslow adası olması nedeniyle uluslararası tanınırlığı artmış ve

adanın sahip olduğu yöresel lezzetleri üretim ve sunumuna daha çok önem verilmeye başlanmıştır. Gökçeada coğrafyasından sağlanan malzemelerle yapılan çok sayıda yiyecek ve içecek mevcuttur.

3.5.4 Spor Turizmi Potansiyeli

Gökçeada'da rüzgar sörfü ve uçurtma (kite) sörfü, doğa yürüyüşü (trekking) ve bisiklet turu gibi çeşitli sportif turizm olanağı vardır. Ayrıca ada mevcut sualtı milli parkı ve kıyılarda dalış turizmi olanağı da mevcuttur. Adaya yabancı ülkelerden sörf turizmi amaçlı birçok turist gelmektedir.

3.5.5 İnanç Turizmi Potansiyeli

Gökçeada'da yaşayan Rumların her yıl düzenledikleri Paskalya etkinlikleri kapsamında adayı ziyaret eden çok sayıda turist vardır. Bu kapsamda adayı ziyaret eden turistlerin büyük bir çoğunluğu Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde ikamet eden Gökçeadalı Rumlardan oluşmaktadır.

3.6 Gökçeada'nın Tarım ve Hayvancılık Potansiyeli

Gökçeada genellikle eğimli ve engebeli bir arazi yapısına sahiptir. Adanın yaklaşık olarak yüzde yetmiş yedisi dağlık, yüzde on ikisi yüksek olmayan eğimli ve yüzde on biri de düz ovalardan oluşmaktadır. Adanın sahip olduğu toprakların dörtte üçü tarımsal anlamda kullanılabilecek niteliktedir. Bu oran Türkiye genelinde kullanılan tarımsal alan ortalamanın çok çok üzerinde bir orandır (Atalay, 2007: 14). coğrafi yapısı çevre adalardan oldukça farklıdır. Tek bir dağdan oluşan Semadirek ile tek bir ovoidan oluşan Limni'ye karşın, tepelerin ve ovaların birbiri ardınca sıralandığı bir yapısı vardır (Şengül ve Şengül, 2014: 42). Gökçeada'da tarımsal sulama ve insanların kullanımı için yapılmış olan bir baraj ve adanın özellikle tarım yapılan bölgelerinde kullanılacak suyun temini için yapılmış dört adet gölet mevcuttur. Yapılmış olan dere ıslahları ile yağmur sularının önemli bir kısmını bu göletlerde

depolanabilmektedir. Gökçeada sahip olduğu bu su kaynakları ile hem doğada yaşayan canlılara hem de insan kullanımına yaratılan kullanım suyu rezervi açısından su zengini bir ada olma özelliğine sahiptir. Gökçeada'nın sahip olduğu bu tatlı su kaynakları adaya biyoçeşitlilik açısından önemli bir zenginlik kazandırmaktadır.

Gökçeada'ya son yirmi yılda yapılan organik tarım altyapısı yatırımları ile tarımla uğraşan bölgelere adada mevcut olan göletlerden sulama suyu kullanımı için sulama boru şebekeleri kurulmuştur. Ada var olan bu tatlı su kaynaklı sulama sistemleri, öncelikle zirai faaliyetlerle uğraşan köylülere daha sonra da adaya organik tarım yatırımı yapma amaçlı gelen yatırımcılara ucuz maliyetli kullanım suyu sağlanmaktadır.

Bağcılık ve Şarap Üretimi: Gökçeada'nın tarihi antik çağlara dayanan bağcılık kültürü vardır. Adada bulunan arkeolojik kazı alanı Yeni Bademli Höyüğünde yapılan kazılarda bulunmuş olan karbonlaşmış üzüm çekirdeklerine İsviçre'de yapılan karbon testi sonucuna göre bulunmuş olan bu üzüm çekirdeklerinin M.Ö 2900 yıllara ait olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre adada yapılan bağcılık ve üzüm tarımı geçmişinin yaklaşık olarak 4900 yıl öncesine gittiği tescillenmiştir. Dünyadaki bağcılık verilerine göre kaliteli ve bol miktarda üzüm elde etmek için elverişli şartlara sahip olan Gökçeada'da günümüzde de bağcılık ve şarap üretimi konusunda çalışmaların devam etmektedir (Avcı, 2008: 86). **Gökçeada Yerli Üzüm Çeşitleri:** *Kalabaki*, Gökçeada'da üretilen üzümlerin en meşhurdur. Kalabaki üzümünden üretilen şarap Gökçeada (İmroz) şarabı olarak bilinmektedir. Adada organik bağcılık kapsamında üretilen Kalabaki, üzüm zararlılarına karşı en dirençli üzüm çeşidi olduğu tespit edilmiştir. (Genç & Çakaloğlu, 2018: 570). Gökçeada'da yerli üzüm çeşidi olarak *Mavrelli*, *Mavropali*, *Vasilaki*, *Roditis* ve *Savatiano* gibi üzümler de üretilmektedir (Çavuşoğlu, 2011: 94).

Adada endüstriyel anlamda üretim ve satış yapan Barba Yorgo Şarapları ve Nusret Bey Şarapları adlı iki şarap fabrikası bulunmaktadır.

Zeytincilik ve Zeytinyağı Üretimi: Gökçeada’da binlerce yıllık bir zeytin tarımı geçmişi vardır. Ada mutfak kültürünün önemli bir parçası olan ve adanın kendine özgü zeytin ağaçlarından elde edilen lezzetli zeytin ve zeytin yağları birçok yemeğin ve tatlının vazgeçilmezidir. Zeytin yağı çok bilinenin aksine sadece salatalarda ve yemeklerde tüketilen bir yağ değil aynı zamanda ada halkı tarafından sağlık amaçlı tedavide de kullanılmaktadır.

Gökçeada’nın en önemli geçim kaynaklarından biri de zeytinciliktir. Adada binlerce yıldan beri üretilen ve meyveleri genellikle lezzetli ve yüksek aromalı zeytinyağı üretiminde kullanılan adaya özgü Ladolies türü yağlık zeytin tarımı yapılmaktadır. Adadaki mevcut zeytin ağaçlarının yarısından fazlası organik üretim sertifikalıdır (Avcı, 2008: 86). Adada zeytincilik “Gökçeada Organik Tarım Projesi” kapsamında üretimi desteklenen bir tarımsal üründür. Ada ekolojisine uyum sağlamış ve Türkiye’de sadece Gökçeada’da yetiştirilen zeytin ağacı türü olan Ladolies dışında adaya dışarıdan getirilen zeytin ağaçları pek verimli olmamaktadır.

Gökçeada’da yaklaşık olarak 180,000 zeytin ağacı mevcuttur ve bu ağaçlardan yıllık olarak yaklaşık 500 ton sofralık ve 2000 ton da yağlık zeytin üretilmektedir (Koca, 2004: 134). Gökçeada’da dört adet zeytinyağı fabrikası mevcuttur. Bu fabrikaların iki tanesi Merkezde, bir tanesi Şirinköyde ve bir tanesi de Şahinkaya-Dereköydedir. Gökçeada Organik Tarım Projesi kapsamında organik zeytinyağı üretimi yapılmakta ve üretilen bu yağlar adada faaliyet gösteren çeşitli firmaların tescillediği markalar ile ülke çapında pazarlanmaktadır.

Arıcılık ve Bal Üretimi:

Gökçeada yetiştiriciliği yapılan arı ırkı, 16 Mayıs 2019 tarihinde genetik, morfolojik ve biyolojik özellikleri bakımından “Gökçeada Arısı (*Apis mellifera Anatoliaca*)” olarak tescil edilmiştir. Gökçeada’da doğal seleksiyona uğramış arıların adada çoğalması ile ada şartlarına uygun bir arı ırkı olan Gökçeada Arısı oluşmuştur. Bu arılar bal verimi ve üreme oranı yüksek bir arı ırkıdır (canakkale.tarimorman.gov.tr, 2021). Gökçeada’da üretilen organik ballar adayı ziyaret eden turistlerin yanlarında götürdükleri hediyelik gıda ürünlerindendir.

Hayvancılık ve Et-Süt Ürünleri Üretimi:

İmroz Koyunu: Gökçeada Türkiye’de serbest hayvancılık sitemiyle küçükbaş ve kanatlı hayvan üretimi yapılan tek bölgesidir. Adada yarı yabani sayılabilecek üretim yöntemi ile İmroz Koyunu yetiştiriciliği yapılmaktadır. Doğal koşullarda yaşamlarını sürdüren bu hayvanlar kendilerinin belirlediği barınma alanlarında yaşamlarını sürdürmektedirler. Adanın geniş meralarında, ormanlarında bulunan otlarla, doğadaki tohumlar, meyvelerle ve orman bitkileri ile beslenen bu hayvanlar yarı yabani bir yaşam sürmektedirler. Bu hayvanlar hiçbir şekilde yem ile beslenmemektedir. Büyük oranda sahipli olan bu küçük baş hayvanlar yılda bir defa yakalanarak sayımları yapılmakta, kulaklarına küpe takılarak kayıt altına alınmakta, tüyleri kırılmakta, gerekli tedavileri ve aşıları yapılmakta ve üzerlerine sahiplerini belli eden renkli boyalar sürülerek işaretlenmektedirler. Küçük baş hayvanların yeterli büyüklüğe erişmiş olan kuzu ve oğlakları yaz başında yakalanarak satışı yapılmaktadır.

İmroz Koyun'larının gözlerinin etrafı, ağız ve burnlarının ucu ile ayakları siyah renkte, süt verimi yüksek, küçük yapılı, hırçın bir karaktere sahip, çevik ve hareketli bir koyun ırkıdır. Adanın sert iklim koşulları ile coğrafi yapısına iyi uyum sağlamış

olan İmroz Koyunu gen kaynaklarının korunması için Bandırma Koyunculuk Araştırma İstasyonunda ırkı koruma amaçlı yetiştiriliciliği yapılmaktadır (Ceyhan ve Yıldırım, 2013: 14).

Gökçeada Keçisi Yetiştiriciliği: Gökçeada'nın doğal koşullarına mükemmel bir şekilde uyum sağlamış Anadolu kıl keçilerinden oldukça farklı, cüssesi küçük bir keçi türüdür. Ada keçileri, insan faktöründen uzak, serbest ve kontrolsüz bir şekilde doğada yaşamaya alışık olan bir keçi türüdür (Özcan ve Savaş, 2016: 172). Gökçeada yetiştiriciliği yapılan ve ada ekonomisinde önemli bir yere sahip adaya özgü Gökçeada Keçisi, süt verimi yüksek ve et kalitesi de iyi olan bir küçük baş hayvan cinsidir. Gökçeada Keçisi 2006 yılından beri Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Teknoloji ve Tarımsal Araştırma Merkezinde olan keçicilik biriminde üretimi yapılmaktadır (Tölü ve Savaş, 2008: 105). Adada keçi sütünden yapılan beyaz peynirler son derece büyük rağbet görmektedir. Keçi peyniri olarak adlandırılan bu beyaz peynirler adayı ziyaret eden turistlerin turistik hediyelik olarak da satın aldıkları yöresel ürünler arasındadır.

Yabani Hindi Yetiştiriciliği: Gökçeada'da küçük baş hayvanların yanında doğada yabani hindi yetiştiriciliği de yapılmaktadır. Tamamıyla doğada çoğalıp yemlenerek büyüyen hindiler sadece yılbaşı arifesinde yakalanarak yılbaşı hindisi olarak satılmaktadır.

3.7 Gökçeada (İmroz) Mutfak Kültürü

Gökçeada (İmroz), binlerce yıldan beri misafir ettiği farklı medeniyet, kültür ve inançtan gelmiş insanları barındırmış bir Kuzey Ege adasıdır. Adanın anakaradan uzak olması, diğer bölgelerle olan iletişim ve etkileşimi de etkilemiş ve bundan dolayı Gökçeada (İmroz) sakinleri adada var olan malzemelerle hazırlanan yiyecek ve içecekleri ile kendine özgü eşsiz bir mutfak kültürü geliştirmiştir. Adanın sahip olduğu

bu zengin yiyecek içecek kültürü hemen hemen hiçbir değişikliğe uğramadan günümüze kadar gelmeyi başarmıştır.

Gkçada mutfak kültürü doğal olarak yer aldığı Ege bölgesi mutfak kültürü etkisi altındadır. Adada yetişen yabani otlarla börekler, yemekler, turşular ve mezeler yapılmaktadır. Türkiye’de sadece Gkçada’ya mahsus serbest hayvancılık yöntemiyle yetiştirilen ve nerdeyse yabani olarak tanımlanabilecek Gkçada Keçisi ve İmroz Koyunu cinsi hayvanlardan elde edilen etler ile yapılan birçok yemek yapılmaktadır. Ayrıca özellikle keçi sütünden yapılan beyaz peynirler de oldukça rağbet gören yiyeceklerdendir. Mayıs-Haziran aylarında geleneksel yöntem olan zıpkınla avı yapılan kılıç balığı, ahtapot, kalamar ve birçok balık türü ile yapılan yemek ve birçok meze yapılmaktadır. Organik zeytin ve zeytinyağlı yemekler, soğuk ve sıcak mezeler de ada mutfağının vazgeçilmezleridir. Adada teşvik edilen organik arıcılık ile üretilen bal, polen ve diğer arı ürünleri de kahvaltı sofralarının vazgeçilmezleridir. Adada antik çağlarından beri bağcılık yapılmaktadır. Gkçada’nın sahip olduğu yöresel üzüm eşitleri ile çoğu geleneksel yöntemlerle yapılan ve toprak küplerde muhafaza edilen ev şarapları yanında son yirmi yılda endüstriyel anlamda şarap üretimi de yapılmaktadır. Ada mutfak kültürü içerisinde yer alan tatlılar arasında sakızlı muhallebiler, bademli kurabiyeler ne çıkmaktadır. Özellikle Zeytinliköy bölgesinde geleneksel yöntemlerle kavrulup taş dibeklerde dövülen dibek kahvesi de adaya gelen turistlerin ağırlıklı olarak tercih ettiği içecekler arasında yer almaktadır.

3.8 Cittaslow Gkçada (İmroz)

Sekiz bin beş yüz yıllık insanlık tarihi geçmişiyle, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Türkiye’nin en büyük adası Gkçada, bozulmamış doğası, zengin tarihi, arkeolojik geçmişi, günümüze kadar korumayı başardığı yiyecek içecek ve mutfak

kültürü ile günümüzde oldukça popüler bir tatil yöreni olma özelliği taşımaktadır. Cittaslow ve Slow Food hareketlerinin kurucusu Carlo Petrini'nin Gökçeada'yı ziyaretinden sonra ada 2011 yılı Haziran ayından beri dünyanın ilk ve tek Cittaslow adası unvanı almış ve bu sayede dünya çapında bilinir bir tatil yöreni haline gelmiştir.

Gökçeada'nın Cittaslow unvanını aldıktan sonra, Slow Food hareketi ile ortak çalışmalar yapma şartı çerçevesinde çeşitli çalışmalar yürütölmeye başlanmıştır. Bu çalışmalarda, Slow Food hareketinin sloganı olan “İyi, Temiz ve Adil” beslenme ilkesi doğrultusunda, adanın sahip olduğu yöresel yemek kültürlerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması için çalışmalar yürütölmüştür. Bu konuda adada var olan yüksekokulda görevli akademisyenler öncülüğünde, ada sakinleri, iş insanları, ada yerel yönetimleri ve adada faaliyet gösteren kamu kurumları ile kapsamlı çalışmalar yapılarak konuya katkı sağlanmıştır. Slow Food hareketinin “İyi, Temiz ve Adil” ilkesi ile alakalı olarak Gökçeada'nın sahip olduğu avantajlar aşağıda özetlenmiştir.

İyi: Kaliteli, sağlıklı, lezzetli gıdalar anlamında kullanılan “İyi” sloganı ile binlerce yıllık tarihi geçmişine dayalı rafine mutfak kültürü ile hazırlanan lezzetli yiyecek ve içecekleri Gökçeada'yı önemli bir gastronomi merkezi olarak tanınmasını sağlamaktadır. Cittaslow ada unvanı ile tanınan Gökçeada'nın yöresel kültürüne ait lezzetli yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan birçok meyve, sebze, yabani ot, baharat, mantar ve diğeri hayvansal ürünlerin yetişmesinde önemli role sahip temiz havası, eşsiz iklimi, kirlenmemiş toprak yapısı ve zengin temiz su kaynakları bu konuda önemli avantajlar sağlamaktadır.

Temiz: Üretim aşamasında çevreci tarımsal üretim anlamında kullanılan “Temiz” sloganı doğrultusunda Dünyanın ilk Cittaslow adası olan Gökçeada'nın “Organik Tarım Adası” ilan edilmesi için 2002 yılından bu yana yoğun çalışmalar yürütölmektedir. Bu çalışmaların sona ermesi ile çevreci, biyoçeşitliliğe önem veren,

Üretimde geleneksel tohumları kullanan tarım çalışmaları ile adanın Slow Food hareketinin Temiz ilkesine uygun bir şekilde tarım yapılarak temiz organik gıdaların üretimi sağlanacaktır. Adada şuan organik zeytincilik, organik arıcılık ve organik hayvancılık yapılmaktadır.

Adil: Gıda rnlerinin tüketicilere adil fiyatlarla ulaştırılması anlamını taşımaktadır. Bu anlamda Gökçeada'da, Türkiye'de sadece üç Cittaslow şehirde kurulmuş olan ve adada üretilen tarımsal ürünlerle yöresel yiyecek ve içeceklerin makul fiyatlarla satışının yapıldığı Earth Market, haftada bir gün açık olan Gökçeada Pazarı ve haftanın her günü açık olan Balık Pazarı mevcuttur.

Gökçeada'da yöresel kimliğin korunması ve üretilen gıda ürünlerin katma değerinin artırılması için adada onlarca yıldır birlikte yaşayan Rum ve Türk halklarına ait mutfak kültürü ortak paydada birleşerek ada mutfağının sürdürülebilirliği sağlanmıştır. Adanın 2011 yılında Cittaslow ada olması ile yöresel ada mutfağı kayıt altına alınmıştır. Ayrıca adanın yöresel mutfak kültürü konusunda yazılan bilimsel makaleler, yemek kitapları, tanıtım broşürleri ve düzenlenen yemek yarışmaları, festivaller, şenlikler ve gastronomi konferansları ile kayıt altına alınmıştır.

Earth Market Gökçeada: 2014 yılında Gökçeada'da Slow Food felsefesine uygun olarak (iyi, temiz, adil) retim yapan çiftçilerle yöresel yiyecek içecek imalatçılarının ürünlerini, aracısız ve adil fiyatlarla satışını yapabilecekleri Gökçeada Earth Market (EM) açılmıştır. Earth Marketler, Cittaslow şehir ağı içerisinde yer alan uluslararası bir projedir. Cittaslow Gökçeada'da açılmış olan Earth Market, Türkiye'de ikinci dünya genelinde ise otuz beşinci Earth Market olmuştur. Earth Market rn satış koşulları:

- Geleneksel yöntemlerle üretilen yöresel ürünler olmalıdır,

- Kaliteli, taze, çoğu zaman günlük, mevsimsel, lezzetli, sağlıklı, üretim bilgileri halkla paylaşılan ürünlerin satışı yapılmalıdır.
- Earth Markette satışı yapılan ürünlerin en fazla 40 km uzaklıktaki bir mesafeden gelmesi koşulu vardır.
- Üreticiler sadece kendilerinin ürettikleri malları satabilmektedirler.
- GDO’lu ürünlerin satışı kesinlikle yasaktır.

Earth Market faaliyet alanı içerisinde zaman zaman gıdalar konusunda toplumu bilgilendirici toplantılar, yemek yarışmaları, söyleşiler, çalıştaylar, workshoplar ve gıda konusunda bilimsel toplantılar da yapılmaktadır (Eşitti ve Harputluoğlu, 2015: 64).

Bölüm 4

ARAŞTIRMA BÖLÜMÜ

4.1 Araştırmanın Problemi

Araştırmanın ana problemi, “Gökçeada’da ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünlerin adada Cittaslow şehir felsefesine uygun olarak faaliyet gösteren restoran işletmelerinde kullanım düzeyini tespit etmektir”. Bu araştırmanın bir diğer problemi de “Cittaslow Şehir Gökçeada (İmroz) gastronomi kültüründe yer alan ve ticarileşme ve markalaşma potansiyeli olan yiyecek ve içeceklerin de tespit ederek bunların bir listesini oluşturmaktır”.

4.2 Araştırmanın Amacı

Araştırmanın ana amacı Gökçeada (İmroz) yiyecek içecek kültürüne ait ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünlerini tespit etmek öncelikle amaçlanmaktadır. Daha sonra ticari anlamda üretilip satılan yöresel gastronomik ürünler konusunda bilgi sahibi olduğu düşünülen paydaşlar olan Gökçeada’da Cittaslow felsefesine uygun faaliyet gösteren restoran işletmeleri yöneticileri ile yapılacak olan görüşmeler ile adaya özgü yöresel gastronomik ürünlerin restoranlarda kullanım düzeyini tespit etmek de ayrıca amaçlanmaktadır. Araştırmanın diğer amaçları ise;

- Tespit edilecek olan ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri kayıt altına alarak yayınlamak,
- Cittaslow şehir restoranlarında yöresel gastronomik ürün kullanımı konusunda farkındalık yaratmak,

- Cittaslow şehir Gökçeada’da ticari anlamda üretimi yapılan yiyecek içecek kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlamak,
- Yöresel gastronomik ürünlerin restoran işletmelerinde üretim ve satışı konusunda ayrıntılı bilgiler elde etmek,
- Gökçeada’da faaliyet gösteren restoran işletmelerinde satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımının nasıl yapıldığı hakkında bilgiler elde etmek,
- Gökçeada’da (İmroz) ticari amaçla yöresel yiyecek içecek üretimi yapmakta olan veya yapacak olan yatırımcılara bir “*Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi*” oluşturmak amaçlanmaktadır.

4.3 Araştırmanın Önemi

Araştırma, dünyanın ilk ve tek Cittaslow unvanlı adası olan Gökçeada’da Cittaslow felsefesine uygun faaliyet gösteren restoran işletmelerinde yöresel gastronomik ürünlerin kullanımı konusunda bir farkındalık yaratma açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada, adı Gökçeada (İmroz) ile özdeşleşmiş olan gastronomik ürünlerin bir listesinin çıkarılması, bunların ticari olarak üretilmesini ve markalaşması açısından önemlidir. Çalışma sonuçları, ada yiyecek içecek kültüründe mevcut olan ve ticari anlamda üretilebilecek yöresel gastronomik ürünlerin gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından da önemsenmektedir. Ayrıca Gökçeada’da yiyecek içecek sektörüne yatırım yapacak olanlara, çalışma kapsamında oluşturulacak olan ticarileşme ve markalaşma değeri yüksek “Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi” ile katkı sağlama açısından da önemli bir çalışma olma özelliği de taşımaktadır.

4.4 Araştırmanın Yöntemi

Yapmış olduğumuz araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde Nitel araştırma yöntemlerinden olan Döküman Analizi yöntemi

kullanılarak Gökçeada'ya (İmroz) ait yöresel gastronomik ürünlerin tespit edilmesi için ilgili alanyazın taraması yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda Gökçeada'ya ait ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel yiyecek ve içeceklerin bir listesi çıkarılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, öncelikle Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin adada faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranlarda kullanım düzeyinin belirlemek amaçlanmıştır. Bu bölümde öncelikle araştırmaya katılan restoran yöneticilerinin demografik bilgilerini toplanmıştır. Bu bilgilerin “birey ya da objenin sahip olduğu belli bir özellik açısından (cinsiyet, eğitim durumu, yerleşim yeri gibi.) sınıflara ayrılması ve değerlendirilmesi amacıyla Nitel analiz yönteminden yararlanılmıştır (Yurtseven ve Morkoç, 2013: 71). Bu bölümün ikinci kısmında ise *“gözlem ve görüşme gibi niteliksel verilerin toplama tekniklerinin kullanıldığı algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir araştırma süreci olan Nitel Araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar, disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını esas alarak, araştırma problemini yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemeyi benimseyen bir yöntemdir”* (Karataş, 2015: 71).

Bu çalışmada, Nitel araştırma yöntemlerinden olan Görüşme tekniği kullanımı ile *“bilimsel araştırmalarda çok yaygın olarak kullanılan bir ilişkilendirme yöntemi olarak Tümevarım yani, sınırlı sayıda örneğe bakarak genel hakkında bir kanaat oluşturma”* amaçlanmıştır (Altunışık ve Yıldırım, 2004: s:21).

4.5 Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Cittaslow unvanlı bir ada olan Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren restoranlarda yöresel gastronomik ürün kullanım düzeyini belirlemek için yapmış olduğumuz araştırma ada genelinde faaliyet gösteren Cittaslow felsefesine uygun

faaliyet gösteren tüm restoranları kapsamaktadır. Araştırma alanı olarak Gökçeada'nın seçilme nedeni dünyada ilk ve tek Cittaslow ada olması, adanın geçmişi uzun yıllara dayanan zengin bir gastronomik kültüre sahip olması ve son yıllarda çok büyük talep gören bir turistik destinasyon olmasıdır.

İki bölümden oluşan araştırmanın ilk bölümünde doküman analizi yöntemi ile ulaşılabilen Gökçeada yöresel gastronomik ürünleri konusunda yazılmış olan basılı ve on-line ortamda yayınlanan kitap, dergi, tez çalışmaları, ansiklopedi, afiş, broşür ve gazeteleri kapsamaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünün evrenini, Gökçeada Belediyesine kayıtlı olarak iş yapan çalışma ruhsatlı ve Cittaslow felsefesine uygun olarak faaliyet gösteren işletmelerin tamamı olan 29 adet restoran işletme yöneticisi kişi oluşturmaktadır. Araştırma yapılması uygun görülen restoranlara ait güncel bilgileri içeren liste 3 Aralık 2021 tarihinde Gökçeada Belediyesinden alınmıştır.

Covid 19 pandemisi koşulları nedeniyle salgın riskinin en yüksek olduğu bir dönemde Çanakkale'nin Gökçeada ilçesinde gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında yapılan araştırma, Cittaslow temalı restoran yöneticileri ile sınırlandırılmıştır. Tez çalışması kapsamında yapılan bu çalışmada pandemi şartlarından dolayı restoran ziyaretçileri ile görüşme gerçekleştirilememiştir. Daha sonra bu konuda araştırma yapacak olanların, ziyaretçi görüşlerini de değerlendirerek çalışmalarının kapsamını genişletebilirler.

4.6 Veri Toplama Yöntemi

Yapmış olduğumuz araştırmanın birinci bölümünde Nitel bir araştırma yöntemi olan Doküman Analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemde, araştırma yapılan konu ile alakalı olgular ve olaylar hakkında kapsamlı bilgiler içermekte olan özgünlüğü kontrol edilmiş; yazılı, görsel ve video kayıtlı gibi belgeler ayrıntılı ve

sistematik bir şekilde incelenerek veriler toplanmaktadır (Karataş, 2015: 72). Doküman Analizi yöntemi fiziki ortamda basılı veya elektronik ortamda dijital olarak yayınlanan kitap, dergi, tez çalışmaları, ansiklopedi, afiş, broşür, gazete, sanat eseri, istatistik raporlar, televizyon ve radyo program videoları, gibi belgelerin araştırılan konu hakkında sistematik bir biçimde titizlikle incelenip yorumlanmasına dayalı olan bir bilgi sağlama yöntemidir. Nitel yöntemle araştırma yapılan konularda elde edilen verilerin inandırıcılığını ve güvenilirliğini artırmak için birden fazla kaynaktan yararlanılarak elde edilen bulguların teyit edilmesi beklentisinden dolayı Doküman Analizi yöntemi Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Kıral, 2020: 175).

Araştırmanın birinci bölümünde Nitel araştırma yöntemlerinden olan Döküman Analizi yöntemi ile ilgili alanyazın taraması yapılmış ve Cittaslow şehir Gökçeada'ya (İmroz) ait yöresel gastronomik ürünler tespit edilmiştir. Daha sonra da bu ürünler içerisinde ticarileşme ve markalaşma potansiyeli olan yöresel yiyecek ve içeceklerin bir listesi çıkarılmıştır. Bu bölümde toplanan bilgiler Cittaslow şehir Gökçeada (İmroz) yiyecek içecek kültürü konusunda daha önce yazılmış olan bilimsel makaleler, bildiriler, kitaplar, broşürler, tezler ve çevrimiçi yayın yapan web siteleri kaynak gösterilerek toplanmıştır. Toplanan veriler gruplandırılarak Gökçeada'nın ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel yiyecek ve içeceklerin bir listesi çıkarılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde ise araştırmaya katılan restoran işletmesi yöneticilerine ait demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla kapalı uçlu 9 adet soru içeren bir Anket uygulanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde Nitel araştırma yöntemi olan ve Yarı Yapılandırılmış 17 adet açık uçlu soru içeren bir de Görüşme (mülakat) uygulanmıştır. Bu yöntemle araştırma verilerine doğrudan katılımcıların

verecekleri bilgilerle ulaşılabilmesine olanak sağlanmıştır. Yapılmış olan görüşmelerin bir kısmı gerekli sağlık tedbirleri alınarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Covid 19 pandemisi koşulları nedeniyle salgın riskinin arttığı bazı günlerde ise özellikle katılımcıların talebi doğrultusunda Telefon Aracılığı ile soru cevap şeklinde gerçekleştirilmiştir. Yapılmış olan görüşmelerin ses kayıtları araştırma katılımcılarından alınan izinle kaydedilmiştir. Görüşme sorularına verilen yanıtlar ayrıca görüşme formu üzerine de not alınmak suretiyle kayıt altına alınmıştır.

“Görüşme, araştırmaya katılan bireylerin belli bir konuda duygu ve düşüncelerini anlatma etkinliği olarak tanımlanmaktadır. Görüşmenin temel amacı bireyin iç dünyasına girerek onun bakış açısını anlamaya çalışmaktır. Görüşme yoluyla araştırılan konu hakkında bireyin deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılması umut edilir. Görüşme tekniğinin Yapılandırılmış, Yarı Yapılandırılmış, Yapılandırılmamış ve Odak Grup Görüşmesi şeklinde farklı çeşitleri vardır” (Karataş, 2015: 71). “Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, görüşme soruları araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış olsa da, görüşmedeki gelişmelere göre yeni sorular düşünmek ve sormak gerekebilmektedir. Bu nedenle araştırmacı, görüşme sırasında katılımcılara kısmi esneklik sağlayarak oluşturulan soruların yeniden düzenlenmesine, tartışılmasına izin vermektedir” (Bıçakçı ve Aral, 2017: 55). “Yarı yapılandırılmış görüşme önceden hazırlanan bir form dahilinde katılımcıya yöneltilen bir dizi soru ve yanıttan oluşmaktadır. Bu teknik doğrultusunda görüşmeci hem önceden hazırlanmış soruları sorma hem de görüşmenin gidişatı doğrultusunda ek soruları sorma imkânına sahip olur. Yarı yapılandırılmış görüşmede amaç farklı insanlardan aynı tür bilgilerin alınmasıdır. Böylece görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki paralellikler ve farklılıklar saptanarak görüşmeler belirli bir tutarlılık çerçevesinde değerlendirilebilir”

(Aydın, 2017: 74). “Görüşme tekniği ile araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi edinilebilmesi amaçlanmaktadır. Bu yöntemle elde edilen küçük veri parçalarının analiz edilip bir araya getirilmelerinin ardından çalışmanın ana probleminin yanıt bulabilmesine zemin hazırlayabileceği öngörülmektedir” (Ölmez, 2021: 88). Görüşme formunda yer alan sorular, tez konusu ile alakalı olarak yapılmış olan alanyazın taramasından elde edilmiş olan bilgilerin titizlikle incelenmesi ile oluşturulmuş sorulardan meydana gelmiştir.

4.7 Verilerin Analizi

Nitel araştırmalarda analiz üç aşamada yapılmaktadır. “Bu aşamalar Dey (1993) tarafından geliştirilmiş olan yönteme göre: Birinci Aşama; verileri Betimleme yani kişi, nesne ve olayların temel özelliklerinin belirlenmesi aşamasıdır. İkinci Aşama; Toplanan verilerin belirli temalara göre sınıflandırılması aşamasıdır. Böylece araştırma verileri arasında karşılaştırma olanağı sağlanmaktadır. Üçüncü Aşamada ise; Araştırmacı değişkenler arasında ilişkileri ve farklılıkları inceleme olanağı bulur” (Özdemir, 2010: 330).

“**Betimsel Analiz:** çeşitli veri toplama teknikleri ile ele edilmiş olan verilerin daha önceden belirlenmiş olan başlıklara (temalara) göre özetlenerek yorumlanmasını içeren bir Nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış olarak sunulmasıdır” (Özdemir, 2010: 336).

“**İçerik Analizi:** İçerik analizi tümevarımcı bir analiz türü olması sebebi ile araştırılan olgu veya olayın kökenlerine odaklanır. Kodlama yoluyla verilerin altında yatan kavramlar ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler ortaya çıkarılır. Nitel araştırmada araştırmacı topladığı tanımlayıcı ve ayrıntılı verilerden yola çıkarak probleme ilişkin

temaları keşfetme, elde ettiği verileri anlamlı ve sistematik yapılara dönüştürme, yani bu verilerden hareketle bir kuram oluşturma veya bir kuramı doğrulama çabası içindedir. İncelenen olay veya olguya esas oluşturabilecek bir kuramın olmaması durumunda tümevarımcı analiz, yani kodlamaya dayalı içerik analizi gereklidir” (Baltacı, 2019: 377). Araştırmadan elde edilmiş olan veriler öncelikle Betimsel Analize tabi tutulmuştur. Betimsel analizde, araştırmada elde edilen veriler önceden belirlenmiş olan görüşme soru başlıklarına göre gruplandırılıp yorumlanmıştır. Bu analiz yönteminin amacı, işlenmemiş (ham) verilerin daha sonra bu çalışmayı okuyacak olanların anlayabileceği bir şekle dönüştürülmesine ve araştırmadan elde edilen çarpıcı görüşlerin araştırma sonuçlarına yansıtılmasına olanak sağlamak amaçlanmaktadır. Çalışmada ayrıca İçerik Analizi yöntemi ile de araştırmaya katılmış olanların görüşleri sistematik olarak tanımlanmıştır (Altunışık ve Yıldırım, 2004: 234).

Sıklık Analizi: Araştırmadan elde edilen veriler ayrıca Sıklık Analizine de tabi tutulmuştur. Sıklık analizi; araştırma yapılmış olan bir metin içerisinde tekrar eden kelimelerin sayılması ile istatistiki mutlak veya göreceli bilgiler elde edilmesini sağlamaktadır (Oktay ve Kara, 2007: 1227). Nitel araştırmalarda kullanılan bu analiz tekniği olan Sıklık Analizi ile yapılmış olan araştırma kapsamında elde edilmiş olan verileri sayısallaştırma amaçlanmaktadır.

4.8 Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliği

Nitel araştırma kapsamında yapılan tekrarlanan görüşmelerde araştırmacı ile katılımcılar arasında; güven ortamı sağlamak, katılımcıların rahatça bilgi vermelerini teşvik etmek ve toplanan verilerin inandırıcılığını artırmak için araştırmacının bölgede ikamet eden güvenilir kişilerden seçilmesi önem arz etmektedir (Creswell ve Miller, 2000: 127). Bu çalışmada araştırmacının çok uzun süre Gökçeada’da ikamet etmesi,

adada faaliyet gösteren yiyecek içecek sektör temsilcilerinin birçoğunu tanıması ve bölgenin sahip olduğu gastronomi kültürü hakkında bilgi sahibi olması katılımcılara ulaşmada ve güvenilir bilgiler toplamada önemli avantaj sağlamıştır. Araştırma katılımcıları ile gerçekleştirilen görüşmeler öncesinde yapılan kısa sohbetler katılımcıları cesaretlendirerek araştırma konusu hakkında daha detaylı, önyargısız ve güvenilir bilgiler elde edilmesine önemli katkı sağlamıştır.

“Nitel bir çalışmada veri toplamak için yeterli zamanın ayrılması araştırmacının çalışma yapılan grubun kültürünü, dilini ya da görüşlerini anlaması için derinlemesine anlayış geliştirmesini sağlar. Bu sayede araştırmacılar katılımcıların yaşadıklarını daha iyi anlayabilirler. Görüşülen kişiler genellikle görüşmenin başında araştırmacı etkisine daha açıktırlar. Görüşme süresi ilerledikçe geçen zaman içinde bir güven ortamı oluşur ve görüşülen kişi verdiği yanıtlarda daha samimi olabilir. Bu nedenle uzun süren görüşmelerde toplanan verilerin geçerliği daha yüksektir. Benzer biçimde aynı bireyden birden fazla görüşme yoluyla toplanan veriler de gerçeği yansıtma bakımından daha güçlü olacaktır. Tüm bu nedenlerle araştırmacı ile veri kaynağı arasında oluşturulan etkileşimin mümkün olan durumlarda geniş bir zamana yayılması araştırma verilerinin inandırıcılığını artırmaktadır” (Başkale, 2016: 24). Bu çalışmada verilerin daha rahat elde edilebilmesi için gerekli sürenin yaratılabilmesi adına katılımcı kişilerle daha önceden konuşulup randevu alınmak suretiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bölüm 5

BULGULAR VE TARTIŞMA

5.1 Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürünleri

Araştırmanın birinci bölümünde Nitel araştırma yöntemlerinden olan Döküman Analizi tekniği ile ilgili Alanyazın taraması yapılmış ve ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin listesi çıkarılmıştır. Yapılan döküman analizi sonuçlarına göre Cittaslow şehir konseptine uygun, ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünlerin varlığından söz edilebilmektedir.

5.1.1 Gökçeada'ya (İmroz) Ait Ticarileşme ve Markalaşma Potansiyeli Yüksek Yöresel Gastronomik Ürünleri

Yöresel gastronomik ürün, genellikle belirli bir coğrafi yerin adı ile özdeşleşmiş, bölgenin karakteristik özellikleri olan tarihi, kültürel, ekonomik, doğal ve iklimsel koşullarının etkisiyle yapım teknikleri şekillenmiş olan ve üretimi sınırlı sayıda gerçekleşen gıda ürünleridir. Her bölgeye ait gastronomi kültüründe yer alan çok sayıda yöresel yiyecek ve içecek mevcuttur. Fakat bu ürünlerin tamamının ticari anlamda üretilip bölgede faaliyet gösteren restoranlarda satılma imkanı bulmamaktadır. Çünkü gastronomik ürünlerin üretildiği bölgeyle özdeşleşmiş olması, ağırlıklı olarak bölgede mevcut malzemelerle yapılması, ünü müşteriler tarafından bilinip talep edilmesi, yeterli miktarda üretilmesi ve en önemlisi standart bir reçete ile her restoranda aynı şekilde üretilerek satışının yapılabilmesi gerkliliği nedeniyle çoğu

zaman sınırlı sayıda gastronomik ürün ticarileşme ve markalaşma potansiyeline sahip olabilmektedir.

Türkiye Tarımsal ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, katma değeri yüksek ve ticarileşme potansiyeli olan gıda ürünlerini: işlenmiş et ve süt ürünleri, işlenmiş meyve ve sebze ürünleri, sofralık zeytin ve zeytin mamulleri, yerel yiyecekler (yemekler, tatlılar, hamur işleri, şekerlemeler gibi), baharatlar, bitki çayları, soslar olarak tanımlamıştır (www.tkd.gov.tr, 2021).

Yapılmış olan alanyazın taraması sonucunda elde edilmiş bulgulardan Gökçeada'nın ticarileşme potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünlerinin tespit edilebilmesi için aşağıda belirlenen 4 kritere göre değerlendirme yapılmış ve Gökçeada'nın ticarileşme potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri tespit edilmiştir (Güler ve Sarı, 2016: 15).

Gökçeada'nın ticarileşme potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünlerinin tespit kriterleri aşağıdaki gibidir:

- Gökçeada (İmroz) gastronomi kültürü ile özdeşleşmiş olması ve bu yönüyle ünlenip tanınması.
- Yapımında kullanılan malzemelerin büyük oranda Gökçeada'da üretilen veya adanın doğal kaynaklarından elde edilebilen ürünler olması.
- Ekonomik katma değeri yüksek (üretim maliyeti az getiri oranı yüksek) olabilecek ürünler olması.
- Üretimde gerekli malzeme tedariki yönünden tüm yıl boyunca adadaki restoranlarda üretim ve sunumu yapılabilecek gastronomik ürünler olması.

Cittaslow Gökçeada'nın yukarıda belirlenmiş olan kriterlere uygun ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünleri ile ilgili detaylı bilgiler aşağıdaki gibidir.

5.1.1.1 Ladolies Zeytin ve Zeytinyağı

Gökçeada'da ekolojisine mükemmel uyum sağlamış olan ve binlerce yıldan beri yetiştiriciliği yapılan, son derece lezzetli bir aromaya sahip olan Ladolies türü zeytin ağaçları meyvelerinden organik sertifikalı zeytinyağı üretimi yapılmaktadır (Avcı, 2008: 86). Zengin bir aromaya sahip meyveleri olan Ladolies cinsi zeytin ağacı Türkiye'de sadece Gökçeada'da yetiştirilmektedir (www.gokceada.gov.tr, 2021). Zeytinyağı, dünyada ve ülkemizde olduğu gibi Gökçeada gastronomi kültüründe yer alan yemeklerde, mezelerde ve salatalarda da yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle Gökçeada'ya mahsus Ladolies zeytinlerinden elde edilen zeytinyağı markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel ürünler arasında yer almaktadır.

5.1.1.2 Şarap ve Yerli Üzüm Çeşitleri

Gökçeada Yenibademli köyü yakınlarında yer alan arkeolojik kazı alanında bulunan üzüm çekirdeklerinden adada üzüm tarımı geçmişinin M.Ö 3000 yıllarına dayandığı belirlenmiştir (Hüryılmaz, 2006: 36). Adanın köklü bağcılık ve şarapçılık geçmişi ve son yirmi yılda özellikle adanın yerli üzüm çeşitleri olan “Ayiorgitiko, Savatyano, Mavro, Kalabaki, İngiliz Çavuşu, İskenderiye Çavuşu” (Çavuşoğlu, 2018: 354) ile yapılmakta olan endüstriyel şarap üretimi ile Gökçeada şarapları markalaşma potansiyeli yüksek yöresel ürünlerinin başında yer almaktadır.

5.1.1.3 Ada Kekiği

Gökçeada kekiği, adayı ziyaret eden turistlerin adada deneyimlemek ve turistik hediyelik yöresel ürün olarak satın almak istedikleri ürünler arasında yer almaktadır (Korkmaz, 2020: 92). Adanın sadece yöresel ürün pazarlarında satışı yapılan ve aromatik bitki, baharat ve kekik balı üretimi ile öne çıkan Gökçeada kekiği, adanın markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri arasında yer almaktadır.

5.1.1.4 Süt Ürünleri (Peynir/Yoğurt)

1982 yılından iki binli yılların başına kadar keçi girişi yasaklanmış olan Gökçeada'da mevcut olan keçilerin anakaradan izole olmaları nedeniyle saf bir ada keçi popülasyonu oluşmuştur. Doğal koşullarda yarı yabani şekilde yetiştiriciliği yapılan Gökçeada keçileri, sağım dönemlerinde çok az bir miktar yem verilerek belirli bölgelere gelmeleri sağlanmakta ve keçiler sağılarak çok sınırlı miktarlarda süt elde edilmektedir (Tölü ve Savaş, 2011: 203). Yılın sadece çok kısa bir döneminde sınırlı miktarda elde edilen sütlerden yapılan Gökçeada keçi peyniri (bir beyaz peynir çeşidi) ve koyun yoğurdu adanın yöresel markalaşma potansiyeli en yüksek ürünlerinden biridir.

5.1.1.5 Oğlak ve Kuzu Eti

Türkiye'de benzeri olmayan serbest hayvancılık sistemi ile yetiştirilen yarı yabani oğlak ve kuzuları ile Türkiye'de ünlenmiş Gökçeada'nın markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri arasında yer almaktadır. Özellikle Gökçeada'da yarı yabani olarak yetiştirilen kuzu ve oğlaklardan yapılan olan oğlak dolması, içerisinde özel otlar, baharatlar, kavrulmuş ciğer ve pirinçle yapılan iç pilavı ile müşterilere sunulan yöresel bir lezzettir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 54).

5.1.1.6 Yabani Ot Yemekleri

Bir Kuzey Ege adası olan Gökçeada'da doğadan toplanıp yemeklerde ve meze yapımında kullanılan birçok lezzetli yabani ot mevcuttur. Gökçeada yiyecek içecek kültüründe kullanılan yabani otlar; Ebegümece, Hardal Otu, Yaban Havucu, Astarida, Şevketibostan, Kafkalithra, Dede Sakalı, Yabani Rezene, Gelincik, Meli, Miala, Petinos, Radika, Hindibağ, Ruva, Yaban Pazısı, Dana Dili, Vsuda ve Sütü Diken (Yavuz, 2019: 155). Gökçeada Belediyesinin 2019 yılında düzenlemiş olduğu 2. Ot Festivalinde oluşturulmuş olan ada otlarını tanıtım broşürde yer alan diğer ada otları

ise Horozotu, Sakızotu, Labada, Isırgan, Turp Otu, Kuşkonmaz, Karahindiba, Kapari, Memeotu, Su Teresi ve Kaya Koruğudur. Adada ayrıca, Kapari, Yabani Enginar ve Yabani Prasa gibi başka yenilebilir otlar ve mantarlar da bulunmaktadır.

5.1.1.7 Dibek Kahvesi

Gökçeada'da tarihi geçmişi 1890 yıllarına dayanan dibek kahvesi kalite ve lezzeti ile adayı ziyaret eden turistlerin hem deneyimlemek hem de turistik hediyelik olarak satın almak istedikleri ürünlerin başında gelmektedir. Üretim tekniği nesilden nesile aktarılmakta olan dibek kahvesi adada yoğun olarak üretildiği yer olan Zeytinli köyde Madamın Dibek Kahvesi adıyla ünlenmiştir (www.aa.com.tr, 2019). Adaya gelen ziyaretçilerin ve ada yerlisi insanların yoğun ilgisini çeken dibek kahvesi, Gökçeada'nın markalaşma potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri arasında yer almaktadır.

5.1.1.8 Sakızlı Muhallebi

Sakızlı muhallebi, Gökçeada'ya özgü lezzetler sıralamasında en başta gelen yiyeceklerden biridir (Çakıcı ve Korkmaz, 2021: 328). Keçi sütü, şeker, nişasta ve damla sakızı ile yapılan bir muhallebi türü olan sakızlı muhallebi, özellikle Zeytinli köyünde faaliyet gösteren yiyecek işletmelerinde yaygın olarak üretimi yapılan bir sütlü tatlı çeşididir.

5.1.1.9 Keçi Sütlü Dondurma

Gökçeada'da doğal ortamda yarı yabani şekilde yetiştirilen keçilerinden elde edilen sınırlı miktarda süttten yapılan keçi sütlü dondurmanın adada kayıtlı olarak keçi besleyen kişilerden alınan sütlerle sınırlı miktarlarda yapılması durumunda markalaşma potansiyeli yüksek olarak görülmektedir. Korkmaz ve Ayduğ'un (2020) yılında yapmış oldukları çalışmada, keçi sütlü dondurmanın adayı ziyaret eden turistler

tarafından en çok deneyimlenmek istenen ada lezzetleri arasında yer aldığı belirtilmiştir.

5.1.1.10 Badem ve Bademli Kurabiye

Gökçeada'ya özgü yöresel ürünlerden biri de ada bademi ve bu bademlerden yapılan bademli un kurabiyelerdir. Adada yaşayan Rumların geleneksel tarifleri ile el yapımı olarak üretilen bademli un kurabiyeleri turistik hediyelik olarak satışı yapılmaktadır. Hiçbir katkı maddesi kullanılmadan un, tereyağı ve bademle yapılan bu kurabiyeler uygun muhafaza koşullarında yaklaşık olarak altı ay tazeliğini koruyabilmektedir (Erkul ve Varlı, 2014: 131). Gökçeada gastronomi kültüründe önemli yöresel lezzetlerden biri olan bademli kurabiyeler, Gökçeada'yı ziyaret edenler tarafından deneyimlenmek ve turistik ürün olarak da satın alınmak istenen markalaşma potansiyeli en yüksek yöresel ürünlerinden birisi olarak tanımlanabilir.

5.1.1.11 Kılıç Balığı

Kuzey Ege Denizi'nde yapılmakta olan Kılıç Balığı avlama methodlarından en önemlisi Zıpkın ile yapılan geleneksel avcılık yöntemidir. Bir Kuzey Ege adası olan Gökçeada'da Zıpkınla Kılıç Balığı (*Xiphias gladius*) avı Nisan-Mayıs-Haziran aylarında yoğun olarak yapılmaktadır (Alver, 2018: 2). Ekonomik değeri oldukça yüksek olan ve Gökçeada gastronomi kültüründe deniz mahsulü yemekler kategorisinde yoğun olarak kullanılan Kılıç Balığı markalaşma potansiyeli en yüksek yöresel ürünlerden biri olarak tanımlanabilir.

5.1.1.12 Ada Balı

16 Mayıs 2019 tarihli Resmi Gazete'de; Tarım ve Orman Bakanlığı Evcil Hayvan Genetik Kaynakları Tescil Komitesi kararı ile tanımları morfolojik özellikleri, biyolojik özellikleri, genetik özellikleri ve diğer özellikleri belirtilmiş Gökçeada Arısı (*Apis mellifera Anatoliaca*) ekotipi olarak tescil edilmiştir

(canakkale.tarimorman.gov.tr, 2022). Gökçeada'ya özgü arı ekotipi anakaradan izole coğrafyası ve doğasında mevcut olan ada kekiği, geven dikenli, hayıt ağaçları, çam ormanları, kocayemiş ağaçları, sandal ağaçları ve mevsimlik olarak açan diğer yabancı çiçeklerden elde edilen ve genellikle organik olarak üretimi yapılmakta olan eşsiz Gökçeada balı, markalaşma potansiyeli yüksek yöresel ürünlerden biri olarak tanımlanabilir.

5.1.1.13 Pembe Domates

Pembe Domates (*Solanum lycopersicum* L.), ince kabuk yapısı ve birbuçuk kilolara varan büyüklüğü ile Çanakkale ve Gökçeada bölgesinde tohumları nesilden nesile aktararak çoğaltılan ve sınırlı miktarlarda üretimi yapılan bir domates türüdür. Pembe domates bir ıslah ürünü domates türü olmadığı için genellikle organik domates üreticileri ve amatör yetiştiriciler tarafından tercih edilmektedir (Kuzucu, 2014: 24). Cittaslow şehir ve Slow Food kriterlerine uygun yerel ürünler kategorisinde olan Pembe Domates adanın markalaşma potansiyeli yüksek yöresel ürünler arasında yer almaktadır.

5.1.1.14 Karadut Şurubu, Reçeli ve Dondurması

Gökçeada genelinde çok yaygın olmamakla birlikte bulunan ve bazılarının yaşının yüz yıl ve üzerinde olduğu söylenen karadut ağaçlarının yetiştiriciliği Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü tarafından hazırlanmış olan "Ada Rüzgarında Lezzetli Damla Sakızı ve Karadut Şurubu" projesi kapsamında desteklenmektedir (canakkale.tarimorman.gov.tr, 2021). Bu nedenle Gökçeada gastronomisinde Karadut Şurubu, Karadut Reçeli ve Karadutlu Dondurması adanın ticarileşme ve markalaşma potansiyeli yüksek yöresel ürünleri arasında yer almaktadır.

5.1.2 Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi

Bu bölümde, özellikle Gökçeada'da (İmroz) yiyecek içecek sektörüne yatırım

yapacak olanlara ve adanın sahip olduğu zengin yöresel yiyecek içecek kültürü hakkında bilimsel çalışma yapmayı düşünenlere katkı sağlayacak olan “Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi” aşağıda yer almaktadır.

Tablo 5.1: Gökçeada (İmroz) Yöresel Gastronomik Ürün Referans Kaynak Listesi

No	Yöresel Gastronomik Ürün Adı
1	Ladolies Zeytin ve Zeytinyağı
2	Şarap ve Yerli Üzüm Çeşitleri
3	Ada Kekiği
4	Süt Ürünleri (Peynir/Yoğurt)
5	Oğlak ve Kuzu Eti
6	Yabani Ot Yemekleri
7	Dibek Kahvesi
8	Sakızlı Muhallebi
9	Keçi Sütü Dondurma
10	Badem ve Bademli Kurabiye
11	Kılıç Balığı
12	Ada Balı
13	Pembe Domates
14	Karadut Şurubu, Reçeli ve Dondurması

5.2 Gökçeada’da (İmroz) Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Ait Bulgular

Araştırma kapsamında yapılmış görüşmelere katılan paydaşlar olan restoran işletme yöneticilerine sorular iki bölüm halinde yönlendirilmiştir. Katılımcılara yönlendirilmiş olan sorulara verilmiş olan cevapların yer aldığı görüşme forumlarından elde edilmiş verilere yapılmış içerik analizi sonuçları aşağıdaki gibidir.

5.2.1 Araştırmaya Katılan Restoran İşletmesi Yöneticilerine İlişkin Demografik Bulgular

Cittaslow şehir Gökçeada’da faaliyet gösteren restoran işletme yöneticileri ile yapılmış görüşmeler sonucu elde edilmiş olan demografik bilgiler Tablo 5.2’deki

gibidir. Tabloda görüşleri alınan paydaş “Katılımcılara” görüşme sırasını temsil eden Katılımcı Kod Numarası (G) verilerek bir sıralama yapılmıştır. Görüşülmüş olan her kişinin cinsiyeti, yaşı, gastronomi eğitimi alma durumu, ikamet yeri, adada ikamet süresi, eğitim durumu, restoranın faaliyet yeri, faaliyet süresi ve restoranın faaliyet dönemi hakkında bilgiler tabloda yer almaktadır.

Tablo 5.2: Restoran İşletme Yöneticilerine İlişkin Demografik Özellikler

Katılımcı Kod Numarası (G)	Cinsiyet	Yaş	Gastronomi Eğitimi Durumu	İkamet Yeri	Gökçeada İkamet Süresi	Eğitim Durumu	Restoran Faaliyet Yeri	Kaç Yıllık Restoran	Faaliyet Dönemi
G1	E	31-50	Hayır	Gökçeada	15 üzeri	Lise	Merkez	1-5	Sezonluk
G2	E	31-50	Hayır	Gökçeada	6-10	Üniversite	Merkez	1-5	Sürekli
G3	K	51-70	Evet	Gökçeada	15 üzeri	Üniversite	Merkez	6-10	Sürekli
G4	K	31-50	Evet	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Kaleköy	1-5	Sezonluk
G5	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Kaleköy	11-15	Sezonluk
G6	E	31-50	Evet	Gökçeada	11-15	Üniversite	Kaleköy	6-10	Sürekli
G7	E	51-70	Hayır	Gökçeada	11-15	Üniversite	Merkez	1-5	Sezonluk
G8	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Kaleköy	11-15	Sürekli
G9	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Merkez	21 üzeri	Sürekli
G10	K	51-70	Evet	Gökçeada	Sürekli	Lise	Zeytinli Köy	6-10	Sürekli
G11	K	51-70	Evet	Gökçeada	11-15	Üniversite	Merkez	6-10	Sürekli
G12	E	51-70	Evet	Gökçeada	15 üzeri	Lise	Merkez	21 üzeri	Sürekli
G13	E	31-50	Evet	Gökçeada	Sürekli	Lise	Merkez	1-5	Sürekli
G14	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Kaleköy	16-20	Sürekli
G15	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Kaleköy	11-15	Sürekli
G16	E	51-70	Evet	Gökçeada	11-15	Lisans Üstü	Merkez	6-10	Sürekli
G17	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Merkez	6-10	Sürekli
G18	E	71 üzeri	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Tepeköy	21 üzeri	Sezonluk
G19	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Yeni Bademli	16-20	Sezonluk
G20	E	51-70	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Merkez	21 üzeri	Sürekli
G21	E	18-30	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Kaleköy	1-5	Sezonluk
G22	E	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Üniversite	Kaleköy	21 üzeri	Sezonluk
G23	E	18-30	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lisans Üstü	Kaleköy	21 üzeri	Sürekli
G24	K	51-70	Hayır	Gökçeada	15 üzeri	İlköğretim	Merkez	21 üzeri	Sürekli
G25	E	31-50	Hayır	Gökçeada	15 üzeri	İlköğretim	Merkez	1-5	Sezonluk

G26	E	51-70	Evet	Gökçeada	6-10	Üniversite	Merkez	1-5	Sürekli
G27	E	31-50	Evet	Gökçeada	Sürekli	İlköğretim	Merkez	1-5	Sürekli
G28	E	31-50	Hayır	Gökçeada	1-5	Lise	Merkez	1-5	Sürekli
G29	K	31-50	Hayır	Gökçeada	Sürekli	Lise	Kaleköy	1-5	Sürekli

Cittaslow şehir Gökçeada’da faaliyet gösteren restoran işletme yöneticileri ile yapılmış görüşmeler sonucu elde edilmiş olan demografik bulguların analiz sonuçları Tablo 5.3’deki gibidir.

Tablo 5.3: Restoran İşletme Yöneticilerine İlişkin Demografik Bulguların Analizi

Değişkenler	Grup	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	6	20.69
	Erkek	23	79.31
	Toplam	29	
Yaş	18-30	2	6.90
	31-50	17	58.62
	51-70	9	31.03
	71 Üzeri	1	3.45
	Toplam	29	
Gastronomi Eğitimi	Var	10	34.48
	Yok	19	65.52
	Toplam	29	
Gökçeada İkamet Süresi (Yıl)	1-5	1	3.45
	6-10	2	6.90
	11-15	4	13.79
	15 Üzeri	5	17.24
	Sürekli	17	58.62
	Toplam	29	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	3	10.34
	Ortaöğretim	11	37.93
	Üniversite	13	44.83
	Lisansüstü	2	6.90
	Toplam	29	
Restoran Faaliyet Yeri	Merkez	16	55.17
	Kaleköy	10	34.48
	Zeytinliköy	1	3.45
	Tepeköy	1	3.45
	Yeni Bademli	1	3.45
	Toplam	29	

Restoranda Çalışma Süresi (Yıl)	1-5	11	37.93
	6-10	5	17.24
	11-15	3	10.34
	16-20	2	6.90
	21 Yıl Üzeri	6	20.39
	Toplam	29	
Restoran Faaliyet Dönemi	Yaz Sezonunda	9	31.03
	Tüm Yıl Boyunca	20	68.97
	Toplam	29	

Araştırma kapsamında görüşülen paydaşlar olan restoran işletme yöneticilerine ilişkin demografik özelliklerine ait bulguların analizinden elde edilmiş sonuçlara göre; Katılımcıların %20.69'u Kadın ve %79.31'i ise Erkektir. Katılımcıların %6.90'nun 18-30 yaş Aralığında, %58.62'si 31-50 yaş aralığında, %31.03'ü 51-70 yaş aralığında ve %3.45 ise 71 yaş üzerindedir.

Katılımcıların %34.48'i gastronomi eğitimi almış kişilerden oluşurken %65.52'si ise gastronomi konusunda eğitim almamış kişilerdir. Bu sonuçlara göre katılımcılarının büyük bir çoğunluğunun gastronomi konusunda eğitim almadıkları görülmüştür.

Katılımcıların %3.45'i 1-5 yıl, %6.90 6-10 yıl, %13.79'u 11-15 yıl, %17.24'ü 15 yıldan fazla ve %58.62'si ise sürekli olarak adada ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre restoran yöneticilerinin çoğunluğunun adada sürekli olarak ikamet eden kişiler olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %10.34'ü İlköğretim, %37.93'ü Ortaöğretim, %44.83'ü Üniversite ve %6.90'ı Lisansüstü eğitim aldığını belirtmiştir. Bu sonuçlara göre adada faaliyet gösteren restoran işletme yöneticilerinin çoğunluğu üniversite eğitimi almış kişilerden oluşmaktadır.

Katılımcıların çalıştığı restoran işletmesinin adadaki yeri hakkındaki soruya %55.17'si Merkez, %34.48'i Kaleköy, %3.45'i Zeytinli Köy, %3.45'i Tepeköy ve

%3.45'i Yeni Bademli Köyü cevabını vermiştir. Buna göre adada faaliyet gösteren restoran işletmelerinin çoğunluğunun ada merkezinde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların %37.93'ü 1-5 yıl , %17.24'ü 6-10 yıl, %10.34'ü 11-15 yıl, %6.90 16-20 yıl ve %20.39'u ise 20 yıl üzerinde restoran işletmesinde çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre restoran işletmesi yöneticilerinin 1-5 yıl gibi kısa bir süredir işletme yöneticiliği yaptığı görülmektedir.

Katılımcıların %31.03'ü sadece Yaz Sezonunda ve %68.97'si ise Tüm Yıl Boyunca restoran işletmelerinin faaliyet gösterdiğini belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre Gökçeada'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinin büyük bir çoğunluğunun sürekli olarak faaliyet gösterdiği belirlenmiştir.

5.2.2 Cittaslow Şehir Gökçeada Genelinde Üretim ve Satış Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kullanımına İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, Cittaslow şehir Gökçeada'da faaliyet gösteren restoran işletme yöneticileri ile *“adada üretim ve satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin üretim, satış, kullanım ve tescil”* konuları ile alakalı yapılmış görüşmeler sonucu elde edilmiş olan bulgular yer almaktadır.

5.2.2.1 Cittaslow Hareketine Üye Şehir Restoranlarında Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımının Desteklenmesi Konusuna Ait Bulgular (Soru 1)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine *“Cittaslow hareketine üye şehirlerde faaliyet gösteren restoranlarda yöresel gastronomik ürünlerin kullanımının desteklendiği konusundan haberdar olup olmadıkları”* sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.4'de yer almaktadır.

Tablo 5.4: Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımının Desteklenmesi Konusu İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımının Desteklenmesi Konusundan	Frekans (n)	Yüzde (%)
Haberdarım	13	42.83
Haberdar Değilim	16	55.17
Toplam	29	100

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticileri “Cittaslow şehir restoranlarında yöresel gastronomik ürün kullanımının desteklenmesi konusunda” %42.83 oranında katılımcı haberdar olduğunu ve çoğunluğu oluşturan %55.17 oranında katılımcı ise haberdar olmadığı görüşünü ifade etmiştir.

Cittaslow şehir restoranlarında yöresel gastronomik ürün kullanımının desteklenmesi gerektiğini beyan edenler de bu desteğin *devlet kurumları tarafından* yapılması gerektiğine vurgu yapan ifadeler kullanmışlardır (G9, G21, G23).

Duymadım. Desteklendiğine inanmıyorum. Bu durumla ilgili çalıştay veya faaliyet olması gereklidir (G12).

Desteklenmiyor fakat organik üretimi artırıp adaya özgü mutfak oluşturarak bunlar ön plana çıkmalıdır (G6).

Yöresel ürünlerin tanıtımının yapıldığı festivallerin yapılması ve bununla ilgili kitap, broşür ve dergi yapılmalıdır (G3).

5.2.2.2 Ticarileşme Potansiyeli Yüksek Olan Gastronomik Ürünlerin Varlığı İle İlgili Bulgular (Soru 2)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Cittaslow şehir Gökçeada’da ticarileşme potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünlerin mevcut

olup olmadığı” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.5’de yer almaktadır.

Tablo 5.5: Ticarileşme Potansiyeli Yüksek Olan Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi

Ticarileşme Potansiyeli Yüksek Olan Yöresel Gastronomik Ürünler	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	17	58.62
Yok	12	41.38
Toplam	29	100

Araştırma kapsamında görüşme yapılan %58.62 oranında restoran işletme yöneticisi adada ticarileşme potansiyeli olan gastronomik ürünlerin mevcut olduğunu ifade etmiştir. Araştırma katılımcısı % 41.38 yönetici de adada ticarileşme potansiyeli olan gastronomik ürünlerin mevcut olmadığını ifade etmiştir.

5.2.2.3 Markalaşma ve Coğrafi İşaret Tescil Potansiyeli Olan Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulgular (Soru 3)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Cittaslow şehir Gökçeada’da markalaşma ve coğrafi işaretle tescil potansiyeli olan gastronomik ürünlerin neler olduğu” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.6’de yer almaktadır.

Tablo 5.6: Markalaşma ve Coğrafi İşaret Potansiyeli Olan Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi

Markalaşma ve Coğrafi İşaret Tescil Potansiyeli Olan Gastronomik Ürünler	Toplam İşletme Sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)

Ladolia Zeytin ve Zeytinyağı	29	22	75.86
Ada Şarabı	29	11	37.93
Ada Kekiği	29	12	41.38
Süt Ürünleri (Yoğurt/Peynir)	29	21	72.41
Ada Kuzu ve Oğlak Eti	29	22	75.86
Yabani Otlar	29	10	34.48
Dibek Kahvesi	29	2	6.90
Sakızlı Muhallebi	29	0	0
Keçi Sütü Dondurma	29	1	3.45
Badem ve Bademli Kurabiye	29	5	17.24
Kılıç Balığı	29	6	20.69
Ada Balı	29	9	31.03
Pembe Domates	29	3	10.34
Yerli Üzüm Çeşitleri	29	3	10.34
Karadut Şerbeti, Şurup ve Reçeli	29	21	72.41

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin tamamı Cittaslow şehir Gökçeada’da markalaşma ve coğrafi işaretle tescil potansiyeli olan gastronomik ürünlerin nerdeyse tamamının (dibek kahvesi hariç) Gökçeada’da yetiştirilen tarımsal ve hayvansal ürünler olduğunu beyan etmişlerdir.

5.2.2.4 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulgular (Soru 4)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Restoranınızda yöresel gastronomik ürünlerinin satışının yapıp yapılmadığı” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.7’de yer almaktadır.

Tablo 5.7: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürün Satışı	Frekans (n)	Yüzde (%)
---------------------------------	-------------	-----------

Var	29	100
Yok	0	0
Toplam	29	100

Görüşme yapılan restoran işletme yöneticilerinin tamamı restoranlarında Cittaslow şehir Gökçeada'ya ait yöresel gastronomik ürünlerin satışını yaptıklarını ifade etmişlerdir.

5.2.2.5 Cittaslow Şehir Gökçeada'da Faaliyet Gösteren Restoranlarda Yöresel Gastronomik Ürünlerin Satışı İle İlgili Bulgular (Soru 5)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Restoranınızda Gökçeada'ya ait hangi gastronomik ürünlerin satışı yapılıyor” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.8-5.9-5.10-5.11- 5.12- 5.13- 5.14- 5.15- 5.16’de yer almaktadır.

Tablo 5.8: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Et Yemekleri

No	Katılımcı Kodu	Et Yemeğinin Adı
1.	G1	Oğlak Tandır, Kokoreç
2.	G2	Sucukaki
3.	G3	Oğlak Tandır, Kuzu Tandır
4.	G4	Oğlak Tandır
5.	G6	Oğlak Kebabı, Kuzu Kebabı
6.	G7	Oğlak Tandır
7.	G10	Ada Oğlak Tandır
8.	G11	Oğlak Tandır
9.	G12	Oğlak Tandır, Kuzu Tandır, Kuzu Haşlama, Kuzu Kavurma
10.	G13	İmroz Koyun Tandır
11.	G16	İmroz Koyun Tandır, Oğlak Tandır
12.	G17	Oğlak Tandır
13.	G18	Kuzu Dolması, Fırında Oğlak
14.	G19	Oğlak Güveç
15.	G20	Fırında Oğlak Eti
16.	G21	Oğlak Tandır
17.	G22	Oğlak Tandır

18.	G24	Oğlak Eti Fırında
19.	G25	Kuzu Şiş, Pirzola, Oğlak Tandır, Fırında Kuzu, Ciğer Şiş
20.	G26	Oğlak Tandır
21.	G27	Oğlak Tandır, Kuzu Kavurma
22.	G28	Ada Kuzusu Fırında
23.	G29	Fırında Oğlak

Tablo 5.9: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Sebze Yemekleri

No	Katılımcı Kodu	Sebze Yemeğinin Adı
1.	G10	Ada Otlı Yemekler
2.	G11	Ot Yemekleri, Kaya Koruğu Yemeği
3.	G20	Musakka
4.	G24	Yerli Kuru Bakla Yemeği, Ada Otlı Yemekler
5.	G26	Yaprak Sarması, Zeytinyağlı Sebze Yemekleri
6.	G27	Taze Fasulye, Bamya, Patlıcan Musakka

Tablo 5.10: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Deniz Ürünü Yemekleri

No	Katılımcı Kodu	Deniz Ürünü Adı
1.	G1	Karides, Kalamar Tava, Ahtapot Mezese, Yerli Balık Izgara /Tava
2.	G5	Kılıç Balık Çorbası
3.	G6	Sütlü Balık
4.	G7	Ahtapot Kavurması, Karides Kavurma
5.	G8	Kılıç Şiş, Orkinos Şiş, Sardalye Tavası, Kalamar Tava, Karides Tava
6.	G9	Ahtapot Tava, Karides Tava, Kalamar Tava, Istakoz, Deniz Kereviti, Kılıç Şiş, Orkinos Şiş, Sinarit Şiş, Mercan Tava, Eşkına Tava, Lakerda
7.	G10	Ahtapot Pilaki, Kılıç Şiş, Karides Güveç
8.	G14	Kalamar Dolma, Karides Tava, Ahtapot Tava
9.	G18	Supya Dolması, Kalamar Tava, Kurutulmuş Ahtapot Izgarası, Kılıç Şiş, Güveçte Karides
10.	G19	Kiremitte Balık, Kılıç Şiş, Kalamar Tavası, Güveçte Karides
11.	G21	Yeri Balık Tava, Kılıç Şiş
12.	G23	Ahtapot Izgara, Ahtapot Tava, Kılıç Şiş
13.	G29	Ahtapot Izgara, Kalamar Tava, Güveçte Karides, Sezonluk Balık

Tablo 5.11: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Hamur İşleri

No	Katılımcı Kodu	Hamur İşinin Adı
----	----------------	------------------

1.	G2	Ada Böreği
2.	G4	Kuru Domatesli Ekmek, Isırgan Otlı Kek, Otlı Poğaçı, Otlı Gözleme, Börek
3.	G6	Karides Manti
4.	G11	Gelincikli Ekmek, Keçi Peynirli Tortilla
5.	G18	Paskalya Çöreği
6.	G20	Arto Ekmek
7.	G23	Köy Ekmeği
8.	G24	Manti

Tablo 5.12: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Salatalar/ Mezeler

No	Katılımcı Kodu	Salatanın/ Mezenin Adı
1.	G1	Yabani Ot Mezese
2.	G3	Ada Otları Mezese
3.	G4	Lor Peynirli Meze, Yoğurtlu Güveçte Ada Otları Meze, Ada Otlı Salata
4.	G5	Zeytinyağlı Yabani Ot Mezese, Ahtapot Mezese
5.	G6	Karadutlu Mezeler, Ada Otu Kavurması
6.	G7	Otu Kavurma
7.	G10	Karışık Ada Otlı Mezeler, Saganaki (Sıcak Peynir)
8.	G13	Yabani Ot Mezese
9.	G14	Turp Otu Mezese, Sirken Otu Mezese, Hindiba Mezese
10.	G15	Yabani Ot Mezese
11.	G18	Yunan Usulü Caciki, Yabani Ot Mezese,
12.	G20	Caciki, Greek Salata, Musakka
13.	G21	Ada Otları Mezese

Tablo 5.13: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Tatlılar

No	Katılımcı Kodu	Tatlının Adı
1.	G2	Damla Sakızlı Muhallebi
2.	G3	Domates Reçeli, Galakto Bureko
3.	G4	Karadut Reçeli, Dağı Çileği Reçeli
4.	G6	Karadut Reçeli
5.	G11	Ada Reçelleri
6.	G15	Ada Reçelleri, Köy Kurabiyesi, Karadut Tatlısı
7.	G18	Keçi Sütünden Sakızlı Sütlaç, Revani, Baklavadaki, Pandispanya,
8.	G20	Efi Badem Kurabiyesi, Domates Reçeli
9.	G24	Karadut Reçeli
10.	G26	Kabak Reçeli

Tablo 5.14: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel Süt Ürünleri

No	Katılımcı Kodu	Süt Ürünü Adı
1.	G2	Keçi Sütünden Dondurma
2.	G4	İmroz Keçi ve Koyun Peyniri, Yoğurt,
3.	G7	Keçi Peyniri
4.	G11	Koyun Yoğurdu
5.	G16	Keçi Peyniri
6.	G17	Yoğurt, Ayrar
7.	G20	Sakızlı Muhallebi
8.	G24	Koyun Yoğurdu
9.	G26	Ada Peyniri
10.	G27	Keçi Sütünden Sakızlı Sütlaç

Tablo 5.15: Restoranlarda Sunumu Yapılan Yöresel İçecekler

No	Katılımcı Kodu	İçeceğin Adı
1.	G2	Karadut Şerbeti, Dibek Kahvesi
2.	G3	Şurup
3.	G4	Karadut Şerbeti, Gelincik Şerbeti
4.	G5	Barbo Yorgo Şarapları
5.	G10	Barbo Yorgo Şarapları, İmroz Küp Şarapları
6.	G11	Karadut Suyu, Gelincik Suyu, Taze Meyve Suyu
7.	G15	Karadut Suyu, Reyhan Şerbeti, Ada Çayı, Kekik Çayı, Melisa Çayı, İhlamur Çayı, Dibek Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi
8.	G16	Karadut Şurubu
9.	G19	Karadut Suyu
10.	G20	Mento Çayı
11.	G21	Karadut Şerbeti, Ada Şarabı
12.	G23	Ada Şarabı
13.	G29	Ada Şarabı

Tablo 5.16: Restoranlarda Sunumu Yapılan Diğer Yöresel Ürünler

No	Katılımcı Kodu	Diğer Yöresel Ürün Adı
1.	G2	Ada Balı
2.	G4	Ladolia Zeytin, Zeytin Yağı, Salça, Kuru Domatesli Sos
3.	G11	Zeytin Yağı
4.	G13	Ada Balı
5.	G15	Keçi Peynirli Omlet, Pembe Domates Sos, Zeytin Yağı
6.	G16	Ada Kekigi, Zeytinyağı
7.	G18	Zeytinyağı, Mantar

8.	G22	Zeytinyağı
9.	G23	Zeytinyağı
10.	G24	Ada Kekiği
11.	G25	Ada Balı
12.	G28	Zeytinyağı

5.2.2.6 En Çok Tercih Edilen Gastronomik Ürünler İle İlgili Bulgular (Soru 6)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Restoranınızda en çok tercih edilen yöresel gastronomik ürünlerin neler olduğu” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.17’de yer almaktadır.

Tablo 5.17: En Çok Tercih Edilen Yöresel Gastronomik Ürünlerle İlgili Bulguların Analizi

En Çok Tercih Edilen Gastronomik Ürünler	Toplam İşletme Sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Oğlak / Kuz Tandır	29	16	55.17
Kuzu Dolması	29	2	6.90
Oğlak Güveç	29	1	3.45
Kuzu Kavurma	29	1	3.45
Yabani Ot Mezeleri	29	7	24.14
Kokoreç	29	1	3.45
Midye Tava ve Midye Dolma	29	1	3.45
Karadut Şerbeti/Reçeli	29	6	20.69
Ada Balı	29	1	3.45
Dibek Kahvesi	29	2	6.90
Sucukaki	29	1	3.45

Keçi Sütü Dondurma	29	1	3.45
Damla Sakızlı Muhallebi	29	1	3.45
Keçi Sütünden Sakızlı Sütlaç	29	2	6.90
Bademli Kurabiye	29	1	3.45
Domates Reçeli	29	1	3.45
Keçi Peyniri	29	5	17.24
Koyun Yoğurdu	29	2	6.90
Zeytin ve Zeytinyağı	29	8	27.59
Otlı Poğaç	29	1	3.45
Otlı Gözleme	29	1	3.45
Karides Mantısı	29	1	3.45
Mantı	29	1	3.45
Kalamar Tava	29	3	10.34
Sübye Dolması	29	1	3.45
Kılıç Şiş	29	4	13.79
Orkinos Şiş	29	2	6.90
Saganaki	29	1	3.45
Yerli Şaraplar	29	5	17.24
Karadut Reçeli	29	2	6.90
Ada Kekiği	29	1	3.45

Tablo 5.17’de görüldüğü gibi adada faaliyet gösteren restoran işletmelerinde en çok tercih edilen ilk dört yöresel gastronomik ürünlerden birinci sırada %55.17 Kuzu ve Oğlak Tandır gelmektedir. İkinci sırada %27.59 Zeytin ve Zeytinyağı

gelmektedir. Üçüncü sırada %24.14 yabancı ot yemekleri ve %20.69 Karadut şerbeti ve reçeli gelmektedir.

Tablo 5.17'daki veriler arasında yer alan “Kuzu ve Oğlak Eti, Zeytin ve Zeytinyağı, Yabancı Ot Yemekleri ve Karaduttan yapılan yöresel ürünler” çalışmamız kapsamında yapılmış olan Literatür taraması sonuçlarında “Ticarileşme Potansiyeli Yüksek Olan Ürünler” arasında da yer alması Literatür tarama sonuçlarını teyit etme özelliğini taşıdığını da söyleyebiliriz.

5.2.2.7 Yöresel Gastronomik Ürünlerin İş Potansiyeline Etkisi İle İlgili Bulgular (Soru 7)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin iş potansiyeline etkisinin olup olmadığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.18’de yer almaktadır.

Tablo 5.18: Yöresel Gastronomik Ürünlerin İş Potansiyeline Etkisiyle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin İş Potansiyeline Etkisi	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	28	96.55
Yok	1	3.45
Toplam	29	100

Görüşme yapılan %96.55 oranında restoran işletme yöneticisi, yöresel gastronomik ürünlerin adada faaliyet gösteren restoran işletmeleri iş potansiyeline büyük oranda olumlu etkisinin olduğu görüşü beyan etmiştir.

5.2.2.8 Satışı Yapılan Gastronomik Ürünlerin Reçetesinin Kaynağı İle İlgili Bulgular (Soru 8)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerinin kaynağı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.19’de yer almaktadır.

Tablo 5.19: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesinin Kaynağı İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesinin Kaynağı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Aileden	5	17.24
Yerli İnsanlardan	10	34.48
Kendi Reçetemi Yazdım	6	20.69
Aileden + Yerli İnsanlardan + Kendi Reçetemi Yazdım	8	27.59
Toplam	29	100

Görüşme yapılan restoran işletme yöneticileri *Satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerinin kaynağı* sorusuna %34.48 oranında ada yerlisi kişilerden %20.69 kendi reçetelerini kendilerinin oluşturduğu ve %17.24 oranında katılımcı da aile bireylerinden elde ettiklerini beyan etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar restoran işletmelerinin yöresel gastronomik ürün reçetelerini çoğunlukla ada yerlisi kişilerden elde ederek kullandıklarını göstermektedir. Elde edilen bu sonuçların, Gökçeada yiyecek içecek kültürüne ait orijinal yöresel gastronomik ürün reçetelerin gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu kanaatini desteklediğini söyleyebiliriz.

5.2.2.9 Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesinde Değişiklik Yapılıp Yapılmadığı İle İlgili Bulgular (Soru 9)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin orijinal reçetelerinde değişiklik yapılıp yapılmadığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.20’de yer almaktadır.

Tablo 5.20: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetesindeki Değişiklikle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürün Reçetesinde Değişiklik	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yapılıyor	4	13.79
Yapılmıyor	14	48.28
Bazı Reçetelerde Değişiklik Yapılıyor	11	37.93
Toplam	29	100

Görüşme yapılan restoran işletme yöneticileri, *satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin orijinal reçetesinde değişiklik yapılıp yapılmadığı* sorusuna %48.28 oranında değişiklik yapılmadığını, %37.93 oranında bazı reçetelerde değişiklik yapıldığını ve %13.79 oranında da reçetelerde hiçbir değişiklik yapılmadığını beyan etmişlerdir.

Araştırma katılımcılarının, işletmelerinde yüksek oranda orijinal yöresel gastronomik ürün reçetelerine bağlı kaldıklarını beyan etmelerinin Cittaslow şehir Gökçeada’nın yöresel gastronomisinin sürdürülebilirliğine ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağladığını söyleyebiliriz.

5.2.2.10 Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Reçetelerinin Bulunduğu Yazılı Kaynağın Var Olup Olmadığı İle İlgili Bulgular (Soru 10)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerinin bulunabildiği yazılı kaynak var mıdır?*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.21’de yer almaktadır.

Tablo 5.21: Yöresel Gastronomik Ürünlere Ait Reçetenin Bulunabildiği Yazılı Kaynakla İlgili Bulguların Analizi

Yörsel Gastronomik Ürünlerlere Ait Reçetelerin Yazılı Olduğu Kaynak	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	1	3.45
Yok	28	96.55
Toplam	29	100

Görüşme yapılan %96.55 oranında restoran işletme yöneticisi *yöresel gastronomik ürünlerin reçetelerinin bulunabildiği bir kaynağın* olmadığını beyan etmiştir. Ulaşılan bu sonuç, adanın yiyecek içecek kültürünü kayıt altına almak için yeterli bilimsel çalışma yapılmadığı ortaya çıkarmıştır.

5.2.2.11 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzeme Tedarikçisi İşletmenin Olup Olmadığı İle İlgili Bulgular (Soru 11)

Araştırma kapsamında görüşülen Restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin tedarik edildiği işletme olup olmadığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.22’de yer almaktadır.

Tablo 5.22: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzemelerin Tedarikçisi İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzemelerin Tedarik Edildiği İşletme	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	28	96.55
Yok	1	3.45
Toplam	29	100

Görüşme yapılan %96.55 oranında restoran işletme yöneticisi *Yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin tedarik edildiği işletme olduğunu beyan etmiştir*. Bu durum Cittaslow şehir Gökçeada’da yöresel ürün üretimi yapmak isteyen restoranlar için yeterli sayıda malzeme tedarikçisi işletme olduğunun sonucunu ortaya çıkardığını söyleyebiliriz.

5.2.2.12 Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Kullanılan Malzemelerin Her Mevsim Bulunup Bulunmadığı İle İlgili Bulgular (Soru 12)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin her mevsim olup olmadığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.23’de yer almaktadır.

Tablo 5.23: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde Kullanılan Malzemelerin Her Mevsim Olup Olmadığı İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Kullanılan Malzemelerin Her Mevsim Olup Olmadığı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Var	2	6.89

Kısmen Var	11	37.93
Yok	16	55.18
Toplam	29	100

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin %93.11'i restoranlarında üretim ve satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin her mevsim olmadığını veya kısmen olduğunu ifade etmiştir. Sadece iki yönetici yöresel yemekleri üretmek için gerekli malzemeleri bulabildiklerini ifade etmiştir. Bu sonuçlara göre restoranlarında üretim ve satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemelerin dönemsel olarak bulunup saklanması zorunluluğunun olduğu ortaya çıkmıştır.

5.2.2.13 Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Gerekli Hangi Malzemelerin Saklandığı İle İlgili Bulgular (Soru 13)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünleri üretmek için gerekli malzemelerin hangi malzemelerin saklandığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.24’de yer almaktadır.

Tablo 5.24:Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Gerekli Hangi Malzemelerin Saklandığı İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünleri Üretmek İçin Saklanan Malzemeler	Toplam İşletme Sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Deniz Ürünleri			
Kalamar	29	10	34.48
Sübye	29	1	3.45
Ahtapot	29	11	37.93
Karides	29	8	27.59

Kılıç Balığı	29	3	10.34
Balık Çeşitleri	29	3	10.34
Lakerda	29	1	3.45
Balık Pastırması	29	1	3.45
Zeytin Ürünleri			
Zeytinyağı	29	15	51.72
Doğadan Toplanan Bitkiler			
Ada Kekigi	29	8	27.59
Karışık Yabani Otlar	29	13	44.83
Gelincik	29	1	3.45
Kaya Koruğu	29	1	3.45
Mantarlar	29	1	3.45
Hayvansal Ürünler			
Keçi Peyniri	29	4	13.79
Koyun Sütü	29	2	6.90
Oğlak Eti	29	6	20.69
Kokoreç	29	1	3.45
Bal	29	4	13.79
Reçel, Şerbet ve Şaraplar			
Şarap	29	2	6.90
Reçel	29	3	10.34
Şerbetler	29	1	3.45
Sirke, Turşu ve Konserveler			
Salça	29	2	6.90
Biber Turşusu	29	1	3.45
Sirke	29	1	3.45
Meyveler			
Badem	29	1	3.45
Karadut	29	5	17.24

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticileri Tablo 5.24’de yer aldığı üzere yedi kategoride ürünün mevsiminde tedarik edilip yıl boyunca restoranlarında kullanılmak üzere saklandığını ifade etmiştir.

Kalamar, ahtapot, karides gibi yöresel ürünlerin yoğunluklu olarak soğuk dönem olan Aralık, Ocak ve Şubat aylarında avlandığını ifade etmiştir (G23).

Bahar döneminde bulunabilen yabancı otları ve avlanması serbest olan dönemde ahtapotları ve karidesleri konserve yapıp saklıyoruz (G13).

Zeytinyağını ve kekiği üretildiği sezonda toplu olarak alıp depolayarak kullanmaktayız (G12).

Yöresel ürünleri mevsiminde hazırlayıp saklıyoruz. Oğlak eti, ada otları, şerbetler, peynirler ve süt gibi ürünleri dondurucuda saklayarak kullanıyoruz (G4).

Otları konserve olarak, karides ve ahtapotları dondurucuda ve zeytinyağını tenekelerde muhafaza ederek saklıyoruz (G3).

5.2.2.14 Yöresel Gastronomik Ürünleri Tercih Eden Müşterilerle İlgili Bulgular (Soru 14)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Yöresel gastronomik ürünleri en çok tercih eden müşterilerin kim olduğu” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.25’de yer almaktadır.

Tablo 5.25: Yöresel Gastronomik Ürünleri Tercih Eden Müşterilerle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünleri Tercih Eden	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yerli Müşteriler	5	17.24
Yabancı Müşteriler	7	24.14
Tüm Müşteriler	17	58.62

Toplam	29	100
---------------	-----------	------------

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin %17.24'ü yerli yani Türk müşterilerin, %24.14'ü yabancı turist müşterilerin ve %58.62'i ise işletmelerine gelen tüm müşterilerin yöresel gastronomik ürünleri tercih ettiğini belirtmiştir.

5.2.2.15 Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kayıt Altına Alınmasına Destek Sağlanıp Sağlanmadığı İle İlgili Bulgular (Soru 15)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “*Yöresel gastronomik ürünlerin kayıt altına alınmasına destek sağlanıp sağlanmadığı*” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.26’de yer almaktadır.

Tablo 5.26: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kayıt Altına Alınmasına Verilen Desteğe İlişkin Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Kayıt Altına Alınmasına Destek	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sağlanıyor	11	37.93
Sağlanmıyor	18	62.07
Toplam	29	100

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin %62.07’si yöresel gastronomik ürünlerin kayıt altına alınmasına herhangi bir destek sağlanmadığı düşündüğünü belirtmiştir. Katılımcıların %37.93’ü de Gökçeada’da faaliyet gösteren kurumların destek sağladığı görüşünü beyan etmiştir.

Bildiğim kadarıyla yok ama Üniversite, Kaymakamlık ve Belediye bu konuda çalışmalar yapmalıdır (G2).

Bildiğim kadarıyla yok ama yerel ve mahalli idareler, Devlet ve Üniversite tarafından bu konuyla alakalı faaliyetler Yok ama yerel ve mahalli idareler, Devlet ve Üniversite tarafından bu konuyla alakalı faaliyetler düzenleyip desteklenmesini istiyoruz (G4).

Öncelikle İlçe Tarım Müdürlüğü ve sonrasında Turizm Bakanlığı bünyesinde kurulacak Kooperatiflerden destek alınabilir (G23).

Kaymakamlığa bağlı İlçe Tarım Müdürlüğü, Balıkçılar Kooperatifi, Kent Konseyi ve Üniversiteden destek almak isteriz (G21,G24,G26,G27).

5.2.2.16 Gökçeada’da Üretilip Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtımı İle İlgili Bulgular (Soru 16)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Gökçeada’da üretilip satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımının yapıp yapılmadığı” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.27’de yer almaktadır.

Tablo 5.27: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtımı İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtımı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yapılıyor	3	10.36
Kısmen Yapılıyor	13	44.82
Yapılmıyor	13	44.82
Toplam	29	100

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin %3'ü Gökçeada'da üretilip satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımının yapıldığını düşündüğünü ifade etmiştir. Katılımcıların %44.82'si kısmen ve %44.82'si de hiç tanıtım yapılmadığı beyan etmiştir.

İyi reklamla tüm ürünlerin Gökçeada'ya daha fazla katkı sağlayabileceğini düşünüyorum (G11)

5.2.2.17 Gökçeada'da Üretilip Satışı Yapılan Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtım Yöntemi İle İlgili Bulgular (Soru 17)

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerine “Gökçeada'da üretilip satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerin tanıtım yönteminin ne olduğu” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 5.28'de yer almaktadır.

Tablo 5.28: Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtım Yöntemi İle İlgili Bulguların Analizi

Yöresel Gastronomik Ürünlerin Tanıtım Yöntemi	Toplam İşletme Sayısı	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sosyal Medya	29	19	65.52
Ağızdan Ağıza Tanıtım	29	10	34.48
Web Sitesi	29	7	24.14
Broşür	29	2	6.90
Fuar	29	4	13.80
Televizyon ve Gazete	29	1	3.45

Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin %65.52'si sosyal medya üzerinden ve %24.14' de web siteleri üzerinden İnternet destekli dijital ortamda tanıtım yaptıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların %34.48'i müşterilerin çevrelerindeki insanlara konuşarak yani ağızdan ağıza tanıtım yönteminden yararlandıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların %6.9'u broşür basıp dağıtarak, %3.45'i televizyon ve gazete reklamları ile ve %13.8'i ise fuarlar aracılığı ile reklam ve tanıtım yaptıklarını belirtmiştir.

Bölüm 6

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1 Sonuç

Tarih boyunca onlarca medeniyete ev sahipliği yapmış, dünyanın tek Cittaslow unvanlı adası olan Gökçeada (İmroz), bozulmamış doğası, zengin tarihi, arkeolojik, mitolojik ve kültürel değerleri ile günümüzde popüler bir turistik destinasyon haline gelmiştir. Gökçeada (İmroz) ayrıca, günümüze kadar korumayı başardığı köklü ve zengin yöresel yiyecek içecek kültürü ile de son yıllarda Türkiye ve dünyada önemli bir gastronomi merkezi olarak da bilinirliğini artırmıştır.

Yapmış olduğumuz bu çalışma, bir yöreye ait gastronomi kültüründe mevcut olan yiyecek ve içeceklerin o yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde sunumu gerçekleştirilmeden, bilimsel anlamda kayıt altına alınmadan ve coğrafi anlamda tescil edilmeden bu ürünlerin yöreye yeterince ekonomik bir katkısının olamayacağı gerçeğinden hareketle gerçekleştirilmiş olan bir tez çalışmasıdır. Çalışmamız aynı zamanda, Gökçeada (İmroz) gastronomi kültürüne ait yöresel gastronomik ürünler konusunda farkındalık yaratmak, bu ürünlere ekonomik değer kazandırma çalışmalarına destek olmak, bu ürünlerin geleneksel yapım ve sunum tekniklerine sadık kalarak restoranlarda sunulmasına dikkat çekmek ve sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amaçlı yapılmış bir tez çalışması olma özelliği de taşımaktadır. Tez çalışması kapsamında elde edilmiş olan bulgulara yapılan analizler doğrultusunda:

Araştırmaya katılan restoran yöneticilerinin demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Araştırma kapsamında görüşülen restoran işletme yöneticilerinin çoğunlukla (%58.62) 31-50 yaş aralığında olduğu ve bu kişilerden sadece üçte birinin (%34.48) gastronomi eğitimi almış olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca araştırma katılımcılarının çoğunun (%58.62) sürekli olarak adada ikamet ettiği, üniversite mezunu (%51.73) eğitimli kişilerden oluştuğu ve %37.93 oranında yöneticinin (1-5yıl) çok fazla olmayan bir süreden beri restoran yöneticiliği yaptığı tespit edilmiştir. Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranların çoğunluğunun (%55.17) ada Merkezinde, %34.48'inin antik bir liman köyü olan Kaleköy'de ve geriye kalan restoranların ise (%10.35) adadaki diğer köylerde faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmamıza konu restoranların büyük bir çoğunluğunun (%68.97) sadece turizm mevsimi olarak adlandırılan yaz döneminde faaliyetlerini sürdürdüğü, yılın diğer dönemlerinde kapalı oldukları da tespit edilmiştir.

Cittaslow hareketine üye Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren restoranlarda yöresel gastronomik ürünlerin kullanımının desteklenmesine ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren restoranlarda yöresel gastronomik ürünlerin kullanımının yeterince desteklenmediği belirlenmiştir. Araştırma katılımcıların çoğunluğu (%55.17) gerekli desteğin sağlanmadığını beyan etmiştir. Ulaşmış olduğumuz bu bulguya benzer sonuçların Karatepe'nin (2021) Seferihisar'ın yöresel gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliği konusunda yapmış olduğu tez çalışmasında, yöresel gastronomik ürünlerin üretim ve satışına verilen desteğin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, çalışmamızdan elde edilmiş olan sonuçları doğrular bir nitelik taşımaktadır.

Cittaslow şehir Gökçeada'da ticarileşme, markalaşma ve Coğrafi İşaret tescil potansiyeli yüksek olan gastronomik ürünlerin mevcudiyeti ve bölgeye ekonomik

katkısına ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Araştırma katılımcıların çoğunluğu (%58.62) bu ürünlerin mevcut olduğunu beyan etmiştir. Hazarhun ve Tepeci'nin (2018) Manisa şehri özelinde yaptıkları çalışmada, Coğrafi İşarete sahip yöresel gastronomik ürünlerin mevcudiyetinin yerel üreticilere önemli kazançlar sağladığı ve bölgenin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynadığını tespit etmişlerdir. Ören ve Ören'nin (2019) Uşak ilinde yaptıkları çalışmada, bir bölgede mevcut olan yöresel gastronomik ürünlere Coğrafi İşarete tescili yapılarak ekonomik değer kazandırıldığı konusuna vurgu yaparak çalışmamızdan elde ettiğimiz sonuca katkı sağlamışlardır.

Yöresel gastronomik ürünlerinin üretim ve satışına verilen önem konusuna ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranların tamamının bu konuya önem verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Başat, Sandıkçı ve Çelik'in (2017) yapmış oldukları çalışmada, yöresel gastronomik ürünlerin üretim ve pazarlanması ile sürdürülebilirliğinin korumasının çok önemli olduğu vurgulayarak çalışmamızda elde edilen sonucu desteklemişlerdir. Schneider ve Ceritoğlu (2010) İstanbul ili özelinde yapmış oldukları çalışmada, yöresel gıda ürünlerinin yöre ekonomisi için önemli olduğunu vurgulayarak çalışmamıza katkı sağlamışlardır.

Restoranlarda en çok tercih edilen yöresel gastronomik ürünler konusuna ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Araştırma kapsamında görüşülen paydaşlar, restoranlarda %65'lik bir oranda adada serbest hayvancılık sistemi ile yetiştirilen oğlak ve kuzu etlerinden yapılan et yemeklerinin daha çok tercih edildiğini beyan etmişlerdir. Bu durum adada mevcut serbest hayvancılık sisteminin korunup üretimin geliştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların %20'lik bir bölümü adaya ait Karadut ağaçlarından yapılan ürünlerin de çok tercih edildiğini beyan etmişlerdir. Bu sonuç da adaya özgü bir tür olan karadut yetiştiriciliğine de önem verilmesi bu

konuda üretimin artırılması sonucunu da ayrıca ortaya çıkarmıştır. Araştırma katılımcıların %17'lik bir bölümü de Keçi Peynirinin de çok tercih edilen ürünler arasında olduğunu beyan etmişlerdir. Bu sonuçlara göre keçi sayısının artırılarak keçi peyniri yapımının geliştirilmesi gerekliliğinin olduğu da ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %27'lik bir bölümü adaya özgü Ladolia zeytin ve zeytinyağının da çok tercih edilen ürünler arasında olduğunu beyan etmişlerdir. Bu konuda adadaki zeytin ağaçlarının sayısının çokluğu, yüzlerce yıllık zeytin ağaçlarının varlığı ve adada faaliyet gösteren dört adet zeytinyağı değirmeninin mevcudiyeti bize bu konuda yeterli potansiyelin mevcut olduğunu göstermektedir.

Yöresel gastronomik ürünlerin iş potansiyeline etkisi ve müşteriler tarafından tercih edilmesine ilişkin sonuçlar incelendiğinde: Araştırma kapsamında görüşülen paydaşların %96.55'i iş potansiyeline olumlu etkisi olduğunu ve yöresel gastronomik ürünlerin adayı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tamamı tarafından tercih edildiğini belirtmişlerdir. Aslan, Güneren ve Çoban'ın (2014) yapmış oldukları çalışmada, turistlerin gittikleri destinasyonlarda yöresel yemekleri merak ettiklerini ve yöresel yemekleri sunan restoranları daha çok tercih ettiklerini vurgulayarak, araştırmamız sonuçlarına katkı yapmışlardır. Apak ve Gürbüz'ün (2018) İzmir ili kapsamında yapmış oldukları çalışmada, yöresel gıda ürünlerinin yöreye özgü olması, lezzetli, doğal ve sağlık açısından faydalı olduğu sebeplerinden dolayı bölgeyi ziyaret eden turistler tarafından tercih edildiğini tespit ederek çalışmamız sonuçlarını destekleyen bir bulguya ulaşmışlardır.

Yöresel gastronomik ürünlerin kayıt altına alınması, gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebilirliği konusunda elde edilen sonuçlar incelendiğinde: Katılımcıların yaklaşık yarısı (%51.72) reçeteleri aile bireylerinden ve adada yaşayan yerli halktan elde ettiklerini beyan etmişlerdir. Katılımcıların yine yarıya yakını

(%48.28) bu reçetelerde hiçbir değişiklik yapmadıklarını, yani orijinal reçetelere sadık kaldıklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %96.55'i ise reçeteleri bulabilecekleri bir kaynağın olmadığını da beyan etmişlerdir. Bu sonuçlar Gökçeada'da ( mroz) var olan gastronomi kültürünün nesilden nesile geçerek korunmakta olduğu kanıtlamaktadır. Fakat adada mevcut yöresel gastronomik ürünlerin bilimsel anlamda kayıt altına alınması konusunda yeterli çaba sarf edilmediği de ortaya çıkmıştır. Yöresel  r nlerin sürdürülebilirliğine ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlamak için Eren ve Sezgin'in (2017) Mersin yöresinde yaptığı çalışmada, yöreye özgü yiyecek ve içecek kültürünü kayıt altına alarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacak bilimsel yayınların (makale, yemek tarifleri kitabı ve tanıtım broşürü gibi) yapılması gerekliliğine vurgu yaparak çalışmamız sonuçlarına destek sağlamışlardır.

Yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemeler konusunda elde edilen bulgular incelendiğinde: Araştırma katılımcılarının %96.55'si, yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde kullanılan malzemeleri bulabilecekleri tedarikçilerin adada mevcut olduğunu beyan etmiştir. Katılımcılar ayrıca, her mevsim bulunamayan malzemelerin de (bazı deniz ürünleri, zeytinyağı, ada kekiği, doğadan toplanan yabani otlar, mantarlar, salça, turşular, karad t, şerbetler, keçi sütü, oğlak eti, bal ve ada üretimi şaraplar) bulunabildikleri dönemlerinde temin edilip saklandığını belirtmişlerdir.

Yöresel gastronomik ürünlerin tanıtılması konusunda elde edilen bulgular incelendiğinde: Araştırma katılımcılarının %89.64'  tanıtım konusunda yeterli çabanın gösterilmediğini beyan etmişlerdir. Araştırmada ayrıca, yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımının işletme sahiplerinin bireysel çabalarıyla elektronik ortamda faaliyet gösteren sosyal medya platformları ile işletmelere ait web siteleri üzerinden

gerçekleştirildiği ve devlet kurumları tarafından bu konuda yeterli desteğin sağlanmadığı sonucu da tespit edilmiştir. Çorman (2018) tez çalışmasında, resmi kurumların yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtılması için çaba harcamaları gerekliliğine vurgu yaparak çalışmamızın sonuçlarına katkı sağlamıştır. Yine Serçeoğlu'nun (2014) yapmış olduğu çalışmada, Erzurum'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinin bilinçlendirilmesi için yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımına önem verilmesi gerektiği bulgusuyla çalışmamıza destekleyici katkı yapmıştır. Orhan'nın (2021) yapmış olduğu çalışmada, Erzincan'ın yöresel gastronomik değerlerini tanıtabilecek çalışmaların resmi kurumlar tarafından yapılması gerekliliği sonucuyla araştırma sonuçlarımızı desteklemiştir.

Yöresel gastronomik ürünlerin Cittaslow temalı restoranlarda sunum düzeyinin belirlenmesine yönelik sonuçlar incelendiğinde: Gökçeada'da (İmroz) yöresel gastronomik ürünlerin Cittaslow temalı restoranlarda sunum düzeyinin düşük seviyede olduğu belirlenmiştir. Nebioğlu'nun (2021) Türkiye'de yöresel yemeklerin restoranlarda sunumunu ele alan çalışması kapsamında incelenen çoğu şehirde yöresel yemeklerin restoranlarda kısmen ya da az sunulduğunu tespit ederek çalışma sonuçlarımızı desteklemiştir. Yavuz ve Özkanlı'nın (2019) yapmış oldukları çalışmada, Gökçeada'da faaliyet gösteren restoran mönülerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin sunumuna yeterince yer verilmediğini gözlemledikleri araştırma sonucu ile çalışmamıza destek sağlamışlardır. Yılmaz'ın (2019) Bayburt'ta gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, yöresel yiyecek ve içecek kültürünün genellikle evlerde bireysel olarak yaşatıldığı ve bu ürünlerin restoranlarda sunum düzeyinin oldukça düşük olduğunu tespit ettiği sonucuyla araştırma sonuçlarımıza katkı sağlamıştır. Işın ve Yalçın'nın (2020) Türkiye genelinde yaptıkları çalışmada, yöresel yiyeceklerle restoran mönülerinde yeterince yer verilmediği ve sunum düzeyinin düşük olduğu

bulgusu ve Zağralı ile Akbaba'nın (2015) İzmir-Çeşme bölgesinde yaptıkları araştırmada, yöresel yemeklerin restoran mönülerinde yeterince kullanılmadığı bulgusuyla araştırmamızın bulgularına katkı yapmışlardır. Kılınç ve Kılınç'ın (2018) Antalya ili özelinde gerçekleştirdikleri çalışma ile yöresel gastronomik ürünlerin bölgede faaliyet gösteren restoranlarda sunulmasının, bu ürünlere ekonomik değer kazandırmada büyük bir önemi olduğuna vurgu yaparak çalışmamız sonuçlarını desteklemişlerdir.

6.2 Öneriler

Yöresel yiyecek içecek kültürünün turistik bir destinasyonun çekiciliği açısından çok önemli bir değer olduğu fikrinden hareketle yapılmış olan bu çalışma ile Cittaslow unvanlı Gökçeada'da (İmroz), ticarileşme, markalaşma ve coğrafi işaret tescil potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünleri tespit etmek, kayıt altına almak, bu konuda bir "Referans Kaynak Listesi" oluşturmak ve tespit edilmiş olan yöresel gastronomik ürünlerin adada faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranlarda kullanım düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular temelinde Gökçeada'da (İmroz) yöresel gastronomik ürün kullanımını geliştirmek, bu ürünlerin Cittaslow temalı restoran işletmelerinde kullanılmasını teşvik etmek ve yöresel ürün bilgilerinin gelecek nesillere aktarılmasını temin etmek için yapılması gerekenler hakkında öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Gökçeada (İmroz) gastronomi kültürüne ait yöresel gastronomik ürünler konusunda farkındalık yaratmak, gelecek nesillere aktarılmasını sağlamak ve yiyecek içecek sektöründe kullanımını desteklemek için yoğun tanıtım çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

- Çalışmada “Referans Kaynak Listesi” oluşturulmuş olan yöresel gastronomik ürünlere ekonomik değer kazandırma, Coğrafi İşaret tescili yapma ve markalaşma çalışmalarının hızlandırılması gerekmektedir.
- Gökçeada (İmroz) gastronomi kültürü envanteri içerisinde yer alan yöresel gastronomik ürünlerin yapım ve sunum tekniklerine sadık kalarak restoranlarda sunulmasına dikkat çekmek için konuyla ilgili devlet kurumları tarafından bilgilendirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir.
- Tez çalışması kapsamında yapılmış olan araştırma sonuçlarına göre adada faaliyet gösteren yiyecek içecek sektörüne bilimsel kaynak anlamında destek sağlayacak yöresel yiyecek içecek reçetelerinin ve üretim yöntemlerinin yer alacağı bilimsel kitap çalışmaları teşvik edilmelidir.
- Cittaslow unvanlı bir şehri ziyaret eden turistlerin büyük oranda talep ettikleri bölge kültürüne ait yiyecek ve içeceklerin sunumunu yapan Cittaslow temalı restoran işletme sayısının Gökçeada da artırılması gerekmektedir.
- Gökçeada’da (İmroz) faaliyet gösteren yüksekokulda bulunan Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde adaya ait yiyecek içecek bilgilerini öğrencilere uygulamalı derslerle öğretilmesi için okul yönetimi ile ada yerel yönetimleri temas kurmalıdır.
- Çalışmada yer alan araştırma kapsamında tespit edilmiş olan sonuçlara göre; yiyecek içecek sektöründe oldukça rağbet gören ada kuzusu ve oğlağı, keçi sütünden yapılan dondurmalar ve keçi peyniri üretimi için gerekli “Serbest Hayvancılık” sistemiyle hayvancılık yapılması teşvik edilip devlet tarafından desteklenmelidir.
- Ada yerel yönetimleri, son yıllarda dünyada oldukça rağbet gören gastronomi festival ve şenlikleri ile yöresel yemek yarışmaları organize ederek

Gökçeada'nın (İmroz) turistik bir gastronomi destinasyonu olduğunu öne çıkaran tanıtım çalışmalarına destek sağlamalıdır.

- Gökçeada'da (İmroz) faaliyet gösteren Cittaslow temalı restoranların yöresel gastronomik ürünler kapsamında ihtiyacı olan doğada mevcut deniz ürünleri, yabani otlar ve mantarların doğadan aşırı toplanmasının veya avlanmasının önüne geçmek için devlet kurumlarının kontrolünde uygulamalar hayata geçirilmelidir.
- Gökçeada'ya (İmroz) ait yerel üzüm çeşitleri, Ladolia cinsi zeytin ağaçları ve karadut ağaçları koruma altına alınarak üretimleri artırılmalıdır.
- Gökçeada'ya (İmroz) ait yöresel gastronomik ürünlerinin sahte üretimi veya dışarıda üretilip adaya getirilmemesi çok sıkı denetlenmelidir.
- Adaya ait yöresel gastronomik ürünler, adaya ulaşım sağlayan gemi işletmesi ile koordineli bir şekilde gemilerde tanıtılmalı ve oluşturulacak stantlarda satışı da ayrıca sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akbulut, B.A. (2019), *Destinasyon Markası Oluşumunda Gastronomik Kimlik ve İmaj: Konya Örneği*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi.
- Alagöz, M. (2018), *Sürdürülebilir Kent Bağlamında Cittaslow Yaklaşımı, Eğirdir İlçesinin Cittaslow Kriterleri Açısından İncelenmesi*, Asia Minor Studies, AGP Sempozyum Özel Sayısı, 138-149.
- Alkan, A. (2020), *Yerel Paydaşların Cittaslow Şehir Ağına Yönelik Algı ve Tutumlarına İlişkin Bir Araştırma: Ahlat Cittaslow Şehir Örneği*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (47), 261-280.
- Alkan, S. (2019), *Nevşehir Gastronomi Turizminin Gelişmişlik Düzeyinin Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Alver, C. (2018), *Kuzey Ege Denizi'nde Zıpkınla Avlanan Kılıç Balığının (Xiphias gladius, Linneus, 1758) Yaş Ve Büyüme Özelliklerinin Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Apak, Ö.C. ve Gürbüz, A. (2018), *Turistlerin Yöresel Gıda Ürünlerine İlgili Düzeyleri*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(2), 334-349.

- Arıkan, İ., Dündar, A. ve Edlinger, L.S. (2015), *Is Cittaslow an Effective Model in Destination Development for Sustainable Tourism? A Case Study in Austria*, International Conference Science in Technology, Athens.
- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014), *Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(4), 3-13.
- Atalay, A. (2008), *Gökçeada'nın Sürdürülebilir Kalkınmasında Sektörel Önceliklendirmenin Önemi*, Gökçeada Değerleri Sempozyumu, Gökçeada.
- Athar, H.S (2020), *Foreign Tourist's Food Preferences In Lombok: A Qualitative Research In Customer Behavior*, 1(3), Dinasti International Journal of Digital Business Management, 444-453.
- Avcı, N. (2008), *Gökçeada'da Organik Tarım ve Organik Ada*, Gökçeada Değerleri Sempozyumu, Gökçeada.
- Aydın, A. (2016), *Gastronomi Ve Turizm Bütünleşmesinde İzlenilen Stratejik Süreç Üzerine Nitel Bir Araştırma: Kapadokya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi.
- Aydın, E. (2015), *Gastronomi Turizminin Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Aydoğan, S. (2015), *Sürdürülebilir Mimarlıkta Sakin Şehir (Cittaslow) Yaklaşımı*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.

Aytan, O. A. (2021), *Hareketli Avcı-Toplayıcı Grupların Yaşam Biçimiyle Yerleşik Çiftçi Toplulukların Yaşam Biçim Arasındaki İnsan-Mekan İlişkisinin Mukayesesi*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(2), 979-1012.

Baldemir, E., Kaya, F. ve Şahin, T.K. (2013), *A Management Strategy Within Sustainable City Context: Cittaslow*, 9th International Strategic Management Conference, Latvia.

Baltacı, A. (2019), *Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?*, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388.

Başat, H.T., Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2017), *Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(2), 64-76.

Başer, B.C, Yılmaz, A. ve Mutlu, O.A. (2016), *TR90 Doğu Karadeniz Bölgesi Yöresel Ürünler Stratejisi ve 2015-2017 Eylem Planı*, 1-50.

Başkale, H. (2016). *Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi, 9(1), 23-28.

Bıçakçı, M.Y., Er, S. ve Aral, N. (2017), *Annelerin Çocuklarına Etkileşimli Kitap Okuma Sürecine İlişkin Görüşleri*, Eğitim ve Bilim, 42(191), 53-68.

Bucak, T. ve Turan, Ö. (2016), *Bölge Turizmine Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği*, Journal of Yaşar University, 11(43), 211-219.

Ceyhan, A., Sezenler, T., Yüksel, M. ve Yıldırım, M. (2015), *Gökçeada Kuzularının Büyüme ve Yaşama Gücü Özellikleri Üzerine Bazı Çevre Faktörlerinin Etkisi*, Hayvansal Üretim Dergisi, 54 (2), 14-17.

Chaffee, P. (2018), *The Slow Food Movement – Revaluing What We Eat*, The Interfaith Observer Journal, 1-3.

Cittaslow Türkiye-Şehirler, cittaslowturkiye.org (27 Aralık 2021).

Creswell, J.W. ve Miller, D.L. (2000). *Determining Validity In Qualitative Inquiry*, Theory Into Practice, 39(2), 124-130.

Çavuşoğlu, M. (2011), *Butik Turizm ve Gökçeada Üzerine Bir Araştırma*, 12.Ulusal Turizm Kongresi, Akçakoca-Düzce, 91-100.

Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2011), *Gökçeada Turizmi ve Gökçeada Lezzet Rotası*, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(1), 347-359.

Çorman, G. (2018), *Turist Rehberliğinde Foodie Özelliğinin Önemi*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi.

Dayısoylu, K. S., Yörükoğlu, T. ve Ançel, T. (2017), *Kahramanmaraş'ın Coğrafi İşaretli Ürünleri ve İlin Potansiyel Durumu*, KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 20(1), 80-88.

Demir M.G. (2018), *Yavaş Hareketin Kentsel Ölçekteki Yeni Yansıması: Cittaslow*, Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi, 1(4), 203-210.

Demirkol, Ş. ve Taşkiran, Ö. (2019), *Turizmde Destinasyon Markalaşma Süreci: Cittaslow Taraklı Örneği*, Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 56-69.

Dokuzlu, S., Demir, B., Ürüm, B., Güler, V., Sarı, Y., Yıldız, G. ve Aksoy, O. (2019), *Tüketicilerin Yöresel Ürün Satın Alma Davranışları: DAP Bölgesi Ürünleri*, Tarım Ekonomisi Dergisi, 25(1), 97-108.

Dünyanın İlk ve Tek Sakin Adası (Cittaslow): Gökçeada, <http://www.gokceada.gov.tr/dunyanin-ilk-ve-tek-sakin-adasi-cittaslow-gokceada> (30 Aralık 2021).

Emeç, G. (2018), *İstanköy- Yunanistan Türklerinin Geçiş Ritüelleri*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.

Erdoğan, N. (2020), *Evaluation of Cittaslow Standards' Traditional Urban Texture and Buildings Aspects: From Traditional to Cittaslow-Taraklı Case*, Journal of Architectural Sciences and Applications, 5(1), 108-118.

Eren, Y.F ve Sezgin, A.C. (2017), *Gastronomi Turizmi Açısından Mersin Yöresi Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği*, 1.International Sustainable Tourism Congress, Kastamonu, 1-1062.

Erkul, H., Genç, H., Çelik, E. ve Varlı, R. (2014), *Yerel Ürünlerin Yöresel Tanıtıma Katkıları: Gökçeada Efî Badem Örneği*, Eko-Gastronomi Dergisi, 1(1), 123-142.

Eşitti, B. ve Harputluoğlu, D.D. (2015), *Citta Slow Şehirlerde Yerel Halkın Earth Markete Yaklaşımı: Gökçeada Destinasyonu Örneği*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(1), 64-71.

Farelink, E. (2020), *Determinants Of The Development Of Slow Cities In Poland*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 64(7), 18-36.

Fidanlar Toprağa, Lezzetler Adaya Miras Kalacak,
<https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/498/Fidanlar-Topraga-Lezzetler-Adaya-Miras-Kalacak> (30 Aralık 2021).

Genç, T. ve Çakaloğlu, Ç. (2018), *Çanakkale Gökçeada'da Yetiştirilen Kalabaki Üzümünün Tane Yüzeyindeki Maya Çeşitliliğinin Tanımlanması ve Karakterizasyonu*, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 5(4), 569-577.

Gökçeada (İmroz), <https://canakkale.ktb.gov.tr/TR-70577/gokceada-imroz.html> (28 Aralık 2021).

Gökçeada

Arısı

Tescillendi,

[https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-](https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow)

[Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow](https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow) (28 Ocak 2022).

Gökçeada

Arısı

Tescillendi,

[https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-](https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow)

[Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow](https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/384/Gokceada-Arasi-Tescillendi?fbclid=IwAR1imnEq3PjmC1rY3YmRvwD0aXF67ynCpPnjZiJutqRqsicIB7w3RwcUQow) (30 Aralık 2021).

Gökçeada'da

“Madam'ın

Dibek

Kahvesi”

Lezzeti,

<https://www.aa.com.tr/tr/yasam/gokceadada-madamin-dibek-kahvesi-lezzeti/1556304> (28 Aralık 2021).

Gray, N. (2014), *Gastronomic Intervention Food As Vernacular Catalyst*, Yüksek Lisans Tezi, University Of Cincinnati.

Grote, U. (2009), *Environmental Labeling, Protected Geographical Indications and the Interests of Developing Countries*, Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy, 10(1), 94-110.

Güler, A.C. (2018), *Gökçeada'nın Kültürel Peyzaj Değerlerinin Belirlenmesi Ve Korunmasına Yönelik İlkeler*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.

Güler, V. (2016), *DAP Bölgesi Yöresel Ürünlerini Ticarileştirme Stratejilerinin Belirlenmesi Projesi Raporu*, TÜBİTAK, Ankara.

Hazarhun, E ve Tepeci, M. (2018), Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, Ek Sayı 1, 371-389.

Horbliuk, S. ve Dehtiarova, L. (2021), *Approaches to Urban Revitalization Policy In Light Of the Latest Concepts of Sustainable Urban Development*, Baltic Journal of Economic Studies, 7(3), 46-55.

Hüryılmaz, H. (2006), *Gökçeada-Yenibademli Höyük'te Kent Organizasyonu Ve Yönetim*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 5(18), 30-43.

Hüryılmaz, H. (2007), *Gökçeada - Yenibademli Höyük Kazısında Bulunan Makara Biçimli Nesneler Ve Düşündürdükleri*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(19), 33-47.

Işın, A ve Yalçın, E. (2020), *Coğrafi İşaretili Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(4), 2507-2522.

İlhan, R. (2018), *Çerkez Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Restoran Sahipleri Ve Müşteri Görüşlerinin Karşılaştırmalı Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi.

Jarossova, M. (2019), *Slow Food And Culinary Heritage As European Activities To Promote Traditional And Regional Foods And Dishes, Trends And Challenges*

In The European Business Environment: Trade, The 6Th International Scientific Conference, Mojmirovce, Slovak Republic, 170-178.

Kahraman, S.Ö. (2005), *Geçmişten Günümüze Gökçeada'da Yerleşmelerin Dağılışı Etkili Olan Faktörler*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi, 14(1), 25-42.

Kaplan, Y. ve Yurdugül, S. (2018), *Evrimsel Gastronomi*, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, (1), 582-588.

Kaptanoğlu, Ö.R., Kılıçarslan, M. ve Tosun, A. (2019), *Marka Ve Marka Farkındalığı*, The Journal of Social Science, 3(5), 248-266.

Karapınar, D.Ç. (2018), *Marka İmajı Ve İtibarı Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü*, İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 3(1), 127-141.

Karataş, Z. (2015), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırma Dergisi, 1(1), 62-80.

Karatepe (2021), *Cittaslow Hareketi Ve Yöresel Gastronomik Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Seferihisar Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi.

Kılıç, Y. (1987), *Gökçeada (İmroz) Lepidoptera Faunasının Tespiti*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi.

Kılınç, O ve Kılınç, U. (2018), *Yöresel Gastronomik Değerlerin Ürüne Dönüşme Düzeyi: Antalya İl Merkezi Restoran Menüleri Üzerine Bir İnceleme*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 394-410.

Kıral, B. (2020), *Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (15), 170-189.

Kırgız, A.C. (2017), *Impacts of Integrated Marketing Communication Strategies Applied for Geographical Indications on Purchasing Behavior*, İşletme Bilimi Dergisi, 5(1), 87-100.

Korkmaz, H., Mercan, O. ve Atay, L. (2014), *The Role Of Cittaslow In Destination Branding: The Case Of Seferihisar*, Current Issues of Tourism Research, 4(1), 5-11.

Korkmaz, M. (2020), *Gökçeada'nın Gastronomik Kimliğinin Ada'da Faaliyet Gösteren Kadın İşletmeciler Perspektifinden Değerlendirilmesi*, Tourism and Recreation, 2(2), 84-96.

Köşker, H. ve Özbey, Z. (2021), *Türk Mutfak Kültüründe Çorba Ve Coğrafi İşaretli Çorbalar Üzerine Bir Değerlendirme*, Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 5(3), 471-489.

Köşker, H., Ercan, F. ve Albuz, N. (2018), *Osmanlı Çileğinin Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Değerlendirilmesi*, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (30), 1236-1269.

Kuzucu, C.Ö. (2014), *Çanakkale İli Sebze Üretim Potansiyeli Ve Pembe Domates Yetiştiriciliği*, Çanakkale Domates Çalıştayı, Çanakkale, 1-159.

Küçükkömürler, S., Şirvan, N.B. ve Sezgin, A.C. (2019), *Dünyada Ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi*, Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi, 2(2), 78-85.

Manola, M. ve Koufadakakis, S.X. (2020), *The Gastronomy As An Art and Its Role In The Local Economic Development Of A Tourism Destination: A Literature Review*, SPOUDAI Journal of Economics and Business, 70(1-2), 81-92.

Matta, E. ve Caballero, G. (2016), *Possible Implementation of Cittaslow to Urban Centres of the World*, International Federation of Landscape Architects (IFLA) Conference, Belgium.

Mayer, H. ve Knox, P.L. (2006), *Slow Cities: Sustainable Places In A Fast World*, Journal Of Urban Affairs, 28(4), 321–334.

Nebioğlu, O. (2021), *Restoran İşletmelerinin Menülerindeki Yöresel Yemekleri İnceleyen Yerli Yazın Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması*, Alanya Akademik Bakış, 5(2), 1031-1047.

Oktaç, M., Kurt, A. ve Kara, M. (2007), *Türkçe İçin Bir Sıklık Analizi Programı*, 38. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi ICANAS 2007, Ankara.

Organik Tarım “Bozcaada ve Gökçeada’da Gelişiyor”,

<https://canakkale.tarimorman.gov.tr/Haber/145/Organik-Tarim-Bozcaada-Ve-Gokceadada-Gelisiyor> (28 Aralık 2021).

Orhan, F. (2021), *Erzincan'ın Yöresel Yemeklerinin Gastronomi Turizmine Kazandırılmasının Bölge Kalkınması Açısından Önemi*, Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı (20), 47-62.

Ölmez, M. (2021), *Yöresel Yiyecek Ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Niğde İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Öner, E. ve Vardar, S. (2017), *Gökçeada'nın (Çanakkale) Paleocoğrafya Özellikleri Ve Jeoarkeolojisi*, Journal Awareness, 2(38), 203-220.

Ören, F.S. (2020), *“Sakin Şehir” Olmanın Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkilerinin Kent Sakinlerinin Algıları Bağlamında İncelenmesi: Akyaka Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi.

Ören, V.E. ve Ören, T.Ş. (2019), *Gastronomi Turizmi Kapsamında Sürdürülebilirlik: Ehem Köftesi Örneği*, Turkish Studies Social Sciences, 14(1), 151-162, s:159

Özbek, Ç. (2008), *Antik Çağda Gökçeada*, Gökçeada Değerleri Sempozyumu, Gökçeada.

Özcan, M., Yalçınan, H., Ekiz, B., Tölü, C. ve Savaş, T. (2016). *Gökçeada Keçisi Oğlaklarının Farklı Karkas Parçalarındaki Et, Kemik, Yağ Oranları Üzerine Üretim Sisteminin Etkisi*, İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 42(2), 171-177.

- Özdemir, E. ve Ayhan, K.Ç. (2020), *Küreselleşen Yüzyılda Bir Sürdürülebilir Kalkınma Ve Nitelikli Yaşam Modeli Olarak Sakin Şehir Kavramı: Gökçeada Örneği*, Journal of Awareness, 5(2), 85-102.
- Özdemir, M. (2010), *Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1), 323-343.
- Özmen, Y.Ş., Birsen, Ö. ve Birsen, H. (2016), *Kentleşme Dinamiklerine Cittaslow Kentler Üzerinden Bakmak: Türkiye'deki Cittaslow Şehirleri Üzerine Bir Araştırma*, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 24(2), 9-22.
- Öztürk, S. (2012), *Small Towns Reshaping Their Urban Planning Policies Joining In The Cittaslow International Network: The Case Of Seferihisar In Turkey*, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Papadopoulos K., Tsapatsoulis, N., Lanitis, A. ve Kounoudes, A. (2008), *The History Of Commandaria: Digital Journeys Back To Time*, The 14th International Conference on Virtual Systems and Multimedia VSMM, Cyprus.
- Presenza, A., Abbate, T. ve Alibrandi, A. (2014), *From Conservation to Valorization of Heritage Assets: The Contribution of Cittaslow Certification*, Heritage, Tourism and Hospitality International Conference, İstanbul.

- Rahmah, M. (2017), *The Protection of Agricultural Products under Geographical Indication: An Alternative Tool for Agricultural Development in Indonesia*, Journal of Intellectual Property Rights, 22(1), 90-103.
- Sağır, G. (2017), *Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food ve Cittaslow Hareketi*, The Journal of Social Science, 1(2), 50-59.
- Samancı, Ö. (2020), *Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma*, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 31(1), 92-95.
- Schneider, G.K ve Ceritoğlu, A.B. (2010), *Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı Ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi - İstanbul İlinde Bir Uygulama*, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, (6), 29-52.
- Serçeoğlu, Ö. (2014), *Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(4), 36-46.
- Servet, H., Yayla, N. ve Çeviş, İ. (2020), *Coğrafi İşaretli Ürünlerin İhracata Dayalı Kalkınma Potansiyeli: Denizli Örneği*, Ege Coğrafya Dergisi, 29(1), 107-123.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2018), *Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma*, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(3), 523-537.
- Simonetti, L. (2012), *The Ideology Of Slow Food*, Journal of European Studies, 42(2), 168-189.

Slow Food Worldwide, <https://www.slowfood.com/> (30 Aralık 2021).

Suna, B. ve Alvarez, M.D. (2019), *Gastronomic Identity of Gaziantep: Perceptions of Tourists and Residents*, *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 7(2), 167-187.

Şengül, Ü., Tan, S., Atak, Ş. ve Şengül, B.A. (2014), *Türkiye Gökçeada'da Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Potansiyeli*, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 6(11), 41-55.

Tayfun, A. ve Acuner, E. (2014), *Cittaslow: A Comparative Research Turkey And The World*, *Conference of The International Journal of Arts & Sciences*, 7(3), 239–246.

Tonk, E.C ve Selçuk, S.A. (2020), *Cittaslow Unvanı Alan Kentlerin Sürdürülebilir Ulaşım Bağlamında İncelenmesi ve Ankara-Güdül İlçesi İçin Öneriler*, *Euroasia Journal of Applied Sciences*, 8(1), 188-201.

Tölü, C., Özcan, M. ve Savaş, T. (2008), *Gökçeada Keçisinin Biyolojisine İlişkin İlk Rapor*, *Gökçeada Değerleri Sempozyumu*, Gökçeada, 103-114.

Turgarini, D. ve Pratiwi, I.I. (2021), *Digitalization Activities In Gastronomy Tourism, Promoting Creative Tourism: Current Issues In Tourism Research Book*, London, Taylor & Francis Group Print.

- Uslu, A. ve Karabulut, A. N. (2019), *Slow Food Konseptine Uygun Restoranlarda, Algılanan Hizmet Kalitesinin, Markaya Yönelik İmaj, Güven Ve Sadakate Etkisi: Köyceğiz İlçesini Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 18(72), 2166-2181.
- Uzut, İ. (2016), *Turizm Açısından Stratejik Bir Kaynak Olarak Gastronomik Kimlik: Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Modeli Çerçevesinde Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi.
- Yalçın, A. ve Yalçın, S. (2013), *Sürdürülebilir Yerel Kalkınma İçin Cittaslow Hareketi Bir Model Olabilir Mi?* Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5(1), 32-41.
- Yalçın, E. (2019), *Küresel Kente Alternatif Olarak Sakin Şehir: Türkiye Sakin Şehirleri Üzerinden Değerlendirme*, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 19(38), 202-230.
- Yalım, F. (2018), *Yavaş Şehir (Cittaslow) Hareketi Ekseninde Kent Markalaşması Ve Kent İletişimi: Kırklareli "Vize" Yavaş Şehir Örneği*, Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2), 1-28.
- Yavuz, M. (2019), *Yöresel Yiyecek Ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Gökçeada Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi.
- Yavuz, M. ve Özkanlı, O. (2019), *Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri: Gökçeada Örneği*, Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(2), 279-301.

- Yazıcı, T. ve Ekinci, D.K. (2017), *Yavaş Şehirlerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Cittaslow Türkiye Belediyeleri Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması*, 1.Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul.
- Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014), *Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri*, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(2), 13-23.
- Yılmaz, Ö. (2019), *Yöresel Yemeklerin Yerel Restoranlarda Sunulma Düzeyi: Bayburt Örneği*, Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 2(2), 225-230.
- Yılmazer, A., Güven, E.Ö. ve Gülşen, K. (2018), *Destinasyon Pazarlamasında Gastronomik Marka İmajına Yönelik Bir Araştırma*, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(4), 3226-3248.
- Yurtseven, R., Erkul, H. ve Morkoç, D.K. (2013), *Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Zağralı, E ve Akbaba, A. (2015), *Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadasını Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma*, Journal of Yaşar University, 10(40), 6633-6644.

EKLER

Ek A: Araştırma Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma, ‘Cittaslow Şehir Restoranlarında Yöresel Gastronomik Ürün Kullanımı: Gökçeada (İmroz) Örneği’ Başlıklı bir araştırma çalışması olup Gastronomi Yüksek Lisans Tezi yazılması amacını taşımaktadır. Çalışma, **Olena Çavuşoğlu** tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile bir Yüksek Lisans Tezi ortaya konacaktır / literatürün gelişimine ışık tutulacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, **Basılı Anket ve Görüşme Formu** yoluyla sizden veriler toplanacaktır.
- İsmınızı yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler gizlilik yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm bölümünden Yrd. Doç. Dr. Özlem ALTUN veya Yüksek Lisans öğrencisi Olena Çavuşoğlu’na (ozlem.altun@emu.edu.tr) (lunnacik@gmail.com) (537) 7011659) yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Olena Çavuşoğlu

Adres: Kuzulimanı Mah, 1.Nolu Sokak/ No:16/

Gökçeada/ Çanakkale

Cep Tel: (537) 7011659

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabilirim bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

Ek B: Anket Formu

Restoran İşletmesi Yöneticilerine Yönlendirilecek Anket Soruları		
No	Sorular	Cevaplar
1.	Cinsiyet	☐ Kadın ☐ Erkek
2.	Yaş	☐ 18-30 ☐ 31-50 ☐ 51-70 ☐ 71 üzeri
3.	Gastronomi ve mutfak sanatları konusunda herhangi bir eğitim aldınız mı?	☐ Evet ☐ Hayır
4.	Sürekli İkamet Ettiğiniz Yer	☐ Gökçeada ☐ Çalışma Sezon Sonunda Yurt Dışında ☐ Çalışma Sezon Sonunda Türkiye’de başka bir şehirde
5.	Gökçeada’da kaç yıldır ikamet ediyorsunuz	☐ 1-5yıl ☐ 6-10yıl ☐ 11-15 ☐ 15yıl ve üzeri ☐ Sürekli olarak adada yaşıyorum
6.	Eğitim Durumunuz	☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Lisansüstü
7.	Restoranınız Gökçeada’nın hangi bölgesinde yer almaktadır?	
8.	Bu restoranda kaç yıldır çalışıyorsunuz	☐ 1-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-15yıl ☐ 16-20 yıl ☐ 21 yıl ve üzeri
9.	Restoranınız hangi dönemde faaliyet göstermektedir.	☐ Sadece Yaz Aylarında ☐ Tüm Yıl Boyunca

Ek C: Görüşme Formu

Restoran İşletmesi Yöneticilerine Yönlendirilecek Görüşme Soruları		
No	Sorular	Cevaplar
1.	Cittaslow hareketine üye şehirlerde faaliyet gösteren restoranlarında Yöresel gastronomik ürünlerin kullanımının desteklenmesi konusundan haberdar mısınız? Ne düşünüyorsunuz?	
2.	Cittaslow Gökçeada'da ticarileşme potansiyeli yüksek olan yöresel gastronomik ürünler var mıdır?	
3.	Cittaslow Gökçeada'da Markalaşma ve Coğrafi İşaretle tescillenme potansiyeli olan yöresel gastronomik ürünleri sizce hangileridir?	
4.	Restoranınızda Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin satışı yapıyor mu?	
5.	Restoranınızda Gökçeada'ya ait hangi yöresel gastronomik ürünlerin satışı yapılmaktadır?	
6.	Müşterileriniz Gökçeada'ya ait hangi yöresel gastronomik ürünler daha çok tercih edilmektedir?	
7.	Cittaslow hareketine üye Gökçeada'da faaliyet gösteren bir restoran yöneticisi olarak yöresel ürünlerin iş potansiyelinizi artıracağını düşünüyor musunuz?	
8.	Restoranınızda satışı yapılan Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin yapım tariflerini (reçetelerini) nereden buldunuz?	
9.	Restoranınızda satışı yapılan Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin yapım tariflerinde (reçetelerini) herhangi bir değişiklik yapmadan yani orijinal tarife sadık kalarak mı üretim yapıyorsunuz?	
10.	Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin reçetelerini istediğiniz zaman bulabileceğiniz herhangi bir yazılı bilimsel kaynak var mıdır?	
11.	Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerinin üretim ve satışını yapan tedarikçi işletme veya kişiler var mıdır?	
12.	Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerini üretmek için gerekli malzemeleri her mevsim bulabiliyor musunuz?	
13.	Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerini üretmek için gerekli olan hangi malzemeleri mevsiminde bulup yıl boyunca kullanmak için saklıyor musunuz?	
14.	Gökçeada yöresel gastronomik ürünlerini daha çok tercih eden yerli müşteri grubunu yoksa yabancı turist grubumudur?	
15.	Gökçeada'da hangi kurumların yöresel gastronomik ürünlerin bilimsel anlamda kayıt altına alınmasına destek sağladığını düşünüyorsunuz?	
16.	Gökçeada üretilip satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerinin reklam ve tanıtımı sizce yeterince yapılıyor mu?	
17.	Gökçeada üretilip satışı yapılan yöresel gastronomik ürünlerinin reklam ve tanıtımı hangi yöntemlerle yapılıyor?	

Ek D: Gökçeada'ya (İmroz) Ait Bazı Yöresel Ürün Fotoğrafları



Kuzu Dolması



Kılıç Balığı



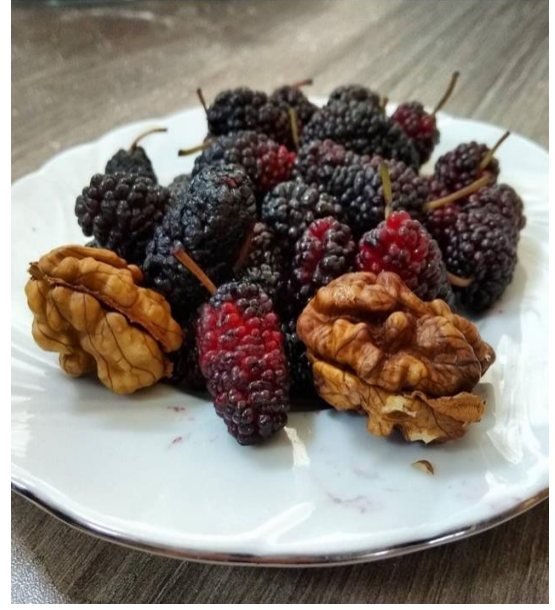
İmroz Koyunu



Gökçeada Keçisi



Karadut Ağacı



Karadut Meyvesi



Ladolies Zeytin Ağacı



Zeytinyağı



Ada Kekigi



Ada Şarabı



Keçi Peyniri



Yabani Ot Yemeği