



**T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GASTRONOMİ TEMELLİ DESTİNASYON YÖNETİMİNDE SLOW
FOOD HAREKETİ: HASANKEYF ÖRNEĞİ**

Selman ERİN

**Şubat-2025
BATMAN**

**T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GASTRONOMİ TEMELLİ DESTİNASYON YÖNETİMİNDE SLOW
FOOD HAREKETİ: HASANKEYF ÖRNEĞİ**

Selman ERİN

**Danışman
Doç. Dr. Ülker CAN**

Diğer Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU

Doç. Dr. Feridun DUMAN

**Şubat-2025
BATMAN**

TEZ KABUL VE ONAYI

Selman ERİN tarafından hazırlanan “**Gastronomi Temelli Destinasyon Yönetiminde Slow Food Hareketi: Hasankeyf Örneği**” adlı tez çalışması 20/02/2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Prof. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU

.....

Danışman

Doç. Dr. Ülker CAN

.....

Üye

Doç. Dr. Feridun DUMAN

.....

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Murat ÖTER
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

Bu tez çalışması Batman Üniversitesi tarafından BTÜBAP-2024-YL-08 nolu proje ile desteklenmiştir.

ETİK BEYANI

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını beyan eder, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sorumluluğu kabullendiğimi bildiririm.

ETHICAL DECLARATION

I declare that all the information in this thesis has been obtained within the framework of ethical behavior and academic rules, and that the source of any statements and information that do not belong to me in this study prepared in accordance with the thesis writing rules has been fully cited, and I declare that I accept all kinds of legal responsibility in case of any contrary situation.

İmza
Selman ERİN
20/02/2025

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GASTRONOMİ TEMELLİ DESTİNASYON YÖNETİMİNDE SLOW FOOD HAREKETİ: HASANKEYF ÖRNEĞİ

Selman ERİN

Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Ülker CAN

2025, 82 Sayfa

Sağlıklı, adil ve temiz üretimi destekleyen Slow Food hareketi zaman içerisinde gastronomi turizmine olan ilgi ve talebin artması ile paralel olarak sürdürülebilir destinasyon yönetiminde yerini almıştır. Slow Food hareketinin başarısı, ilgili paydaşların etkili yönetim anlayışı ve ortak hareket etme bilinciyle süreçleri yönetme çabalarında ortaya çıkmaktadır. Etkili bir destinasyon yönetimi ortaya koymak için paydaşların iletişim, planlama, koordinasyon, liderlik, işbirliği, bilgi paylaşımı, güven ve bağlılık gibi konularda uyum içinde hareket etmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, Mezopotamya'nın en önemli kültür turizmi destinasyonu olan Hasankeyf'teki bölge paydaşlarının Slow Food hareketine yönelik farkındalıklarını araştırmaktır. Bu amaca uygun olarak araştırma evreni bölge paydaşları olarak belirlenmiş ve yargısal örneklem yöntemi ile 385 bölge paydaşından veriler elde edilmiştir. Slow Food hareketine yönelik bölge paydaşlarının farkındalıklarını analiz etmek için Ozgen, Nahiyeve ve Pektaş (2019) tarafından geliştirilen Slow Food Farkındalık ölçeği kullanılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri için SPSS ve AMOS programlarından faydalanılmıştır. Hipotez testleri olarak ise ikili karşılaştırmalar için Bağımsız Örneklem T-Testi, üçlü ve daha fazla karşılaştırmalar için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, kamu sektörü ve yerel yönetimler bağlamında Slow Food hareketine yönelik yüksek farkındalıkları belirlerken, yerel halk ve turizm işletmecilerinin yetersiz düzeyde bilgi sahibi olduklarını ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda, ulaşılan sonuçların alanyazına yönelik teorik katkılarına yer verilmiş ve destinasyon paydaşlarına uygulamaya dönük önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Destinasyon yönetimi, Slow Food hareketi, Hasankeyf

ABSTRACT

MASTER THESIS

SLOW FOOD MOVEMENT IN GASTRONOMY-BASED DESTINATION MANAGEMENT: CASE OF HASANKEYF

Selman ERİN

Batman University Graduate Education Institute

Department of Tourism Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ülker CAN

2025, 82 Pages

The Slow Food movement, which supports healthy, fair and clean production, has taken its place in sustainable destination management in parallel with the increasing interest and demand for gastronomy tourism. The success of the Slow Food movement emerges in the efforts of the relevant stakeholders to manage the processes with an understanding of effective management and the awareness of joint action. In order to create an effective destination management, stakeholders need to act in harmony on issues such as communication, planning, coordination, leadership, cooperation, information sharing, trust and commitment. Accordingly, the aim of this study is to investigate the awareness of regional stakeholders in Hasankeyf, the most important cultural tourism destination in Mesopotamia, towards the Slow Food movement. In line with this purpose, the research population was determined as regional stakeholders and data were obtained from 385 regional stakeholders using judgmental sampling method. The Slow Food Awareness scale developed by Ozgen, Nabiyeve and Pektaş (2019) was used to analyze the awareness of regional stakeholders towards the Slow Food movement. SPSS and AMOS programs were used for validity and reliability analyses. As hypothesis tests, Independent Sample T-Test was used for pairwise comparisons and one-way analysis of variance (ANOVA) test was used for three or more comparisons. The findings reveal that while the public sector and local governments have high awareness of the Slow Food movement, local people and tourism operators have insufficient knowledge. At the end of the research, the theoretical contributions of the results to the literature are included and practical recommendations are made for destination stakeholders.

Keywords: Gastronomy, Destination management, Slow Food movement, Hasankeyf

ÖN SÖZ

Yüksek lisans eğitimim süresince her türlü desteği veren Batman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalının kıymetli öğretim üyelerine teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim boyunca beni her zaman destekleyen ve zaman zaman ihmal ettiğim aileme anlayışları ve destekleri için teşekkürlerimi sunuyorum. Yüksek lisans tez konumun belirlenmesinden sonuna kadar tüm aşamalarda bana yol gösteren, katkıda bulunan değerli danışmanım Doç. Dr. Ülker CAN'a içtenlikle teşekkür ederim.

Selman ERİN
BATMAN-2025

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. KAYNAK ARAŞTIRMASI	4
2.1. Gastronomi ve Destinasyon: Kavramsal Çerçeve	4
2.1.1. Destinasyonların sınıflandırılması	6
2.1.2. Destinasyonları oluşturan unsurlar	9
2.1.3. Destinasyon yönetimi	11
2.1.4. Destinasyon yönetimi ve gastronomik öğeler ilişkisi	14
2.1.5. Gastronomi temelli destinasyon yönetiminde paydaşların rolü.....	15
2.2. Slow Food Hareketinin Doğuşu ve Tarihsel Süreci.....	17
2.2.1. Slow food hareketinin temel ilkeleri.....	20
2.2.1.1. İyi gıda	20
2.2.1.2. Temiz gıda	20
2.2.1.3. Adil gıda	21
2.2.2. Dünyada Slow Food hareketi.....	21
2.2.3. Sakin kentler (Cittaslow)	23
2.2.4. Cittaslow felsefesi.....	24
2.2.5. Türkiye’de Slow Food hareketi	25
2.2.6. Destinasyon yönetiminde Slow Food hareketi literatür taraması	28
3. YÖNTEM	30
3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı	30
3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	31
3.3. Araştırma Evreni ve Örneklemi	32
3.4. Anket Formunun Hazırlanması.....	33
3.5. Veri Analizi.....	33
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	34
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	35
4.1. Tanımlayıcı Bulgular	35
4.1.1. Demografik bulgular	35
4.1.2. Slow Food farkındalığına ilişkin bulgular	37
4.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi.....	42

4.2.1. Güvenilirlik.....	42
4.2.2. Geçerlilik	43
4.3. Hipotez Testleri.....	47
4.4. Tartışma.....	53
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	55
5.1 Sonuçlar	55
5.2 Öneriler	58
KAYNAKLAR	60
EKLER	66

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2. 1. Dünyada slow food hareketinin gelişimi	22
Tablo 2. 2. Türkiye’de slow food hareketi	26
Tablo 4. 1. Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımı	35
Tablo 4. 2. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımı	35
Tablo 4. 3. Katılımcıların medeni durum değişkenine göre dağılımı	36
Tablo 4. 4. Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre dağılımı.....	36
Tablo 4. 5. Katılımcıların aylık ortalama gelir değişkenine göre dağılımı	36
Tablo 4. 6. Katılımcıların paydaş değişkenine göre dağılımı	37
Tablo 4. 7. Slow food farkındalık ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler	41
Tablo 4. 8. Slow food farkındalık ölçeğinin güvenilirlik değerleri.....	43
Tablo 4. 9. Açıklayıcı faktör analizi.....	44
Tablo 4. 10. Ölçüm modeli uyum iyiliği değerleri.....	45
Tablo 4. 11. Standardize edilmiş faktör yükleri CR ve AVE değerleri (yakınsak geçerlilik)	46
Tablo 4. 12. AVE değerlerinin karekökleri ve faktörlerin korelasyon katsayıları (ayırışma geçerliliği)	46
Tablo 4. 13. Slowfood farkındalık düzeylerinin paydaş değişkenine göre anova testi..	48
Tablo 4. 14. Cinsiyet açısından bağımsız gruplar için T testi analiz sonuçları.....	49
Tablo 4. 15. Medeni durum açısından bağımsız gruplar için T testi analiz sonuçları ...	50
Tablo 4. 16. Slowfood farkındalık düzeylerinin yaş değişkenine göre anova testi.....	50
Tablo 4. 17. Slow food farkındalık düzeylerinin eğitim durumuna göre anova testi.....	51
Tablo 4. 18. Slow food farkındalık düzeylerinin gelir durumuna göre anova testi	52

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil.2. 1. Türkiye'nin cittaslow (sakin şehir) haritası (yazar tarafından oluşturulmuştur).....	27
Şekil 3. 1. Araştırmanın modeli.....	31

SİMGELER VE KISALTMALAR

Kısaltmalar

AGFI	: Düzeltilmiş iyilik uyum indeksi
AVE	: Açıklanan ortalama varyans
CFI	: Karşılaştırmalı uyum indeksi
CR	: Bütünleşik güvenilirlik
GFI	: İyilik uyum indeksi
NFI	: Normlaştırılmış uyum indeksi
RMSEA	: Yaklaşık hataların ortalama karekökü
TLI	: Tucker-Lewis indeks (NNFI-Normlaştırılmamış uyum indeksi)

1. GİRİŞ

Seyahat eden bireylerin küreselleşme sonucu turizme bakış açılarında önemli oranda değişiklikler ortaya çıkmıştır. Turizm faaliyetlerine katılan bireyler turizm türleri açısından birden fazla seçenek sunan destinasyonları tercih etmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak da turizm faaliyetleri açısından zengin olan destinasyonlara talep artmıştır. Talebin artması ile paralel olarak destinasyonların yönetiminde önemli değişimler ortaya çıkmıştır. En önemli değişimlerden biri de, ilgili paydaşların etkili yönetim anlayışı ve ortak hareket etme bilinciyle süreçleri yönetme çabalarında ortaya çıkmaktadır. Etkili bir destinasyon yönetimi ortaya koymak için paydaşların iletişim, planlama, koordinasyon, liderlik, iş birliği, bilgi paylaşımı, güven ve bağlılık gibi konularda uyum içinde hareket etmeleri gerekmektedir (Demirbaş ve Bayram, 2022; İnanır, 2018, s.1). Çünkü hiçbir destinasyon tek bir özelliği ile turistlere sürekli hitap edemez. Destinasyonun birçok unsurla çekici hale gelmesi ve sahip olduğu bu çekici unsurların bir düzen içinde yönetilmesi gerekir. Bundan dolayı turizm faaliyetleri süreklilik arz eden ve doğru yönetilmesi gereken hassas bir hizmet alanıdır.

Turistler için bir destinasyonu cazip hale getiren, onları o bölgeye seyahat etmeye yönlendiren etkenler arasında o bölgenin kültürel değerleri önemli bir etkindir. Bir destinasyonun sahip olduğu kültürün önemli parçası mutfak kültürüdür (Cömert, 2014, s.69). Gastronomi turizmi içinde önemli bir yere sahip olan yöresel yiyecek ve içecekler, gastronomi amaçlı seyahat eden turistlerin yanında diğer amaçla seyahat eden turistlerin hem dikkatini çekmekte hem de destinasyon tercihlerini etkilemektedir (Şengül ve Türkay, 2016, s.65).

Slow Food, fast food yeme alışkanlığına karşı 1986 yılında İtalya’da başlatılan, sağlıklı yöresel yemeklerin tüketilmesini amaçlayan ve aynı zamanda sağlıklı yiyecek ve içeceklerin üretilmesi konusunda çalışmalar yapan bir gönüllüler hareketidir. Harekete destek veren gönüllüler fast food yemek alışkanlığının önlem alınmazsa zaman içinde kültürel mirası ve yerel gastronomiyi yok edeceğini belirtmektedirler. Slow Food hareketine göre tükettiğimiz gıdalar insan sağlığına ve doğaya zarar vermeden üretilmeli, yiyeceklerin tadı güzel ve yiyecekler o bölgeye özgü olmalıdır. Aynı zamanda üreticiler emeklerinin karşılığını almalı, tüketiciler ise yiyeceklerin nasıl ve kim tarafından üretildiğini bilmelidirler (Eskitadında, 2018).

Slow Food hareketi, küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan olumsuz sonuçları ortadan kaldırarak toplumun doğallığını, değerlerini korumayı savunan ve gönüllülerden

oluşan toplumsal bir harekettir (Bacakoğlu, 2019, s.34). Yemek kültüründe yer alan yemeğin değerini korumak, yemek yaparken veya yerken çevreye zarar vermemek, yemek yeme süresinin kalitesini düşürmemek, insanlar arasındaki etkileşimi olumlu anlamda artırmak Slow Food hareketinin önemli amaçları arasında yer almaktadır (Yılmaz, 2022, s.22). Slow Food hareketi ekonomik, kültürel ve toplumsal kimliği bir arada gösteren önemli bir harekettir. Slow Food sadece bir “tüketim politikası” değil aynı zaman da “üretim politikası” da ortaya koymaktadır (Kinley, 2012, s.1). Slow Food hareketi bunları sağlamaya çalışırken aynı zaman da toplumların yemek kültürünü korumakta ve gelecek nesillere sağlıklı, iyi ve adil yiyecekler bırakmayı hedeflemektedir.

Slow Food, insanlara yerel yemeklerin lezzetini tattırırken, fast food tüketiminin zararlı etkilerini azaltmayı hedefler. Kaliteli bir yaşam için insanoğlunun dinlenmesi ve kendine vakit ayırması gerekir. Slow Food hareketi insanlarda bu davranışların oluşması için çabalamaktadır. Slow Food hareketinin bir diğer hedefi ise yerel mutfak mirasını gelecek nesillere aktarmak ve insanların yemek kültürlerini geliştirmektir. Slow Food hareketi bunları yaparken aynı zamanda çevreye karşı sorumluluklarını yerine getiren ve tüketici haklarına saygılı bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir. Slow Food hareketi unutulmuş veya unutulmaya yakın mutfak kültürü ile tarım yöntemlerini korumayı amaçlamaktadır. Ayrıca Slow Food hareketine gönül veren kişiler yerel marketlerden alışveriş yapmakta, yerel ürünleri pişiren lokantaları tercih etmektedirler. Slow Food hareketi hayvan soylarının ve tahıl tohumlarının yok olmaması için bilimsel ve sosyal etkinlikler yaparken, genetiği değiştirilmiş ürünlere karşı çıkmakta, doğal ürünlerin hazırlanması ve tüketilmesi için de çaba sarf etmektedir (Çatalca, 2012, s.44).

Hasankeyf, birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, kültürel, sosyal ve binlerce yıllık tarihe sahip bir destinasyon iken 2020 yılında Ilısu Prof. Dr. Veysel Eroğlu Barajının faaliyete geçmesi ile bölge halkı yeni yapılan yerleşkeye taşınmıştır. Yeni yerinde inşa edilen Hasankeyf daha önce sahip olduğu özellikleri yaşatmak ve eksik olan özelliklerini tamamlaması için iyi bir planlamaya ihtiyaç duymaktadır. Yapılan planlamanın istenilen başarıya ulaşması için de Hasankeyf’te yer alan kamu kurumlarından özel kurumlara, yerel halktan esnafa bütün paydaşların ortak bir yönetim anlayışı ile hareket etmesi gerekmektedir. Ülkemizde ve dünyada başarılı bir destinasyonun temel ilkelerini ortaya koyan Slow Food hareketi Hasankeyf için önemli bir referans olabilir. Turizm için bir destinasyonun ortak bir plan içinde yönetilmesi, destinasyonda bulunan paydaşların ortak hedefler belirlemesi ve bu hedefler doğrultusunda hareket etmesinin önemini belirten bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Kaynak araştırması bölümünde turizm için

destinasyon ve gastronominin önemi, destinasyondaki paydaşların rolü ve bir destinasyon için çekici unsurlar belirtilmiştir. Bununla birlikte Slow Food hareketinin ortaya çıktığından günümüze geçirdiği evreler ve hareketin ilkeleri açıklanmıştır. Kaynak araştırması devamında araştırmanın yöntem kısmından bahsedilmiş ve elde edilen veriler analiz edilerek bulgu ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Araştırmanın evrenini, Hasankeyf'te yer alan turizm paydaşları oluşturmaktadır. Araştırma konusu, gastronomi temelli destinasyon yönetiminde Slow Food hareketi ile ilgilidir. Bu kapsamda paydaş algıları kapsamında Slow Food farkındalığını ortaya koymak çalışmanın temel hedefidir. Dolayısıyla çalışmanın problemi Hasankeyf'te yer alan turizm paydaşlarının (yerel halk, turizm işletmeleri, kamu sektörü ve yerel yönetimler) Slow Food bilinci konusunda farkındalık düzeylerini belirlemektir. Bu araştırma, Hasankeyf'te yer alan paydaşların Slow Food hareketine bakış açılarını ortaya koymasından dolayı farklılık arz etmektedir. Paydaşların Slow Food olgusunun farkında olmaları, buna uygun hareket etmeleri gastronomi temelli destinasyon yönetiminde son derece önemlidir. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin destinasyon yönetimi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

2. KAYNAK ARAŞTIRMASI

2.1. Gastronomi ve Destinasyon: Kavramsal Çerçeve

Turizm olgusu, eğlenme, dinlenme ve iş amacıyla yurt içi veya yurt dışına yapılan kısa süreli seyahatleri kapsamaktadır. Günümüzde turizm, istihdam sağlaması, gelir dağılımını iyileştirmesi, döviz geliri sağlaması, üretimi artırması gibi ekonomik etkilerinin yanında günlük hayata canlılık kazandırması, toplumsal barışa katkı sağlaması, doğal çevrenin ve tarihi dokunun korunmasına katkı sunması nedeniyle birçok ülke için önemli sektörlerdendir. Bir taraftan artan iş yükü ve şehirlerdeki kalabalığın oluşturduğu stres diğer yanda maliyeti düşen ulaşım ve iletişim imkânları sonucu küçük bir köye dönüşen dünyada turizm faaliyetleri her kesimden insan için sosyal ve kültürel bir ihtiyaç haline gelmiştir. Her yıl artan turist sayısı ve harcamaları ile dünyada önemli ekonomik etkileri olan sektörlerin başında turizm gelmektedir (Keskin, 2016, s.144). Bir sistem olarak incelendiğinde turizm, kaynak ülke, destinasyon ve ulaşım olmak üzere üç önemli unsurdan oluşmaktadır. Destinasyon, turizm sisteminin faaliyetlerinin gerçekleştiği hizmet ve ürünlerin üretildiği ve tüketildiği bir yelpazedir (Toylan vd., 2021, s.144).

Turizm faaliyetleri hem gelişmekte hem de gelişmiş ülkeler için sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Deniz, kum ve güneş temelli turizm hizmetleri kısıtlı bir zaman diliminde sunulurken turizm faaliyetlerin gerçekleştirildiği destinasyonların doğal ve fiziksel kapasiteleri yoğun kullanılmasından dolayı destinasyonda bozulmalar meydana gelmektedir. Diğer bir açıdan da destinasyonlar yoğun oldukları dönemlerde sahip olduğu birçok hizmeti aşırı yoğunluktan dolayı tam anlamıyla veremezken yılın büyük bir bölümünde de kaynaklar atıl kalmakta ve mevcut istihdam azalmaktadır (Akıncı ve Kasalak, 2016, s.163).

Yirminci yüzyılın sonlarından itibaren insanların tatil anlayışı, turizm beklentisi değişmiş artık deniz, güneş, kum üçlüsüne dayalı turizm değil, turizmin farklı çeşitleri için planlar yapılmaya başlanmıştır. Bu planların başında önceki toplumların kültürlerini öğrenme arzusu gelmektedir. Bu durumun doğal sonucu olarak turizmde geçmiş medeniyetlerin kültürlerini en güzel yansıtan unsurların başında gelen yöresel mutfaklar ve gastronomi dikkat çekmektedir. Kültür ve yemek kavramlarını birleştiren gastronomi birçok bölge için turizmin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Gastronomi; kültür, sürdürülebilir değer, yaşam tarzı ve yerel ürünler anlamına geldiğinden özgünlük,

deneyim gibi geleneksel değerler içermektedir (Küçükkömürler vd. 2018, s.79). Son zamanların en popüler en gözde konularının başında gastronomi gelmektedir. İnsanların yemesi ve içmesi ile ilgili olan gastronomi ilk defa 1801 yılında Fransız Joseph Berchoux tarafından mide anlamında kullanılan “Gaster” ve kural, kanun anlamındaki “Nomy” kelimelerin bir arada kullanılması ile oluşmuştur. (Beyaz, 2019, s.523).

Gastronomi, içinde taşıdığı tüm bilimsel ve sanatsal unsurlarla yiyeceklerin tarihsel süreç içinden başlayarak özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde anlaşılması, uygulanması ve günümüz şartlarına uyarlanmasını kapsayan bir bilimdir. Yemek ile ilgili yazılan ilk kitabın yazarı Apicius’tan bu zamana kadar gastronomi ile ilgili yapılan birçok tanım farklı safhalardan geçerek günümüze kadar gelmiştir (Eren, 2007, s.74). Gastronomi kavramı bazı insanlara göre özenli, havalı hazırlanmış sofralarda sunulan lezzetli yiyecek ve içecekleri tarif ederken, bazılarına göre ise yemeğin kıvamında pişirilmesini tarif etse de gastronomi kavramı için bütün bu tarifler yetersiz kalmaktadır. Çünkü gastronomi terimi çok daha fazla bileşeni içinde barındırmaktadır. Duyulara hitap eden yönüyle pratik uygulamalarda hayat bulan gastronominin sosyal ve pozitif bilimlerin kuramları aracılığı ile de incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla gastronomi sadece seçkin lezzetli yiyeceklerin arandığı ve tüketildiği bir alanı değil kültürle göre değişkenlik gösteren tüketim alışkanlıklarının en sağlıklı ve en faydalı olanını araştırmakta ve insanoğlunun hizmetine sunmaktadır. Bu bağlamda gastronomi sadece marifetli ellerin ürettiği lezzetli yiyecekler değil, düşünen ve araştıran beyinlerin ortaya koyduğu bilgiler bütünüdür. Gastronomi, yiyeceğin kültürel ve bilimsel tüm yönlerini somut örnekler ile açıklamaya çalışan bir bilimdir (Samancı, 2020, s.93).

Türk Dil Kurumu’na [TDK] (2024) göre gastronomi “gerek yiyecek içecek yapma yöntemlerine gerek yemek pişirme tekniklerine ilişkin bilgilerin tümü ile sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” anlamlarına gelmektedir. Gastronomi iyi, lezzetli yemek arayışı ile beraber tarımsal ürünlerin ekilmesini, toplanmasını, tüketim için hazırlanması ile beraber tüketim sonrası süreçleri içermektedir. Bundan dolayı gastronomi tarım, etnobotanik, ekonomi, coğrafya, ziraat, işletme, gıda bilimi, aşçılık ve beslenme bilimi ile sosyoloji, antropoloji, tarih, sanat gibi birçok disiplinden etkilenen bir alandır. Pozitif ve sosyal bilimlerin kuramları ile araştırılması gereken gastronomi beş duyumuza hitap eden uygulamalarda hayat bulmaktadır (Samancı, 2020, s.63). İnsanların gıdasını ilgilendiren kapsamlı bilgilerin tümüne gastronomi denir (Altinel, 2009, s.2). Yiyeceklerle olan güncel ve tarihsel ilişkilerimizden sindirim bilimine kadar geniş bir yelpaze aralığına sahip gastronomi

insan, yiyecek ve üzerinde yaşadığımız dünya arasındaki somut ve soyut ilişkinin incelenmesidir (Yüksel, 2019, s.188). Stroebele ve Castro'dan (2006) akt. Babaç ve Babaç'a (2021, s.150) göre; Gastronomi, evrenselden kültüre, kültürden yöresele dönüşümün deneyimsel yolculuğudur. Gastronomi yolculuğunun bir deneyim olduğunu, bu deneyiminin sadece karın doyurma anlamına gelmediği bunun yanında birçok psikolojik faktörü de barındıran bir yapıda olduğu yapılan araştırmalar sonucu ortaya konulmuştur.

Gastronomi turizmi, turistler için restoran ve otellerde yemek yenilmesi yerine, turistlerin o bölgeye ait yiyecek ve içeceklerin yetiştirilmesinden sofralara kadar geçen aşamaları ile ilgili deneyim yaşaması için seyahat edilmesidir. Yemek, bir toplum ile ilgili gelenek-görenek, inanç ve hayat tarzını ifade etmektedir. Kültür ise gastronomi turizminin önemli bir parçasıdır. Bir bölgenin kültürel özelliklerini öğrenmenin, gözlemenin en somut, en pratik yolu yemek alışkanlıklarından geçer (Zengin vd, 2015, s.3). Turizm destinasyonu; içinde barındırdığı birçok turizm kaynağı ile insanları çeken ve turistlere ev sahipliği yapan o yerdeki kurum ve kuruluşların ortaya koyduğu hizmetlerin bütününden oluşan kompleks bir üründür (Özdemir, 2007, s.1). Geçmişten günümüze birçok araştırmacı tarafından gastronominin farklı tanımları yapılmış olsa da gastronominin insan sağlığı ve turizm için çok önemli olduğu ortak paydasında hem fikir olmuşlardır.

2.1.1. Destinasyonların sınıflandırılması

Destinasyon seçimi kişiden kişiye değişse de doğal çekicilik, aktivite ve ulaşım olanakları turistlerin destinasyon seçiminde en önemli unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır (Davras ve Uslu, 2019, s.694). İnsanlar seyahat edecekleri destinasyonları belirlerken belli özelliklere dikkat ederler. Bazı turistler öncelikle gittikleri destinasyonun ekonomik olarak bütçelerine uygun olmasını, destinasyondaki insanlar ile rahat iletişim kurabilecekleri, eğitim seviyesi ve aile yapısı olarak kendilerine yakın yapıları görmek isterler. Bazı turistler ise ziyaret ettikleri destinasyonda stresli ve yorucu hayat koşullarından uzaklaşmak ruhen ve bedenen rahatlamak istemektedir. Kimi turistler ise doğaya yakın olmayı, eğlenmeyi, tarihi ve kültürel yerleri ziyaret etmeyi istemektedir. Bundan dolayı turistler ziyaret edilecek destinasyonu belirlerken o destinasyonun beklentilerini ne kadar karşılayacaklarını göz önünde bulundururlar (Kıngır vd, 2011, s.14). Destinasyonu ziyaret eden turistlere sunulan eşsiz yeme ve içme deneyimlerinin

yanında, alt yapı faktörleri, temizlik, güven ve verilen kaliteli hizmet turistlerin destinasyona yönelik bakışlarını etkileyerek, destinasyonun diğer destinasyonlara karşı konumunu güçlendirmektedir (Acuner ve Keskin, 2023, s.894).

Toplumsal yapı içerisinde her insanın çeşitli sebepler dahilinde farklı istek ve beklentileri mevcuttur. İnsanların farklı istek ve taleplerine cevap verebilmek ve daha fazla turisti çekmek için farklı destinasyonlar ortaya çıkmıştır. Saygın (2017), destinasyonları sahip oldukları özelliklere göre yerel destinasyon, kültürel destinasyon, tarihi destinasyon, ekolojik destinasyon, rekreasyonel destinasyon ve iş destinasyonu olmak üzere altı şekilde sınıflandırmıştır. Buhalis (2000)'e göre ise destinasyonlar aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir (Buhalis, 2000'den akt. Karabıyık ve Sümer İnci, 2012);

Kentsel Destinasyon: Kentler ilk çağlardan beri insanların ziyaret ettiği zaman geçirdiği yerler olmuştur. Pazar yerleri, arenalar, ibadethaneler gibi yerler kentler için çekici unsurlar oluşturmuştur. Günümüzde ise kentler, bütün bu özelliklerin yanında konferanslara, sergilere, toplantılara ev sahipliği yaparak insanların ilgisini çekmekte ve onları ağırlamaktadır. Kentsel destinasyonlar insanların tatillerde eğlenceli vakit geçirmek ve alışveriş yapmak için yoğun olarak gittikleri yerlerdir. Ulusal ve uluslararası kurumlar tarafından düzenlenen spor yarışmaları sebebiyle de insanlar belirli kentlere ilgi göstermektedir. Ayrıca kentsel destinasyon, sağlık ve eğitim alanlarında da çekici unsurlara sahip yerler olarak dikkat çekmektedir (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 4). Günümüzde kentler bulundukları ülkedeki ve dünyadaki diğer kentler ile rekabet halindedir. Bir kentin olumlu ve güçlü unsurları ile o kentin tercih edilmesi, kente yatırım yapılması ve ziyaret edilmesi gibi kenti cazip hale getiren temel değişkenleri ortaya koymak için çeşitli stratejiler geliştirmesi gerekir. Bu stratejilerin başında kentin tarımdan gastronomiye, sağlıktan eğitime, spordan alışverişe kadar pek çok konuda kendine özgü imaj oluşturması stratejik açıdan önemlidir (Kalağan ve Şengün, 2024, s.143).

Tarihi ve Kültürel Mirasa Sahip Destinasyon: Değişen turizm anlayışına bağlı olarak insanlar büyük kentler yerine özellikle küçük yerleşim yerlerini tercih etmektedir. Tarih ve kültürel miras bakımından zengin olan bu destinasyonları tercih eden misafirler hem destinasyon hakkında tüm bilgilere sahip olabilirken hem de geçmişten günümüze kadar devam eden yemek kültürüne, müzik kültürüne, alışveriş kültürüne, gelenek ve göreneklere şahit olma fırsatına sahip olmaktadır (Halaç ve Benzer, 2019, s.28).

Deniz Kıyısı Olan Kentler: Deniz kıyısı olan kentler de çok fazla hizmet alanının olduğu destinasyonlardır. Turistik arz verisi olarak, sahiller, adalar, sosyolojik kültürel değerler ve arkeolojik alanlar bu kentler için sayılabilir. Bu tür destinasyonlar ikame edici

özelliği az olsa da destekleyici ve tamamlayıcı özelliklerinden dolayı birçok turizm çeşidini tamamlamakta, destinasyonun gelişmesine katkı sağlarken yeme içme, alış veriş, ulaştırma gibi diğler iş alanlarını desteklemektedir. Deniz kıyısı olan kentler istihdam konusunda da ciddi olanaklar yaratmaktadır (Muslu, 2015, s.30). Denize kıyısı olan ve deniz kıyısına yakın olan kentler genellikle sıcaklığın yüksek olduğu dönemlerde turistlere hizmet vermektedir. Özellikle güney kısımlarda turistlerin hem sahillerde güneş ışığından yararlanabileceği hem de deniz sporlarını (sörf, yelken, tekne yarışı, su kayağı, su topu vb.) yapabilecekleri aktivitelere olanak sağlamaktadır (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 4).

Dağ Destinasyonu: Dünyada turizm faaliyetleri için değlendirilen önemli kaynakların başında artık dağlar da gelmektedir. 18. yüzyıldan sonra ilgi görmeye başlayan dağ turizmi aktiviteleri günümüzde hem bireysel hem de kitle turizminin ilgi duyduğu destinasyonlar olmuştur (Şenol vd., 2016, s.140). Dağ destinasyonları dört mevsim doğal çekiciliklere sahip olmasının yanı sıra turistler için kayak gibi seçenekler de sunmaktadır. Ayrıca bisiklet ve yürüyüş rotaları, doğa temelli turizme katılanların ilgisini çekmektedir. Dağ destinasyonları bu özellikleri dışında keşif olanaklarına sahip olmasından dolayı birçok kişinin dikkatini ve ilgisini çekmektedir. Alp veya Everest dağları gibi destinasyonlar turistlere keşif olanakları sunmaktadır. Dağ destinasyonlarına özel araç ile gidebileceği gibi belli dönemlerde yapılan toplu organizasyonlar ile turistlere otantik deneyimler sunulmaktadır (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 4-5).

Kırsal Destinasyon: Kırsal turizm, yayla turizmi, yeşil turizm veya çiftlik turizmi olmakla birlikte eko turizm, doğa tatilleri, atlı doğa tatilleri, macera, termal turizm, avcılık ve balıkçılık, tarih ve etnik yapıya dayalı bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir, 2012, s.19). Özellikle son yıllarda kırsal turizme yoğun bir ilgi vardır. Kırsal nüfus ve çiftçiler kentlerin yorucu ve bunaltıcı hayatından bıkan kişilerin doğaya dönme ve tarımsal deneyim isteklerinin avantajını kullanmak istemektedir. Turizm insanların iş hayatı ve yaşamlarının değıştiği, tarımın yavaşladığı alanlar için önemli bir gelir kapısı olarak görölmektedir. Turistler tarımsal alanlarda kalarak basit roller ile tarımsal faaliyetlere katkı sunmaktadır. Kırsal turizm, başta yerel halk ve yerel yönetimlerin organize ettiği aktivitelere göre gelişim göstermektedir (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 4).

Otantik Üçüncü Dünya Destinasyonları: Bu destinasyonlar çoğunlukla ayak basılmamış, gelişim göstermemiş ölkelerden oluşmaktadır. Otantik üçüncü dünya turistleri turizm faaliyetlerinin sınırlı bir durumda geliştiği yerleri keşfetmekten, tecrübe etmekten hoşlanırlar. Güney Amerika, Afrika ve Asya'daki yükselen destinasyonlar,

yerel topluluklar ve bozulmamış bölgeler ile etkileşim için modern dünyanın sunduğu konforları unutmak isteyen belirli sayıdaki turistin ilgisine hitap etmektedir. Bu bölgelerde toplu turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi ve kaynakların devamlılığı için sistemli olarak plan programa ihtiyaç vardır (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 5).

Eşsiz- Egzotik Destinasyon: Bu destinasyonlar özel, tek ve önemli deneyimler sunduğundan “eşsiz-egzotik” destinasyonlar olarak isimlendirilmektedir. Eşsiz- egzotik destinasyonlarda “hayatta bir kez” mottosu lanse edildiğinden yüksek fiyatlar söz konusudur. Bu destinasyonlar genellikle ziyaretçilerin hayallerini yerine getirmekte ve özel gemi turları, düğün ve balayı gibi prestijli özel hizmetler sunmaktadır. Bu destinasyonlara turistik ziyaretlerin en önemli nedenlerinden biri, insanlar sıradanlıktan uzaklaşmak istemeleridir. Bir destinasyon ne kadar sıra dışı özelliğe sahip veya ne kadar özgün nitelikler taşıyorsa o kadar merak uyandırır. Her destinasyonun kendine özgü özellikleri vardır. Önemli olan sahip olunan bu özelliklerin doğru bir şekilde tanıtımın yapılması ve gelecek nesillere aktarımının sağlanmasıdır (Karabıyık ve İnci, 2012, s. 5). Bu tür özelliklere sahip destinasyonlar sahip olduğu eşsiz özelliklerin yanında gelen misafirlerin destinasyonu gezme istekleri, yeme içme ihtiyaçları, alışveriş gibi yeni ürünler ile turizm sektöründe yeni gelir kaynakları yaratabilir (Kanca ve Unur, 2020, s.324).

2.1.2. Destinasyonları oluşturan unsurlar

Günümüzde küçük yerleşim yerlerinde iş olanaklarının sınırlı olması, eğitim ve sağlık kurumlarının yetersizliği, sosyal etkinliklerinin yok denecek seviyede olması gibi nedenlerden dolayı küçük yerleşim yerleri, büyük şehirlere göç vermektedir. Bunu önlemek isteyen kentlerimiz ya özgünlüğünü koruyarak ya da sanayi tesislerinin önünü açarak yola devam etmek zorundadır. Sanayi tesislerinin doğaya ve canlılara verdiği zarar düşünüldüğünde küçük kentlerin doğal güzelliklerine ve yerel değerlerine sahip çıkması daha doğru olan seçenektir. İnsanlar dinlenmek için büyük kentlerin kalabalığından, trafik sorunlarından, hayatın hızlı koşturmacasından kaçarak özgünlüğünü koruyabilmiş, doğal ve temiz kalmış, doğal üretimin yapıldığı kentleri tercih etmektedir. Ziyaret edilen kentlerde özellikle bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerden tatma isteği kentin gastronomisini ön plana çıkarmaktadır. Ekonomik gelir seviyesinin artması ve sosyal medyanın hemen hemen herkes tarafından kullanılması, insanların dışarda yemek yeme, yeni yerler görme isteğini artırmış durumdadır. Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de

de demografik yapı ve toplumsal yapının değişmesiyle ve özellikle kadınların da çalışma hayatında bulunmaları dolayısıyla, insanlar yiyecek içecek gereksinimlerini dışarıda bulunan işletmelerden de karşılamaktadır. Bu gibi sebepler yöresel yiyecekler sunan restoranlara ilgiyi artırmıştır. Yerel retim ve tüketimi destekleyen adil, temiz ve iyi gıda fikri ile ortaya çıkan Slow Food hareketi insanlar ve kentler için üretim, tüketim ve kazanç noktasında önemli bir harekettir (Pajo ve Uğurlu, 2016, s.66).

Destinasyonlar tarafından yapılan tanıtım çalışmaları sonucu yerel gıda çekicilikleri ve gastronomik deneyimler, gastronomiye olan ilgiyi arttırmıştır. Bir müzeyi ziyaret etmek veya tarihi yerleri gezmek insanı nasıl geçmişin derinliklerine götürüyorsa bir bölgeye özgü yemek yeme de benzer şekilde o bölge ile ilgili önemli bir bağ kurmaktadır. Bölgeler için önemli gelir kaynağı olan yerel gıdalar aynı zamanda bölgesel ve ulusal bir kimlik oluşturmada da önemli bir yere sahiptir (Bukey, 2021, s.215). Turizm alanındaki gelişmeler ve yeni trendler, turizm planlamalarını ülke boyutundan ziyade destinasyon boyutuna indirgemıştir. Ülkeyi bir bütün olarak tanıtımak yerine destinasyon boyutunda tanıtımlar yapılmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda da yeni destinasyonlar ve turistik ürünler meydana çıkmıştır. Doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri ile dünyanın nadir ülkeleri arasında bulunan Türkiye, önemli çekici unsurları olan destinasyonlar ile dikkat çekmektedir (Davras ve Uslu, 2019, s.680).

Turistlerin destinasyon seçiminde sosyo-kültürel ve ekonomik özellikleri içeren faktörler rol oynamaktadır. Bunun için destinasyon ile ilgili yapılacak çalışmalarda iyi bir tanıtımın yanında turistlerin hangi unsurları beğendiği de iyi tespit edilmelidir (Davras ve Uslu, 2019, s.681). Slow Food hareketi ile aynı zamanda yerel gıdanın korunması ve geliştirilmesinin yanında uluslararası düzenlenen eğitim ve etkinlikler sonucu destinasyonların tanıtımı da sağlanmaktadır. Gastronomi turizmi açısından ele alındığında Slow Food destinasyon için birçok çekici unsuru barındırmaktadır. Çünkü her gıda kendi yerel bölgesinde tüketildiği oranda lezzet vermekte ve bunun sonucu olarak da destinasyona olan ilgi artmaktadır. Aynı zaman da Slow Food hareketi ile özdeşleşen bir destinasyon, turistlerin zihinlerinde olumlu bir izlenim oluşturarak çekim unsuru yaratmaktadır (avuş vd, 2019, s.373).

Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi özellikler ve tarihi yapısı düşünüldüğünde, dünya turizminde olması gereken yerde olmadığı ve turizm faaliyetlerinin ülkenin her bölgesinde gelişiminin sağlanamadığı yadsınamaz bir gerçektir. Turizm faaliyetlerinin belirli bölgelerde yoğunlaşması, aşır betonlaşma, arazilerin kötü kullanımı ve turizmin doğası gereği mevsimsellik turizmin sürdürebilirliğini zorlaştırmaktadır. Türkiye'nin

turizm açısından sahip olduğu arz unsurları, toplumsal ve ekonomik nitelikleri açısından bölgeler bazında önemli farklılıklar yaratmaktadır. Doğal olarak değişik bölgelerde gerçekleşen turizm talepleri de birbirinden farklı olmaktadır. Bundan dolayı birbirine benzer özellikleri barındıran bölgelerin destinasyonlar şeklinde gruplandırılması ve yapılacak olan planlama ve pazarlama çalışmalarının bu destinasyonlara özgü uygulanması önemlidir. Böylece turizmin, geleneksel turizm dediğimiz deniz, kum, güneş odaklı talep yapısına bağlı kalma riski ortadan kalkacak ve bölgesel turizm faaliyetleri dikkate alınarak turistik ürünlerin çeşitlendirilmesine olanak sağlanmış olacaktır (Ersun ve Arslan, 2011, s.230).

Turizm faaliyetlerin gelişmesinde önemli etkilere sahip ve turizm arzını belirleyen unsurlar, yöreden yöreye farklılık gösteren ve insanları bir yerden başka bir yere çeken sistemin unsurlarıdır. Turizm faaliyetlerinin pazarlanması, lüks ürünlerin pazarlanmasına benzemekte ve özenli bir çalışma yapılması gerekmektedir. Aynı zamanda turizm faaliyetlerinin çok boyutluluğu, ortaya çıkan sorunları daha karmaşık bir seviyeye getirmektedir. Ayrıca “bölgesel koşullar” olarak da ifade edilen niteliksel faktörler, destinasyonlar arasındaki rekabetinin ölçeğini, potansiyelini veya sınırını belirleyecek unsurları etkilemesinden dolayı önem arz etmektedir. Güvenlik, yerleşim yeri, bağlılık vs. olarak ifade edilen bu unsurlar destinasyon rekabetini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir (Ersun ve Arslan, 2011, s.230-234).

Turizmde ziyaretçilerin destinasyon seçimi üzerinde etkili olan temel unsurların dışında destinasyona özgü bazı çekici unsurlarda destinasyonun ziyaret edilmesinde önemli derecede etkisinin olduğu bilinmektedir. Otantik bir yapıya sahip ve küçük ölçekli turizm merkezlerine özgü çekici faktörler ziyaretçilerin destinasyon seçiminde etkili olduğu gibi günübirlik paket turlar içinde önemli faktörlerdir. Çekici faktörler destinasyona ilişkin özellikleri ifade etmektedir. Sosyo-kültürel yapı, kentsel mimari, tarihi ve doğal güzellikler, flora, fauna yapısı, konaklama, ulaşım olanakları, yerel halkın yaşam tarzı, dini ve etnik yapısı vb. unsurlar turistlerin destinasyon seçiminde etkili olmaktadır (Demir, 2010, s.1042).

2.1.3. Destinasyon yönetimi

Destinasyon, bir turizm gezisinin ana varış noktası, geziye çıkma kararının merkezinde yer alan ziyaret edilen yer olarak tanımlanmaktadır (UNWTO, 2024). Günümüzde ülkeler ve kentlerin kalkınması için önemli bir rol oynayan turizm sektörü

insanların refah seviyesini de artırmaktadır. Turizm faaliyetlerinin artması ve turistlerin bir destinasyonu tercih etmesi; ilgili bölgenin bilinmesine ve sahip olduğu potansiyeli iyi değerlendirmesine, sahip olduğu özellikleri tanıtmasına ve geliştirmesine bağlıdır. Destinasyonun sahip olduğu konumu, tarihi ve sosyal özellikleri turistlerin o bölgeyi tercih etmesinde büyük avantaj sağlamaktadır. Destinasyonların tercih edilmesi, kitle iletişim araçları, tanıtım, reklam ile sağlanırken, gelen turistlerin de kaldıkları süre içindeki memnuniyetleri önemlidir. Bu memnuniyetin oluşmasında, bölgenin alt ve üst yapı olanakları, bölgenin misafirperverliği, sahip olduğu tarihi ve doğal güzellikler etkili faktörlerdir. Bu özelliklere sahip destinasyonlara gelen turistler hem tekrar gelmekte hem de destinasyonu yakın çevrelerine önermektedir (Kazancıoğlu ve Bilbil, 2023, s.192-193).

Destinasyonlar; sosyal, kültürel, yönetsel, işlevsel ve ekonomik boyutları olan alanlardır (Zeren, 2012, s.93). Destinasyon yönetimi, turizm destinasyonunda bulunan bütün unsurların koordineli olacak şekilde yönetilmesinden oluşmaktadır. Destinasyon içinde bulunan birbirinden uzak unsurları ortak bir paydada buluşturmak için destinasyon yönetimi stratejik bir yaklaşımda bulunabilir. Bütünsel yönetim, ziyaretçi hizmetleri, eğitim, tanıtım, iş desteği konularında kesişen ve aynı konularda tekrarlardan kaçınmaya ve yönetim kısmında ele alınmayan konuların tespitinde yardımcı olur. Turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliği sağlamak gibi ortak hedefler etrafında toplanan koalisyon için destinasyon yönetimi stratejiktir. Destinasyon yönetimi, belirlenen ortak hedeflere yönelik uygun bir strateji ile faaliyetleri yönetmek ve planlamak ile ilgilidir. Turizmde başarıya ulaşmak için destinasyon yönetimi hayati bir bileşendir. Tanıtım, trend yaklaşımlar, destinasyonda bulunan paydaşların ortak bir hedef etrafında toplanması ve stratejik hedefler belirlenmesi için destinasyon yönetimine ihtiyaç vardır (UNWTO, 2024).

Destinasyon yönetimi; milyonlarca doların kazanç sağladığı, milyonlarca insana doğrudan veya dolaylı istihdam olanağı sağlayan, ilgili bölgenin alt yapı ve üst yapı olarak gelişmesine katkıda bulunan profesyonel bir sistemi ifade etmektedir. Destinasyon, sahip olduğu çekiciliklerden, yerel yönetimden, yerel halktan, turizm tesislerinden ile diğer paydaşlardan oluşan karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu yapının altında toplanan paydaşlar birbirinden bağımsız fakat bütüne bağlı, rekabet içinde fakat iş birliği halinde, bireysel ama birbirinin eksiklerini tamamlayan bir sistem içinde hareket etmektedirler. Bu sistemin mükemmel bir şekilde devam etmesinde destinasyon yönetimi önemli rol oynamaktadır. Günümüzde Londra, Viyana, Barselona ve Paris gibi başarılı

destinasyonlar, ulusal yönetim planlamaları ve çalışmaları dışında yerel düzeyde yer alan destinasyon paydaş örgütlerinin birlikte hazırladığı plan ve programlar etkili ve sürdürülebilir faaliyetlerde bulunmaktadır. Turizm açısından çok büyük avantaja sahip olmasına rağmen Türkiye’de destinasyon yönetim örgütlenmesi hala istenilen seviyede değil ve atılması gereken somut adımlar atılmamıştır. Turistik destinasyonlar, plansız ve sürdürülebilir olmayan bireysel çalışmalar ile kısa dönemde kar elde ediyor gibi gözükse de uzun vadede toplumsal ve çevresel değerler bakımından telafisi mümkün olmayan sonuçlar ortaya çıkabilir. Bunun dışında eşsiz çekiciliklere sahip bir destinasyon iyi yönetilmediği zaman ya turizm potansiyelini istenilen seviyede kullanamayacak ya da kullanım kapasitesi ve koruma dengesine dikkat etmeyerek destinasyonun sahip olduğu kaynakların sürdürülebilirliğine zarar verecektir. Destinasyonda bir ürünün oluşması için; ulaşılabilirliğe, etkinliklere, çekiciliklere, destekleyici hizmetlere, paket turlara ve olumlu imaja ihtiyaç duyulmaktadır (TDGD, 2021).

Turizm, yıllar boyunca ekonomik getirilerine öncelik verildiği için ülke ve destinasyonun kalkınmasında en önemli araç olarak değerlendirilmiştir. Turizm sektörü, hemen hemen her bölgede teşvik edilmiş ve yerel yönetimlerin büyük desteğini almıştır. Ülkelerin gelirleri arasında turizmin payı her geçen gün artarken, destinasyonlar arasındaki rekabet de giderek artmaktadır. Turizmin ekonomik getirilerinin sürekli olması için dünyada turizm konusunda başarıya ulaşmış destinasyonlarda uygulanan sürecin incelenmesi değer ifade etmektedir. Dört mevsim turizm faaliyetlerine uygun iklime sahip, her çeşit turist profilinin isteğine cevap verebilecek özelliklere sahip olan Türkiye belirli gereklilikleri yerine getirirse turizmin ekonomik getirilerinden sürekli faydalanabilir. Ancak turizmde daha fazla gelir, daha fazla rekabet gücü, daha fazla istihdam ve hızlı büyüme, belirli şartların sağlanmasına bağlıdır. Altyapı, çevre, tanıtım, pazarlama, işletme, yasal düzenleme, kalite, eğitim, diğer ülkeler ile iyi ilişkiler gibi unsurlar birlikte ele alınmalı ve eksik olan unsurlar bir an önce giderilmelidir (Serçek ve Hassan, 2016, s.7).

Her ne kadar işletmelerin turistler için yapacağı çalışmalar önemli olsa da destinasyonun istenilen seviyede ziyaretçiye ulaşması için salt işletme bazlı çalışmalar yeterli olmayacaktır. Destinasyon bazında yapılacak çalışmalar, alınacak ulusal ve uluslararası sertifikalar, hazırlanacak planlama ve stratejiler turistlerin destinasyon tercihlerinde daha belirleyici olmaktadır. Destinasyonların marka değerleri konusunda başta Avrupa ülkeleri olmak üzere ve turizm konusunda gelişmiş ülkelerde Destinasyon Yönetim Örgütleri (Destination Management Organizations) bulunmaktadır. Çünkü

destinasyonun inşa edilmesi süreci ile ilgili kamu ve özel sektör paydaşlarının atacağı adımlar yetersiz kalabilmektedir. Kurumsal olarak teşkilatlanmış Destinasyon Yönetim Örgütleri (DYÖ) tanıtım ve reklam çalışmaları dışında doğal ve beşerî kaynakların yönetimi konusunda da ciddi çalışmalar hazırlamaktadır. Ülkemizde destinasyon merkezlerinde oluşturulan “altyapı birlikleri” Destinasyon Yönetim Örgütlerinin görevlerini üstlenmektedir. Ancak bu altyapı birlikleri ülkemizdeki sadece belirli destinasyonlarda faaliyet gösterirken birçok destinasyon merkezinde yatırımlar ve planlamalar bağımsız bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Daha etkili ve planlı turizm faaliyetlerinin tesis edilebilmesi için destinasyon altyapı birliklerinin tüm turizm destinasyonlarında oluşturulması gerekir (TUSİAD, 2012).

2.1.4. Destinasyon yönetimi ve gastronomik öğeler ilişkisi

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra ekonomik seviyeleri yükselen milletler kendi kültürleri, ülkeleri dışında kalan toplumları tanıma, inceleme ve onlar ile etkileşime geçme sürecini başlattılar. Bunun dışında stresli iş hayatı koşulları insanları bulundukları ortamdan, yaşam biçimi ve ritminden kısa süreliğine de olsa uzaklaşma, keyifli zaman geçirebileceği bir zaman dilimi oluşturma ve kendilerini yenileyebilmelerine imkân sağlaması açısından tatil yapma isteği oluşturmuş ve tatil olgusu insanlarda ihtiyaç haline gelmiştir. Bölgeler, ulusal ve uluslararası turizm talebini karşılayabildikleri ölçüde turizmden katma değer elde etmektedir. Bu doğrultuda talebin ülkeye gelebilmesi için mevcut ve potansiyel turizm arz kaynaklarının profesyonelce yönetilmesi önemlidir (Yavuz ve Karabağ, 2009, s.114).

Turizm arz kaynaklarından gastronomi, turizmde talep yaratan destinasyon cazibe unsurlarından biridir. Gastronomi turizmi, kültür turizmin önemli bir alanıdır. Türkiye’nin tarihinden, kültüründen aldığı gastronomik değerler incelediğinde sahip olduğu zenginlikleri tam anlamıyla değerlendirmedeği ortaya çıkmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015, s.63-64). Bölge ekonomileri için turizm gelirlerinin önem kazanmasıyla, rekabet içinde olan destinasyon öğelerinin destinasyon yönetimi içinde toplanarak ortak hareket etmeleri mecburiyet haline gelmiştir. Bu durum sonucu birbirinden farklı çalışma alanları olan paydaşların, destinasyon içinde yer alan diğer paydaşlar ile ortak bir destinasyon yönetimi oluşturmaları gerekir. Bunu yapmayan destinasyon bileşenleri sahip oldukları destinasyon mükemmellik çekicilik unsurları barındırsa bile sahip oldukları potansiyeli kullanamazlar (TDGD, 2021).

Destinasyonlar, sahip oldukları doğal varlıkların yanında kültürel varlıkları da turizm talebi oluşturmak için değerlendirmelidir. Bu değerlerin başında şüphesiz bir toplumun sahip olduğu özellikleri bir ayna gibi yansıtan gastronomik öğeler gelmektedir (Şahin, 2021, s.231). Bir bölgenin tanıtımında gastronomik öğelerden yararlanmak günümüzde oldukça etkili bir yoldur. Günümüzde yiyecek-içecek amaçlı seyahat eden bir turist grubunun oluştuğu bilinmektedir. Gastro turist olarak adlandırılan bu grup, seyahat ettikleri yerlere sadece yemek içmek için değil, aynı zamanda yiyecek ve içeceklerin üretim aşamalarını görmek ve üretim süreçlerine dahil olmak gibi sebeplerle de gidebilmektedir. Bununla birlikte gastro turist olmayan diğer turistler içinde yemek önemlidir. Bu kapsamda bir bölge veya ülke için önemli olan gastronomik öğelerin tespit edilip, plan ve politikalar dahilinde, ilgili unsurların hem turizme kazandırılması hem de sürdürülebilirliğinin sağlanması önemlidir (Altaş, 2017, s.84)

Gastronomik çekim öğeleri turistlerin seyahat motivasyonunu ve turistik rota belirlemelerini etkileyen önemli karar unsurlarındandır. Gastronomi turizmine olan ilgi ve talebin artması sebebiyle, destinasyonların sahip oldukları gastronomik öğelerin tanıtımına yönelik çalışmalar yapmaları gerekmektedir. Destinasyon yöneticileri, destinasyonun sahip oldukları gastronomik öğeleri iyi analiz etmeli, mevcut ve potansiyel turistlerin memnuniyetine odaklı yaklaşımlar ile turistlerde destinasyon sadakati oluşturmaya çalışmalıdır. Bu sebeple gastronomik değerlerin arz ve talep yönlü destinasyon özelinde değerlendirilmesi önem arz etmektedir (Şahin, 2021, s.253-254).

2.1.5. Gastronomi temelli destinasyon yönetiminde paydaşların rolü

Yeterli ve dengeli beslenme insanoğlunun en önemli fizyolojik ihtiyaçlarından biridir. Çeşitli beslenme türlerinin yaşamın devamlılığına etkisi açısından pek çok araştırma yapılmaktadır. Ancak beslenme, yaşamın devamlılığı açısından önemli olduğu kadar hızlı yaşamın yorucu etkisinden uzaklaştıran, hayattan lezzet almamızı sağlayan ve insanlara geleneksel değerlerini hatırlatan bir yapıya da ışık tutmaktadır. Beslenme çoğu zaman hayatın anlamını fark etmemizi sağlayan, geleneksel değerlerimizle buluşturan ve sahip olduğumuz birçok maddi manevi değeri geleceğe aktarmada kilit rol üstlenen bir olguyu da ifade etmektedir. Beslenme konusu, dünyada ve ülkemizde tarım biyoçeşitliliğini savunan, hayvan ve sebze türlerini koruyan, gastronomi konusunda geleneklere bağlı, kültürel kimliği korumakta öncü çalışmalara imza atan Slow Food hareketinin ilke ve felsefesine de dikkat çekmektedir (Atik ve Atik, 2018, s.3). Slow Food

hareketinin istenilen başarıya ulaşması için de başta kamu kurumları olmak üzere tüm paydaşlar tarafından desteklenmesi stratejik bir gerekliliktir.

Turizm alanındaki alt ve üst yapı, tanıtım çalışmaları, destinasyonun turizm imajı, kamu ve özel yatırım ve projelerinin eksikliğinin sebebi etkin bir destinasyon yönetimi olmamasından kaynaklanmaktadır. Özellikle destinasyonla ilgili yapılan planların işlevsel olmaması, ortak kararların alınmaması, iş birliği yapılmaması ve paydaşlar arasında sağlıklı bir iletişim olmamasının nedeni destinasyon yönetimin yetersiz olmasıdır (İnanır, 2019, s.530). Başarılı bir destinasyon yönetimi ortaya koymak ve rekabetçi bir durum elde etmek için destinasyonda bulunan paydaşların; liderlik, koordinasyon, iş birliği, iletişim, bilgi paylaşımı, güven, planlama ve bağlılık ilişkileri çok önemlidir. Bunun için turizmin kamu ve özel sektör paydaşları ile sivil toplum kuruluşlarının birbiriyle verimli bir ilişki kurarak yönetilebilmesi, destinasyonda ki turizm yönetimini ve ortaya çıkan veya çıkabilecek sorunların üstesinden gelinebilmesi için çok önemlidir (İnanır, 2019, s.519).

Destinasyonun gelişmesinde yerel yönetimlerin, kamu kurumlarının, özel sektör temsilcilerin, üniversitelerin ve sivil toplum kuruluşlarının koordinasyon içinde olması ve bölgedeki halkın turizme desteğini sağlamaları gerekir. Yerel yönetimler çevreyi korumaya yönelik tedbirler almalıdır. Destinasyon için hazırlanan planlamalar ve yatırımların destinasyonun kültürel değerlerini ve doğal çevresini koruması gerekir. Destinasyonda halkın ve turistlerin ihtiyaçlarına uygun alt ve üst yapı eksikleri hızlı bir şekilde çözülmelidir. Destinasyonda bulunan sit alanları her türlü tahribata karşı korunmaya alınmalıdır. Yerel halka ait gelenek görenek, kültürel değerleri gelecek nesillere aktarmak için gereken tedbirler alınmalıdır (Büyükkuru, 2020, s.398).

Destinasyon yönetimi iş birliği, uyum sağlama ve stratejik düşünme gerektiren çok yönlü zorluklar barındırmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için paydaş iş birliğini geliştirmek, destinasyonun dinamik yapısını anlamak, krizlere karşı hazırlıklı olmak, teknolojik gelişmelerden yararlanmak etkili performans sistemleri oluşturmak ve tüm paydaşları kapsayan stratejik bir planlama hazırlamak gerekir (Aladağ ve Ata, 2024, s.274). Plan ve prosedürlerin yerine getirilmesi ile destinasyonların kalkınmasında önem ifade eden gastronomik değerler, turizm perspektifinden profesyonelce işlenmelidir. Bu kapsamda dikkat çeken çok yönlü Slow Food olgusu destinasyon ve paydaş ilişkisinin bütünsel manada uyumunu gerektiren hem ulusal hem de uluslararası turizm pazarında destinasyon arz unsuru olarak değer ifade etmektedir.

2.2. Slow Food Hareketinin Doğuşu ve Tarihsel Süreci

Yaşam standardını belirleyen ve insan yaşamının devamını sağlayan en önemli öge beslenmedir. Sağlıklı beslenme yapamayanlar hayatını sağlıklı devam ettiremez. İnsanlık tarihine bağlı olarak beslenme, toplumların yaşadığı bölge ve bilgi birikimine bağlı olarak belirli aşamalardan geçmiştir. İletişim ve teknolojiye bağlı olarak dünyada ve ülkemizde plansız sanayileşme, aşırı nüfus artışı, suni gübre ile zirai ilaçların kullanımı ve çevre kirliliği meydana gelmiştir. Artan insan nüfusunu beslemek için hayvan ve bitkilere büyüme hormonu, gıdalara katkı maddesi eklenmesi, sağlıklı beslenmeyi olumsuz etkilemiştir (Akın vd, 2015, s.44-45). Çağın getirmiş olduğu hızlı karar verme, hızlı yaşama, hızlı yemek yeme alışkanlıklarının bireyde meydana getirdiği ruhsal ve bedensel zararları azaltmak için ortaya çıkan Slow Food hareketi; yiyeceklerin yetiştirilmesi, hazırlanması ve sunumundaki ritüellerin geleceğe aktarılmasında geçmiş ile kurulan önemli bir köprü rolü taşımaktadır. İlk zamanlarda küçük bir akım olarak başlayan Slow Food; Slow Living, Slow City gibi birçok akımın doğmasına öncülük etmiştir (Atik ve Atik, 2018, s.15).

1986 yılında Roma'nın önemli merkezlerinden biri olan Piazza di Spagna'da bir fast food iş yerinin açılmasına tepki olarak ortaya çıkan Slow Food hareketine Carlo Petrini öncülük etmiştir. Slow Food hareketi Sanayi Devrimi sonrasında ortaya çıkan bilinçsizleşen yeme alışkanlıklarına karşı yerelliği ve yavaşlığı savunmaktadır. İtalya'da başlayan Slow Food hareketi, dünyanın birçok yerinden gönüllerden oluşan insanların katılımıyla evrensel bir hareket haline gelmiştir (Bali, 2019). 1989 yılında İtalya, Arjantin, Avusturya, Fransa, Almanya, Brezilya, Danimarka, Macaristan, Hollanda, Japonya, İsveç, İsviçre, Venezuela ve Amerika Birleşik Devletleri'nin delegeleri Paris'te toplanarak Slow Food hareketinin manifestosunu imzalamışlardır. Günümüzde 160 ülkede ve 1500'den fazla yerel şubesi olan Slow Food hareketinin milyonlarca üyesi bulunmaktadır. Slow Food hareketi dünyada ki doğal ürün biyoçeşitliliğini çeşitli etkinlik ve kampanyalar ile korumayı hedeflemektedir (Demir, 2021, s.101).

Slow Food hareketi, işlenmiş ve hazır paketlenmiş yiyecek akımı olan fast foodun aksine taze ve organik gıdalar ile üreticiyi savunmaktadır. Yeme-içme eylemi için bir araya gelen insanların sadece karınlarını doyurmak için değil birbirleri ile etkileşim içinde olmaları gerektiğini de savunmaktadır. Yerel ürünlerin yer aldığı yemek sofraları kültürel ve sosyal etkileşim açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Toplumun her bir ferdi ve kesimi bir yemek masası etrafında toplanarak iletişim kurabilir. Bu yönüyle de Slow Food

hareketi Fast Food akımının tersine insani ilişkilere daha fazla değer vermektedir. Ayrıca Slow Food ulusal ve uluslararası kültürün taşıyıcısı olan yiyecek ve içeceklerin hem tanıtımını hem de yerel üretimini desteklerken çiftçilerin ürünlerini sunabilecekleri pazarların kurulmasına da öncülük etmektedir (Güneş ve Sabur, 2023, s.109). Yerel ekonomiyi düzeltmeyi, yerel kültürü korumayı ve üreticileri desteklemeyi amaçlayan bu hareket çeşitli projelerde geliştirmektedir. Gastronomi turizmi ve Slow Food beraber incelendiğinde, gıdaların turizm faaliyetlerinde giderek önemli bir rol oynadığını, yerel gıdaların kültürel, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Slow Food hareketi, gastronomi turizmi açısından da önemli yaklaşımlar sunmaktadır (Aliyeva ve Kurgun, 2021, s.1).

Slow Food hareketinin temelinde üretici ve tüketicuyu birbirine bağlayan aracı kurumların ortadan kaldırılarak üretici ve tüketici arasında direk bağ sağlanması hedeflenmektedir. Bu aynı zamanda yerel üretimin artmasına, yerel işletmelerin gelir sağlamasına, diğer sektörler üzerinde olumlu etki yaratmasına ve istihdam olanaklarının artmasına katkı sağlayacaktır. Bu gelişmelerin sonucunda da yerel ve destinasyon bazlı kalkınmaya destek sağlanacaktır. Yiyecek içecek üretiminin yerelden sıyrılarak, organik halinden uzaklaşmasının temelinde ülkelerin ekonomik koşulları yatmaktadır. Ayrıca ürünlerin girdi maliyetlerinin artması, para kazanma hedefi ile üreticilerin yanlış uygulamalara başvurması gibi sebepler de yerel ve organik üretimin önüne geçmektedir. Gıdaların sağlıklı ve organik olması için üreticiye destek verilmesi, doğru üretim ve hasat tekniklerinin öğretilmesi gerekmektedir. Bu desteklerin sağlanması ise başta devlet kurumları ve Slow Food derneklerinin faaliyetleri ile mümkündür (Yılmaz, 2022, s.104).

Slow Food hareketi Manifestosunda sanayileşme ile beraber ortaya çıkan “hızlı” kavramının sadece üretim konusunda sınırlı kalmadığını, bununla birlikte insan yaşamının her alanını tıpkı bir virüs gibi etkilediğini belirtmiştir. Slow Food Manifestosu, insanların evlerinde bile “hızlı yemek” yemeye mecbur bırakıldığını ve bu hızın önüne geçilmez ise insanların yok olmaya doğru gideceğini belirtmektedir. Slow Food hızlı yaşamın evrensel çılgınlığına karşı insanların sakin kalması ve hayattan zevk alması gerektiğini savunmaktadır. Hızın, verimlilik kavramının arkasına sığındığını, önce yaşam biçimimizi değiştirdiğini şimdi de çevremizi değiştirdiğini belirten Slow Food hareketi bu olumsuz değişimin önüne geçmek için fast foodun sıklığına karşı doğal ve bol çeşitli yerel mutfığa dikkat çekmektedir. Toplumların yerel kültürlerini yansıtan yiyecekleri tercih eden Slow Food hareketi aynı zamanda yerel lezzetlerin gelecek kuşaklara

aktarılması içinde çeşitli projeler geliştirmekte ve programlar hazırlamaktadır (Slowfood, 2023).

Turizm faaliyetleri açısından pazarlanan yiyecek ve içeceklerin turistlerin beklentilerini karşılayabilmesi için; Slow Food hareketi işletmelerin taze, organik, yerel ürünler kullanmaları, yavaş yemekler hazırlaması, kaliteden ödün vermemeleri, sunumlarda gerekli hassasiyeti göstermeleri, doğal malzemeler ile hijyenik üretim ve tüketim ortamı sağlamları noktasında farkındalık yaratmaktadır. Günümüzde iş hayatı ve kentsel düzenin bir sonucu olarak insanlar hızlı yemek kültürüne yönelmektedir. İnsanların fast fooda yönelmesinin bir diğer sebebi de yerel yemek (ev yemeği) yapan restoranların az olmasından kaynaklanmaktadır. Yöresel yemeklerin daha ulaşılabilir olması insanların doğal ve sağlıklı gıdaya ulaşmasını kolaylaştıracaktır. Bütün bu açılardan bakıldığı zaman fast foodun karşısında duran Slow Food hareketinin yemek konusunda başarılı olması için yemeğin toplum nezdinde sürekli değişen canlı bir varlık olduğu unutulmamalıdır. Bu değişime bağlı olarak mutfak kültürü, yeme pratikleri, toplumsal sınıf farklılıkları, kültürel kodlar, iletişimsel eylem biçimleri yemek kavramı etrafında şekillenmelidir (Yılmaz, 2022, s.105).

1 Aralık 2024 tarihinde Slow Food ve 20’den fazla sivil toplum örgütü, Avrupa Birliği’ne hitaben tarımsal uygulamalarda adil üretim ve sürdürülebilirliği sağlamak için acil eylem çağrısında bulunarak Avrupa Birliği Komisyonuna açık bir mektup yayınlamıştır. Mektupta iklim krizinin küresel gıda üzerindeki etkilerine dikkat çekilirken, Avrupa Birliğinin gıda sistemlerine yönelik acil düzenleme ihtiyacının gerekliliği belirtilmektedir. Mektuba imza atan sivil toplum örgütleri, iklim değişiklikleri, topraktaki bozulma ve artan gıda fiyatlarının dünya çapında geçim kaynaklarını tehdit ettiğini ve gıda ile ilgili derin krizler yaşanacağını vurgulamaktadır. Şimdi önlem alınmaz ise ilerde daha büyük felaketlerinin ortaya çıkacağına dikkat çekilmektedir. Mektupta Avrupa Birliğine acil bazı eylem önerileri sunulmuştur. Bu öneriler; organik çiftlikler, agroekolojik gibi sistemsel çözümler, hayvan refahını teşvik eden hayvan çiftliklerini destekleyen kamusal politikalar, küçük işletmeleri destekleyen fon ve organik üretim yapan çiftçilere adil ücret desteği sunulması şeklinde sıralanmaktadır (Slow Food, 2024).

2.2.1. Slow food hareketinin temel ilkeleri

Yavaş hareket akımının devamının önemli bir parçası olan Slow Food akımı iyi, temiz ve adil prensipleri ile gastronomiye yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Küreselleşme ile ortaya çıkan gıdadaki tek tip tüketim, yöresel ve bölgesel ürünleri, yemek kültürünü ve yemekten zevk almayı olumsuz etkilemiştir. Slow Food ise bu olumsuzları ortadan kaldırırken toplumların sahip olduğu yemek alışkanlıklarının sürdürülebilirliğini de sağlamaktadır (Mısır ve Koç, 2023, s.57). Slow Food hareketi tarafından ilan edilen iyi, temiz ve adil gıda ilkeleri hareketin amacını ortaya koymaktadır.

2.2.1.1. İyi gıda

İyi gıda, insanların yediği yemeğe hiçbir şekilde katkı maddesi eklenmeden doğallığını değiştirmeye gerek duymadan herhangi bir yer ve kültürde doğallık kriterlerine göre tadının iyi ve lezzetli olması demektir (Karabulut, 2023). İyi gıda ilkesi lezzetli ve çeşit çeşit yiyecekler anlamına gelirken aynı zamanda bu lezzeti ve çeşitliliği bulunduğu destinasyonun sahip olduğu kültürel değerler ile birlikte yapmaktadır. Genetiği değiştirilmiş gıdaların insan sağlığına olan zararlarına karşı yerel tohumu savunan Slow Food hareketi sağlıklı nesiller yetiştirmeyi hedeflemektedir.

2.2.1.2. Temiz gıda

Yiyeceklerin insan sağlığının yanında doğa ve hayvanlara da zarar vermemesi gerektiğini belirten temiz ilkesi aynı zamanda yiyeceklerin sürdürülebilir bir şekilde üretilmesi gerektiğini belirtir. Temiz gıda, tarımsal üretim zincirinin her aşamasında insan sağlığına uygun, ekosistem ve biyoçeşitliliğinin korunması gerektiği savunur (Karabulut, 2023). İnsanlar daha önce bir gıdanın renk, tat, koku, kıvam, raf ömrü gibi özelliklerine bakarak temiz gıda olup olmadıklarını anlayabilirken, günümüzde bu özelliklere bakmak yeterli olmamaktadır. Gıdanın katkı maddelerinden arındırılmış ve hatta tatlandırıcı, stabilizör veya emülgatör gibi maddelerden de arındırılmış olmasına bakmak gerekmektedir (Ağpam, 2021). Slow Food hareketinin çevre ve hayvanlara zarar vermeyen gıdaların üretimi anlamına gelen temiz gıda ilkesi, doğal tarımın yanında

modern tarım tekniklerini de desteklemektedir. Temiz gıdanın merkezinde çevresel sürdürülebilirlik bulunmaktadır.

2.2.1.3. Adil gıda

İnsan sağlığının temeli yeterli ve dengeli beslenmedir. Sağlıklı beslenme bütün yaş grupları için önem taşımaktadır ve ömür boyu devam etmesi gereken bir süreçtir. Sağlıklı beslenme için tüketilen yiyecek ve içeceklerin doğal olması, katkı maddeleri içermemesi gerekmektedir (Bakır, 2017, s.48). Ancak yoksulluk, gelir eşitsizliği ve diğer sosyal nedenlerden dolayı birçok insan sağlıklı beslenme hakkından mahrum kalmaktadır. Bütün insanların beslenme ihtiyaçlarının karşılandığı, güvenli, sağlıklı ve doğal gıdalara ulaşmayı hedefleyen adil gıda ilkesi hem bireyler hem de toplumlar için önemli bir hedeftir (Güneş vd, 2024, s.70). Slow Food hareketi adil gıda ilkesi ile hazır gıda konusunda tekelleşmeye doğru giden üretim sistemine karşı üreten toplumlar oluşturmak ve insanların yaşadığı bölgelerde sağlıklı gıdalara uygun fiyatlar ile ulaşmalarını sağlamayı hedeflemektedir. Aynı zamanda Slow Food hareketi adil ilkesi ile yiyecek üreticilerinin sahip olduğu bilgi ve deneyimlerin korunması, yaptıkları işin insancıl koşullarda olması ve yaptıkları işin karşılığında adil bir karşılık almaları gerektiğini belirtmektedir (Karabulut, 2023).

2.2.2. Dünyada Slow Food hareketi

Slow Food, 1986 yılında İtalya'nın Başkenti Roma'da bir fast food restoranının açılmasından sonra Carlo Petrini tarafından başlatılan uluslararası bir harekettir. Fast food yemek kültürüne karşı yerel yiyecekleri savunan Petrini, yaptığı çalışmaları bir adım öteye götürerek bölgesel üreticilerin haklarını korumak için ülkenin kuzeyinde bulunan Piedmont Bölgesinde tamamen gönüllerden oluşan bir topluluk oluşturmuştur. Başta İtalya'daki yiyecek festivallerine katılan bu topluluk zaman içinde dünyanın birçok kentine yayılmıştır. Toplumun birçok kesiminden büyük destek gören Slow Food hareketi 10 Aralık 1989 yılında Paris'te bulunan Opera Comique'de resmi olarak tanınır ve Arjantin, Danimarka, Almanya, ABD, İsviçre, Hollanda gibi birçok ülke tarafından Slow Food Manifestosu imzalanır. İtalya merkezli Slow Food hareketine günümüzde dünyanın hemen hemen her ülkesinden gönüller katılmaya devam etmektedir (Hisglobal, 2021).

Bir fast food zincir restoranının açılmasına tepki olarak başlayan hareket günümüzde ülkeler için önemli turizm çekici unsuru ve ekonomik gelir kaynağıdır. Slow Food hareketi, işlenmiş sağlıksız gıdalar yerine katkısız, doğal, yerel ve coğrafi tescilli ürünler ile beslenmeyi amaçlamaktadır. Slow Food hareketinin dünyada ki gelişimi yıllara göre aşağıdaki gibidir.

Tablo 2. 1. Dünyada slow food hareketinin gelişimi

1986	Carlo Petrini öncülüğünde 1986 yılında İtalya'nın Roma kentinde açılan bir fast food restoranının açılması sonucu Slow Food hareketi başladı.
1989	Slow Food hareketi 14 ülkeden temsilciler ile Paris'teki Opéra Comique'te resmen tanındı ve Slow Food Manifestosu imzalandı.
1996	Torino (İtalya) şehrinde, küçük ölçekli yerel gıdalar üreten üreticilerin ürünlerini sergilediği Salone del Gusto fuarına ev sahipliği yapmasının yanında yok olma tehlikesi olan yiyecekler ve gıda çeşitliliği ile ilgili bir çalışma olan Ark of Taste Projesinin tanıtım lansmanı gerçekleşti.
1997	Süt ve süt ürünleri ile ilgili meradaki otlardan, süt veren hayvan ırkları ile ilgili bilgi veren ilk Cheese fuarı Bra (İtalya) kentinde gerçekleşti.
1999	Biyolojik çeşitlilik ve tarım konusunda Slow Food hareketinin felsefesini ortaya koyan Presidia programı unutulmaya yüz tutmuş yerel gıdaları üreten küçük işletmecileri, çiftçileri ve balıkçıları bir araya getirdi.
2004	Gıda toplulukları ile ilgili Dünya geneli ilk toplantı olan Terra Madre 130 ülkeden 500 delegenin katılımıyla İtalya'da yapıldı. Slow Food Derneği ve Emilia-Romagna ve Piedmont bölge yönetimlerinin işbirliğiyle ilk Gastronomi Bilimleri Üniversitesi kuruldu.
2006	Slow Food hareketi; İyi, temiz ve adil sloganıyla tüm dünyaya yayılmaya başladı.
2007	Slow Food hareketinin uluslararası boyutunu ve 18 yıllık gelişimini ortaya koymak için Meksika'nın Puebla kentinde Slow Food Kongresi yapıldı ve Puebla Beyannamesi imzalandı.
2009	Slow Food felsefesini benimseyen ve uygulayan Restoran işletmecileri tarafından Cooks ' Alliance kuruldu.
2010	Slow Food hareketi; gıda ile ilgili ekolojik açıdan duyarlı ve uygulanabilir olan agroekolojiyi evlerde, okullarda ve topluluklarda teşvik etmek için Afrika'da Bahçeler girişimi ile on binlerce insana ulaşıldı.
2011	Slow Food, Dünyanın farklı yerlerinde bulunan yerli gıda toplulukları ile birlikte 2011 yılında İsveç'in Jokkmokk kentinde ilk yerli Terra Madre etkinliğini düzenledi.
2015	Slow Food hareketi, Milano kentinde düzenlenen EXPO2015'te şarap, çiğ süt peynirleri, sebze bahçeleri ve biyolojik çeşitlilik konularında sergi açtı. Aynı zamanda İtalya Hükümeti süt tozunu yasaklaması için ikna edildi.
2017	Slow Food hareketin büyümesi ile ilgili kararların alındığı 7. Slow Food Kongresi Çin'de yapıldı.
2020	Slow Food hareketi; kültürel ve biyolojik çeşitliliği savunmak, insanları eğitmek onlara ilham vermek ve kamu ile özel sektörü etkilemek için A Call To Action adlı yol haritasını açıkladı.
2022	İtalya'da düzenlenen 8. Slow Food Kongresinde Slow Food hareketi üyelik tabanlı bir yapıdan katılımcı bir kuruluşa geçmiştir. Carlo Petrini başkanlık görevini Ugandalı Edward Mukibi'ye bıraktı.
2023	Slow Food hareketi ile Avrupa Vatandaş Girişimi sentetik pestisitlerin kullanımının azaltılması için "Arıları ve Çiftçileri Kurtarın" adlı kampanya için 1.1 milyon imza toplandı.
2024	Slow Food hareketi gıdanın şekillenmesi ve geleceği konusunda 26-30 Eylül tarihlerinde Torino'da 2024 Terra Madre Salone del Gusto etkinliğini yaptı.

Kaynak: <https://www.slowfood.com/our-history> adresinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

2.2.3. Sakin kentler (Cittaslow)

Sakin şehir anlamına gelen Cittaslow kelimesi İtalyanca “Citta” ve İngilizce “Slow” kelimelerin birleşmesinden oluşmuştur. Sakin şehir hareketi 1986 yılında ortaya çıkan Slow Food hareketinin ortaya koyduğu ilkelere dayanmaktadır. Cittaslow, 1999 yılında İtalya’nın Orvieto şehrinde Greve, Bra, Positano ve Orvieto belediye başkanları tarafından dünyada hızlı gelişen olayların ortaya çıkardığı tahribatı önlemek için oluşturulmuştur. Doğadaki yavaşlığın temsilcisi kabul edilen Salyangoz, hareketin sembolü kabul edilmiştir (Ergüven, 2011, s.203). Sakin şehirler birliği, küreselleşme sonucu ortaya çıkan homojen mekânlar olmak istemeyen, sahip olduğu yerel kimlik ve özelliklerini koruyarak varlıklarını devam ettirmek isteyen şehir ve kasabaların katıldığı bir yapıdır. Birlik şehirlerin hangi alanlarda özel ve önemli olduklarını düşünmelerini ve sahip oldukları bu yönleri geliştirmek için stratejiler geliştirmelerini hedeflemektedir. Sakin Şehir Birliği, şehrin müziği, dokusu, rengi ve hikâyesinin uyum içinde, şehirde yaşayanların ve ziyaretçilerin zevk alabilecekleri hızda yaşamalarını, yerel zanaat, sanat ve tatları önceki kuşakların hatıralarında değil misafir ve gelecek kuşaklara da aktarmayı savunmaktadır (Özmen vd., 2016, s.11).

1999 yılında Grevein Chianti (İtalya) kentinde kurulan Cittaslow nüfusu en fazla 50.000 bin olan kentlerin üye olabildiği bir belediyeler birliğidir. Cittaslow Birliğine girmek için birliğin belirlediği kriterleri yerine getirmek ve Cittaslow felsefesine uygun projeler geliştirip uygulamak gerekmektedir. Birliğin belirlediği kriterlerden en az 50 puan alan kentler birliğe üye olabilmektedir. Birliğe tüm dünyadan başvurular olması sonucu evrensel bir hale gelmesi ile 1999 yılında Uluslararası Bilim Komitesi tarafından yeni kriterler belirlenmiştir. Hazırlanan yeni üyelik kriterleri arasında zorunlu kriterlere yer verilirken, belediyelerin hazırlamış oldukları projelerin başarı durumu ve ulusal ağlara kriter ekleme yetkisi gibi yeni maddeler eklenmiştir. Cittaslow Birliği üyelik kriterlerini belirlerken kentin tüm özelliklerini göz önünde bulundurarak;

- Çevre politikaları,
- Alt yapı politikaları,
- Kentsel yaşam kalitesi politikaları,
- Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar,
- Misafirlik, farkındalık ve eğitim için planlar,
- Sosyal uyum,

- Ortaklıklar olmak üzere yedi bölüm ve 73 kriter ortaya koyulmuştur (Cittaslow, 2020b).

İtalya’da başlayarak dünyanın birçok kentine yayılan Cittaslow Hareketinin ortaya koyduğu üyelik kriterleri, kültürel mirasa verdiği değer, uygulanan projeler, yerel kalkındırmaya verdiği destek, yerel ürünlerin korunması ve pazarlanması konusunda yaptıkları çalışmalar sonucu üye olan kentlerin popülerliğini artırmıştır (Ciğerci ve Turan, 2023, s.54).

Sakin Kentler Birliğine üye olan bölgelerin uluslararası cittaslow kriterleri ile denetlenmeleri kapsamında, kentsel haklar ve çevre hakları da garanti altına alınmış olmaktadır. Birliğin istenilen başarıya ulaşması için Cittaslow Ülke Ağı yetkilileri, siyasi partiler, yerel yönetimler, STK’lar, kamu kurumları ve yerel halkın da sürece dâhil olması gerekmektedir. Yavaş şehir olmanın temelinde yerel halkın yaşam kalitesini artırmak, kültürel değerleri korumak ve bölgedeki tüm paydaşlara eşit, adaletli ve sağlıklı bir yaşam alanı oluşturmak vardır (Aykaç, 2024, s.391).

Her ne kadar yavaşlık hareketi yavaş yemek hareketine dayandırılrsa da günümüzde hayatın her alanında uygulanmaya başlanmıştır. Hızlı akan zamana bağlı olarak insanlar günlük hayatta ne yediklerine, neler yaptıklarına anlam verememekte ve dolayısıyla insanlar için yaşam anlamını yitirmektedir. Yavaş hareketin anlamı tam olarak burada önem kazanmaktadır. İnsanların faaliyetleri yavaş olmasa da bilinçli ve zevk alınarak gerçekleşmelidir. Modern hayatın koşturmacası içerisinde insanlara düşünme fırsatı vererek, kaybolmuş değerlerin ortaya çıkarılması çok önemlidir (Bulut ve Adıgüzel, 2024, s.49).

2.2.4. Cittaslow felsefesi

Küreselleşmenin etkisi ile şehirler hızlı yaşanan, hızlı çalışılan ve üretmekten çok tüketen insanların ihtiyaçlarına yetmeyen yaşam alanları olmuştur. Kentler insanların güvende yaşadıkları alanlar olmaktan çıkmış, insanların daha hızlı çalışmaları ve daha hızlı hareket etmeleri için tasarlanan mekânlar haline gelmiştir. İnsanların sosyalleştikleri, birbirlerinin sıcaklığına sığındıkları, el emeklerini birbirlerine sundukları yerler olmaktan çıkan kentler, insanlar için birer tüketim yerleri olmuştur. Ortaya çıkan bu hızlı yaşam sonucu insanlar daha hızlı alışveriş yapmakta, daha hızlı yemek yemekte, gidecekleri yere daha hızlı varmak için koşturup durmaktadır. Bu hızlı yaşam tarzı sonucu manav, bakkal gibi küçük esnaf yerine alışveriş merkezleri, park ve yeşil alan yerine geniş

yollar ve çocukların oyun oynayacağı yerler yerine otopark ve plazalar hayatımıza girmiştir. İnsanın yaşamını sağlıklı yiyecekler, yalnızlık, tüketim ve trafik ile harcaması sözde modern yaşamın vazgeçilmezi olarak sunulmuştur. Modern kültürün de desteklediği bu hayat için oturup kahve bile içecek zamanı olmayan insanın yürürken kahvesini içmesi, yetişmesi gereken yerler ve bitirmesi gereken işleri olduğu için yemekten zevk almadan hızlı bir şekilde ayakta yemek yemesi, her gün yan yana geçtiği komşusu ile yerel esnafı tanımayan ve ailesine bile doğru dürüst zaman ayıramayan insanın sürdürdüğü bu yaşam biçiminin sürdürülebilir olmadığı yadsınamaz bir gerçek olarak günyüzündedir. Bu yaşam biçimi, insanda depresyon, kanser, obezite, kalp hastalıkları gibi birçok hastalığın çıkmasına sebep olurken, kentlerin de sürdürülebilirliğini ortadan kaldırmıştır. Hızlı yaşamın olduğu bu kentler kendilerine yetmediği gibi dünyanın dört bir yanından kaynakları getirirken hem doğayı tüketmekte hem de insanları doğadan kopartmaktadır. Tüketim odaklı bir hayat biçiminin insanları mutlu etmediğini, insanlara sağlıklı ve farklı bir yaşam biçimini aramaları gerektiğini Cittaslow (sakin şehirler) hareketi ortaya koymuştur. Cittaslow felsefesi, insanların yaşamdan zevk alacak hızda yaşamalarını, sosyalleşebilecekleri, birbirleri ile iletişim kurabilecekleri, gelenek, göreneklerine ve doğasına sahip çıkan, kendi kendine yeten, yenilebilir enerji kaynaklarını kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanabilen, üst ve alt yapı sorunu olmayan kentler oluşturmayı hedeflemektedir (Cittaslow, 2020a).

2.2.5. Türkiye’de Slow Food hareketi

İtalya’da bir gönüllüler hareketi olarak ortaya çıkan Slow Food hareketi zaman içinde yerel yönetimler ve diğer sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenerek uluslararası bir örgüt haline gelmiştir. Yapı, ortaya koyduğu ilkeler ve projeler ile kısa süre içinde binlerce üyeye ulaşmıştır.

Slow Food hareketi dünyada olduğu gibi ülkemizde de üyelere sahiptir. Bu üyeler genellikle yaşadıkları yerlere yakın yerlerde faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye’de İzmir, Kars, Ankara, Aydın, Gaziantep, Samsun ve İstanbul önemli Slow Food birliklerinin olduğu illerimizdir. Ancak Slow Food hareketi Türkiyede istenilen seviyede değildir. İnsanlarımızın çoğu temiz, organik, GDO’suz gıdaya ulaşamamaktadır. Turizmin ülke ekonomisi için önemi herkes tarafından bilinmektedir. Turizm-mutfak ilişkisi her geçen gün artmaktadır. Günümüzde turistler gittikleri yörelerin yerel yiyeceklerini bilmek, tarladan sofraya kadar bütün aşmalarını öğrenmek ve lezzetleri

tatmak istemektedir. Slow Food hareketini benimseyen bölgeler, turistler için öncelikli yerler olmakta ve daha fazla turistin ziyaret etmesini sağlamaktadır (Çatalca, 2012, s.45). Türkiye’de 2009 yılında Seferihisar’ın sakin şehir ünvanını almasıyla başlayan Slow Food hareketi, 2024 yılı itibarıyla 25 tane şehrimizin sakin şehir kapsamına girmesiyle farkındalık kazanmaktadır. Sakarya iline bağlı Taraklı 2011 yılında kazandığı sakin şehir ünvanını 2022 yılında aidat borcunu ödememesi nedeni ile kaybetmiştir.

Tablo 2. 2. Türkiye’de slow food hareketi

Seferihisar (2009)	Seferihisar 2009 yılında Türkiye’de Cittaslow’a katılan ilk kentimizdir. İzmir’e bağlı olan Seferihisar mandalina bahçeleri, zeytinlikleri ve doğal yapısını korumasıyla ziyaretçiler için önemli bir kentimizdir.
Gökçeada (2011)	Çanakkale’ye bağlı olan Gökçeada Cittaslow ünvanını alan ilk ve tek adadır. Ladolia zeytin ağacı ve organik tarım faaliyetleri ile turistler için önemli bir turizm noktasıdır.
Akyaka (2011)	Muğla’ya bağlı bir belde olan Akyaka, ekolojik tarım çalışmaları, temiz denizi, yeşil doğası ve sahip olduğu tarihi yerleri ile sakin şehir ünvanını 2011 yılında almıştır.
Yenipazar (2011)	Tarihi milattan önce 2000’li yıllara dayanan Yenipazar Aydın ilinde yer almaktadır. Doğal yapısı, tarihi yerleri ve sakin nüfusu ile 2011 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
Taraklı (2011-2022)	2011 yılında sakin şehir ünvanını alan Taraklı Sakarya iline bağlıdır. Tarihi dokusu, ahşap evleri ile turistler için önemli bir destinasyon iken 2022 yılında borcu nedeni ile sakin şehir ünvanını kaybetmiştir.
Vize (2012)	Kırkklareli’ne bağlı olan Vize; tarihi yapıları ve doğal güzellikleri ile 2012 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
Yalvaç (2012)	Isparta’ya bağlı olan Yalvaç 2012 yılında sakin kent ünvanını almıştır. Neolitik döneme ait tarihi yerleri, geleneksel mutfak kültürü, halıcılık, dericilik gibi el sanatları ile yerel kimliğini koruyan önemli sakin kentlerdendir.
Perşembe (2012)	Karadenizin eşsiz doğasına sahip olan Perşembe, Ordu ilinde yer almaktadır. Yosunburnu yarımadası, Hoynat Adası ve tarihi yapıları ile Perşembe 2012 yılında sakin şehir olmuştur.
Şavşat (2015)	Artvin’e bağlı Şavşat Türkiye’nin 10. şehri olarak 2015 yılında sakin şehir ünvanını almıştır. Yaylaları, yaban hayat çeşitliliği, tarihi eserleri ve ahşap mimarisi önemli bir destinasyondur.
Halfeti (2015)	Birecik barajından dolayı önemli bir kısmı sular altında kalan “batık kent” olarak da adlandırılan Şanlıurfa’ya bağlı Halfeti 2015 yılında sakin şehir ünvanını almıştır. Birçok medeniyetten izler taşıyan Halfeti, tarihi yapısı, taş evleri ve doğal güzelliği ile Güneydoğunun önemli destinasyonlarındanındır.
Uzundere (2016)	Erzurum’a bağlı Uzundere tarihi dokusu ve Tortum Şelalesi ile 2016 yılında sakin şehir kabul edilmiştir.
Göynük (2017)	Bolu iline bağlı Göynük Osmanlı devletinden kalan tarihi yapıları, kültürel ve doğal güzellikleri ile Türkiye’nin sakin şehirlerindendir.
Gerze (2017)	Sinop’a bağlı olan Gerze, doğal tarım ürünleri ve çini atölyeleri, gemi atölyeleri, ahşap oyuncak gibi el sanatları ile 2017 yılında sakin şehir kabul edilen küçük bir balıkçı kasabasıdır.
Eğirdir (2017)	2017 yılında sakin şehir ünvanını alan Eğirdir (Isparta), dar sokakları, kalesi, balık lokantaları ve ahşap evleri birçok turisti ağırlamaktadır.
Mudurnu (2018)	Bolu’ya bağlı olan Mudurnu tarihi yapıları ile 2018 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
Ahlat (2019)	Ahlat, Van Göl’ünün kıyısında olması, tarihi yapıları ve doğal güzellikleri ile 2019 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
Köyceğiz (2019)	Sakin, huzurlu, doğal güzellikleri ile dikkat çeken Köyceğiz Muğla’nın bir beldesidir.

Tablo 2.2. (Devamı)

Güdül (2020)	Ankara'ya bağlı olan Güdül tarihi yapısı ve geleneksel dokusu ile 2020 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
İznik (2021)	Roma ve Osmanlı'ya ev sahipliği yapan İznik (Bursa), doğal tarımı, geleneksel yemekleri ve tarihi yapısı ile önemli sakin şehirlerdendir.
Arapgir (2021)	2021 yılında sakin şehir kabul edilen Arapgir Malatya'ya bağlı bir beldedir. Doğal tarımı ve hayvancılık faaliyetleri ile turistlerin ilgisini çekmektedir.
Foça (2021)	İzmir'e bağlı olan Foça İyon Medeniyetinden kalma izler ve doğal güzellikleri ile önemli sakin şehirlerdendir.
Kemaliye (2022)	Erzincan'a bağlı olan Kemaliye yeşil tabiatı ve tarihi ahşap evleri ile 2022 yılında sakin şehir ünvanını almıştır.
Finike (2023)	Tarihi yapısı ve doğal tarım ürünleri ile turistler için önemli rotalardan olan Finike Antalya'nın sakin şehir ünvanlı tek ilçesidir.
Safranbolu (2024)	Mimarisi ve tarihi dokusu ile yeşil ve mavinin bir arada olduğu Safranbolu (Karabük) Batı Karadeniz'in önemli turizm destinasyonlarındandır.
Daday (2024)	Kastamonu'n ilçesi olan Daday sakin şelaleleri, yemyeşil yayları ve doğaseverler için yürüyüş rotaları ile ziyaretçiler için önemli bir destinasyondur.
İbradi (2024)	24 Ekim 2024 yılında Roma'da düzenlenen Cittaslow Uluslararası Koordinasyon Komitesi Toplantısı'nda Antalya'ya bağlı İbradi Türkiye'nin 26. Sakin şehri oldu. İbradi, tarihi ve kültürel zenginliği, doğal mağaraları ve serin yaylaları ile turistler için önemli rotalardandır. Ayrıca doğal balı ve üzümleri ile misafirlerine eşsiz bir deneyim sağlamaktadır.

Kaynak: <https://www.coraltatil.com> adresinden yararlanılarak oluşturulmuştur.



Şekil.2. 1. Türkiye'nin cittaslow (sakin şehir) haritası (yazar tarafından oluşturulmuştur).

2.2.6. Destinasyon yönetiminde Slow Food hareketi literatür taraması

Bir destinasyonun gelişmesi için “yönetilmeye” ihtiyacı vardır. Yönetimsiz bir destinasyon ekonomik açıdan kısa dönemde karlılık gösterse de uzun vadede telafisi mümkün olmayan birçok çevresel ve toplumsal soruna neden olacaktır. Destinasyon yönetiminin; destinasyon ile ilgili kısa ve uzun vadeli sosyal, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğinden ödün vermeden, paydaşların faydasına yönelik stratejiler ve politikalar geliştirmek ve uygulamak gibi önemli görevleri vardır. Dünyada başarılı destinasyonlar incelendiğinde ülkenin ulusal turizm yönetimi dışında destinasyon düzeyinde de paydaşlar tarafından oluşturulan yönetimler bulunmaktadır (Saldamlı ve Karakan, 2021, s.18-19). Turizm, barındırdığı ulusal ve uluslararası özelliklerinden dolayı geniş kapsamlı bir planlama gerektirmektedir. Turizm faaliyetleri ister ülke çapında olsun, isterse daha dar bir destinasyonda olsun turizm ağının başarılı bir şekilde oluşturulması ilgili bakanlık, yerel yönetim, sivil toplum kuruluşu, üniversite, işletme, hizmet sektöründeki çalışan ve diğer paydaşlar birlikte hareket edilmesine bağlıdır. Nitekim bir destinasyonda sadece doğal ve tarihi çekiciliklerin bulunması turizm olarak adlandırılmamaktadır (Güçlütürk Baran ve Özoğul, 2018, s.39).

Atik ve Atik (2018), yaptıkları çalışmada Slow Food hareketinin bir gönüllüler hareketi olduğunu ancak başarıya ulaşılması için tüm kamu ve özel kurumlar tarafından desteklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Demirkol ve Taşkiran (2019), yaptıkları çalışmada etkin politikalar planlayabilen, ortak bir yönetim anlayışı ortaya koyan ve tanıtımını iyi yapabilen destinasyonların ekonomik, sosyal ve turistik anlamda ön plana çıktığını, gerekli planlama ve yatırımları yapamayan destinasyonlar ise geride kaldığını belirtirken, bir destinasyonun ön plana çıkması ve diğer destinasyonlardan farklılaşması için Sakin şehirler birliğine (Cittaslow) üyeliğin önemli bir etken olduğunu belirtmiştir.

Bukey (2021), bir destinasyonu tüm yönleri ile tanımanın en etkili yolunun gastronomi olduğunu belirtmiştir. Mercan ve Özkök (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada bir destinasyonda sürdürülebilir turizm faaliyetlerin uygulanması için yerel yönetim politikaların önemli olduğundan bahsedilmektedir. Türk (2023), tarafından yapılan çalışmada, destinasyonu ziyaret eden turistlerin destinasyon ile aidiyet bağını kurmaları ve tekrar ziyaret etme isteklerinde, destinasyonun bıraktığı imajın önemli olduğunu belirtirken, destinasyon imajını oluşturan en önemli parçanın ise destinasyonu oluşturan paydaşlar olduğunu belirtmiştir. UNWTO (2024), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü gastronomi rotaları oluşturulurken destinasyonların Slow Food ve sakın

şehir özellikleri olup olmadıklarını göz önünde bulundurdıklarını ancak bu özelliklere sahip destinasyonların zaman içinde kapasitelerinin çok üstünde misafir ağırladıklarına dikkat çekmiştir. Destinasyondaki paydaşların zaman zaman bu yoğunluk karşısında destinasyona özgü özellikleri göz ardı ettikleri bunun da zaman içinde olumsuz sonuçlar doğurabileceği ortaya koyulmuştur. Bu olumsuzlukları minimize etmek için destinasyondaki paydaşların belli bir plan içinde hareket etmesi gerektiğini belirten Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü destinasyon yönetiminin önemine dikkat çekmektedir.

Kocabaş (2020), yaptığı çalışmada Slow Food hareketinin destinasyonda turizmin gelişmesine katkı sağladığını ve iyi bir planlama ile yerel halka özellikle de kadınlara yerel ürünlerin üretimi ve pazarlanması konularında iş imkânı sağlayacağından bahsetmektedir.

Aliyeva ve Kurgun (2020), yaptıkları çalışmada destinasyonlar için Slow Food hareketinin ortaya koyduğu projelere dikkat çekerken bu projeler ile destinasyonların önemli bir kimliğe büründüğünü belirtmiştir. Ayrıca destinasyonların sahip olduğu yerel ürünlerin geleceğe taşınması ve bu ürünlerin pazarlanması sonucu yerel ekonomiye önemli katkılar sağlandığı belirtilmiştir.

Doğan vd. (2015) yaptıkları çalışmada bir destinasyonun güçlü ve zayıf unsurlarını ortaya koyarken bu unsurların korunmasında ve iyileştirilmesinde destinasyondaki paydaşların ortak hareket etmesinin önemini ortaya koymuşlardır. Turizm kaynaklarından maksimum faydanın sağlanması ve kaynak kullanımı sırasında oluşabilecek zararların belirlenerek önlemlerin alınması, ilgili paydaşların sürdürülebilirlik odaklı bir şekilde sürece aktif katılımını gerektirir. Turizm, ekonomik büyüme ve kalkınma için önemli bir sektördür. Sürdürülebilir turizm yönetimi, turizm kaynaklarının pazara etkin ve verimli bir şekilde sunulmasına dikkat çekerken, her bir paydaşın sosyal, ekonomik ve çevresel rollerine atıfta bulunur. Her bir paydaşın rolleri açısından turizmden talep ve beklentileri bulunurken, turizmin kaynak kullanımı sonucunda turizm lokasyonunda yansıyan izler açısından her bir paydaşı kontrol etmesi gerekir. Tüm bu sürecin stratejik olarak sürdürülebilirliğinin sağlanması, yönetim perspektifinde paydaş işbirliğinin önemini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Slow Food olgusu, taşıdığı taklidi imkansız değeriyle, destinasyon yönetiminde stratejik bir kaynak olarak konumlanmaktadır.

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın modeli, ilgili model kapsamında geliştirilen hipotezler, araştırmanın evren ve örnekleme, anket formu, veri analizi ve araştırmanın sınırlılıklarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

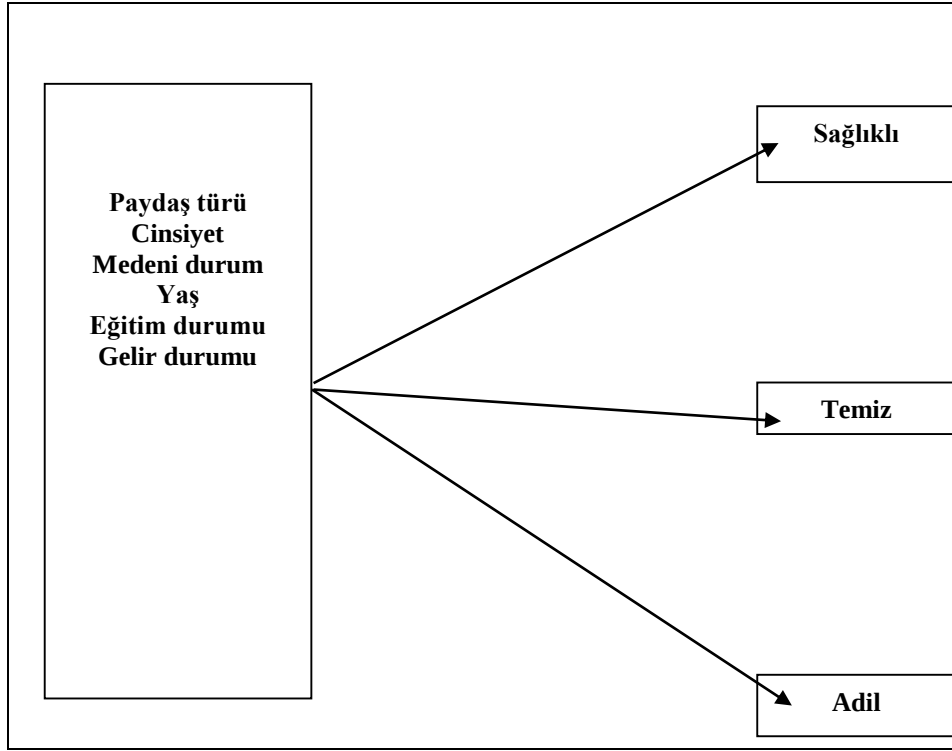
Literatür taraması sonucu, geliştirilen araştırma modeline hem konu hem de ilgili evren özelinde rastlanmamıştır. Slow Food farkındalığının Hasankeyf destinasyonunda yer alan turizm paydaşları odağında mevcut durumunun ortaya konması hem literatür hem de sektöre katkısı bakımından değer ifade edebilir. Byrd (2006) ev sahibi topluluktaki paydaşların sadece farkında olmaları değil, aynı zamanda turizmin varış noktası üzerindeki mevcut ve potansiyel etkisinden de sorumlu olmaları gerektiğini belirtmektedir. Dolayısıyla Slow Food hareketine dair sürecin turizm paydaşları perspektifinden nasıl görüldüğünün ve değerlendirildiğinin ortaya konması, bulguları itibarıyla önemli çıktılar yaratabilir. Sims (2009) yiyecek ve içeceklerin turizmde giderek daha önemli bir rol oynadığını ve turist pazarı için "otantik" yerel yiyeceklerin bulunabilirliğinin hem ziyaretçilere hem de ev sahibi topluluğa fayda sağlarken, bir varış noktasının çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliği üzerinde büyük bir etkiye sahip olabileceğini belirtmektedir. Slow Food hareketi, benzersiz bir bölgesel kimliği işaretlemek için yerel spesiyaliteleri desteklediğinden, bu dolaylı olarak kırsal varış noktalarını ziyaret edilecek moda yerlerine dönüştürmektedir (Gyimothy ve Mykletun, 2008; Jung, Ineson ve Miller, 2014). Bu kapsamda gastronomi temelli destinasyon yönetiminde Slow Food Hareketleri ele alındığında, yerel paydaşların Slow Food farkındalığının oluşturulması destinasyonlarının başarısına katkıda bulunabilir.

Bu çalışmanın temel amacı, Slow Food akımının paydaşlar açısından nasıl algılandığını tespit etmek, hangi düzeyde olduğunu belirlemek, paydaşların Slow Food algılamasındaki farklılıkları belirlemektir. Bunun yanında paydaşların demografik özelliklere göre Slow Food algılamalarına ilişkin farklılıklarının ortaya konulmasını diğer bir amacı oluşturmaktadır.

Bu bağlamda, araştırmanın temel sorusu: "**Slow Food farkındalığı paydaşlara göre farklılaşmakta mıdır?**" olarak belirlenmiştir.

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Mevcut çalışma kapsamında turizm paydaşlarının sosyo-demografik özelliklerinin Slow Food farkındalık ölçeğinin “Sağlıklı”, “temiz”, “adil” alt boyutları üzerine etkileri analiz edilecektir. Şekil 3.1.’de araştırma modeli gösterilmektedir.



Şekil 3. 1. Araştırmanın modeli

H₁: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, paydaş türüne göre farklılaşmaktadır.

H₂: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H₃: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumuna göre farklılaşmaktadır.

H₄: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, yaş durumuna göre farklılaşmaktadır.

H₅: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.

H₆: Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, gelir durumuna göre farklılaşmaktadır.

3.3.Araştırma Evreni ve Örneklemi

Gerçekleştirilen bir araştırma kapsamında, ilgili bütün verilerin bulunduğu topluluğa ana kütle (evren) denir. Ana kütle, örneklemin seçildiği ve araştırma sonucu tespit edilenlerin genelleştirileceği yapıyı oluşturmaktadır. Üzerinde çalışılan belirli bir ana kütle temsil edebilecek yeterliliğe sahip ve bu ana kütlede belirli kriterlere göre alınmış, ana kütlede herhangi bir alt grubu örneklem olarak tanımlanmaktadır. Ana kütlede tamamının incelenmesi maliyet, zaman, iş gücü, kontrol edememe, imkânsızlık vb. sebeplerden dolayı mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla örneklem üzerinde çalışmak, araştırmacılara ciddi fayda sağlayacaktır. Araştırmada amaç çok veri toplamak değil “sağlam” (geçerli ve güvenilir) veriler toplamaktır (Karagöz, 2021; Karasar, 2013). Bu çalışmanın evrenini, Hasankeyf destinasyonunda yer alan turizm paydaşları oluşturmaktadır. İlgili paydaşların tespitinde yaşanan zorluklardan dolayı, ana kütlede tam sayısı belirlenememiştir. Bu sebeple araştırmada örnekleme başvurulmuş olup olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kasti (yargısal, kararsal, güdümlü) örnekleme kullanılmıştır. Dolayısıyla cevaplayıcılar rastgele seçilmeyip, araştırılan konu ile ilgili sorulara cevap alınabilecek kişilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Veri sayısının tespit edilmesinde yani örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde ortalamaya dayalı nicel değişkenlerden sonlu küme kategorisinde Nüfusun (N) bilindiği, ana kütlede standart sapmasının (σ) bilinmediği formül kullanılmıştır. Nüfusu 8000 olan Hasankeyf destinasyonundan örneklem alınacaktır. Bu araştırma için gerekli olan standart sapma ve yanılma payı değerleri önceki çalışmalardan elde edilemediğinden pilot uygulama yapılarak standart sapma 2 ve yanılma payı 0,8 olarak bulunmuştur. Yapılan çalışmada 0,05 anlamlılık düzeyinde örneklem hacmi 366 bulunmuştur. Ana kütledeki veri sayısı N ve örneklem sayısı da n olmak üzere Sekaran tarafından geliştirilmiş örneklem tablosuna göre de nüfusu 8000 olan ana kütlede en az 367 örneklem alınması önerilmektedir (Sekaran, 1992, s. 253; Altunışık vd. 2005, s.127). Bu çalışmada 385 veri değerlendirmeye alınmıştır.

3.4. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde; beşli likert ölçeğinde hazırlanan Slow Food farkındalık ölçeğine ilişkin olarak sağlıklı, adil ve temiz boyutlarına ait ifadeler yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerine yönelik hazırlanan sorular bulunmaktadır.

Ankette Slow Food hareketine yönelik bölge paydaşlarının farkındalıklarını analiz etmek için Ozgen, Nabiyeva ve Pektaş (2019) tarafından geliştirilen Slow Food Farkındalık ölçeği kullanılmıştır. Ölçek sağlıklı (10), temiz (7) ve adil (4) boyut olmak üzere 21 ifadeden oluşmaktadır.

Ön test (Pilot çalışma) genel olarak araştırmanın başarısı için çok önemlidir. Ön testin temel hedefleri anketin güvenilirliğini, geçerliliğini ve uygulanabilirliğini artırmaktır (Cohen, Manion ve Morrison, 2013). Ön test, geçerliliğin sağlandığından emin olmak amacıyla gerçekleştirilir. Gerçek çalışmayı yürütmeden önce bir araştırma aracının ön test versiyonu olarak tanımlanır (Van Teijlingen ve Hundley, 2001; Majid vd., 2017).

Birçok yazar, ön testin yürütülmesinin önemini vurgulamıştır, çünkü ön test sorunları ve araçta ayarlamalar gerektirebilecek alanları belirleyerek olası kusurları erken aşamada tespit etmeye yardımcı olur (Dikko, 2016; Teijlingen ve Hundley, 2001; Watson, Atkinson ve Rose, 2007). Araştırma kapsamında ölçme aracının yapı geçerliği ve güvenirlik katsayısı değerlerini belirlemek için ön test uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan pilot çalışma sonucunda ortaya çıkan Cronbach Alpha değeri 0.925'tir. Çıkan sonuca göre anketin güvenilir olduğu ortaya konmuştur. Son olarak uzman görüşleri rehberliğinde, anket ifadelerinin anlaşılabilirliği ve anketi doldurmanın kolaylık veya zorluk seviyesi değerlendirilerek anket formuna nihai şekli verilmiştir. Anket soruları 5'li Likert ölçeği ile (Kesinlikle Katılmıyorum-Kesinlikle Katılıyorum) cevaplandırılacak şekilde hazırlanmıştır. Araştırma ile ilgili yapılan anket çalışması 01.06.2024-30.08.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3.5. Veri Analizi

Araştırmada saha çalışması sonucu elde edilen 385 verinin analizinde SPSS 23 ve SPSS AMOS 23 istatistik programlarından yararlanılmıştır. Verilerin

değerlendirilmesinde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir. Veriler öncelikle tanımlayıcı istatistikler çerçevesinde incelenmiştir. Paydaş profiline ilişkin demografik özelliklere yönelik bulgular frekans analizi sonucu belirlenmiştir. Slow Food farkındalık ölçeğinin boyutlarının değerlendirilmesinde yüzde dağılımı, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma değerleri kullanılmıştır.

Çalışmanın güvenilirliğini ortaya koymak amacıyla ölçeklerin içsel tutarlılığını tespit etmek için Cronbach Alfa (α) istatistiği kullanılmıştır. Araştırmanın modelini ve hipotezlerini test etmeden önce, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılarak, çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliği ortaya konmuştur. Demografik özellikler ile Slow Food farkındalık boyutları arasında farklılık olup olmadığını öğrenmek için iki gruptan oluşan değişkenler için bağımsız örneklem t-testi ve üç veya daha fazla gruptan oluşan veriler için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır

Bu çalışmada veri setinin normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığını değerlendirmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri (Skewness ve Kurtosis) hesaplanmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1.5 ile -1.5 arasında olduğu, bunda normal değer aralığı olmasından dolayı tüm verilerin normal bir dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Decarlo, 1997).

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanıldığından, ulaşılan sonuçlar ankette bulunan ifadeler ile sınırlı olup araştırmaya katılanların ankette yer alan ifadelere düşüncelerini doğru bir şekilde yansıttığı kabul edilmektedir. Araştırma, belirli bir bölgede ve belirli bir paydaş grup bireyiyle sınırlıdır. Bu durumda, elde edilen sonuçların genelleme yapma potansiyeli sınırlı olabilmektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, Slow Food Farkındalık ölçeğine yönelik yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara değinilmektedir. Bu çerçevede, öncelikle, tanımlayıcı istatistik verilerine yönelik analizlere, sonrasında ise çalışmanın amacı kapsamında belirlenen hipotezlere yönelik sonuçlara yer verilmektedir.

4.1. Tanımlayıcı Bulgular

Çalışmanın tanımlayıcı bulgular bölümünde, elde edilen veriler kapsamında katılımcıların demografik özellikleri açısından; yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, meslek ve aylık ortalama gelir durumu değişkenlerine yönelik elde edilen bulgular değerlendirilmektedir.

4.1.1. Demografik bulgular

Araştırmaya katılan 385 kişinin yaş değişkenine göre dağılımı Tablo 4.1. de gösterilmektedir.

Tablo 4. 1. Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımı

YAŞ	N	%
18-29 yaş aralığı	85	22,1
30-39 yaş aralığı	157	40,80
40-49 yaş aralığı	112	29,1
50 yaş ve üstü	31	8,1
TOPLAM	385	100

Tablo 4.1’de belirtilen bilgilere göre; araştırmaya katılanların %22,1’i 18-29 yaş aralığında, %40,80’i 30-39 yaş aralığında, %29,1’i 40-49 yaş aralığında, %31’i 50 yaş ve üstü olan kişilerden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan kişilerin cinsiyet değişkenine göre dağılımı Tablo 4.2’de sunulmaktadır.

Tablo 4. 2. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımı

CİNSİYET	N	%
Kadın	121	31,4
Erkek	264	68,6
TOPLAM	385	100

Tablo 4.2’de bulunan bilgilere göre; araştırmaya katılanların %31,4’ü kadın, %68,6’ı ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan kişilerin medeni durum değişkenine göre dağılımı Tablo 4.3’te sunulmaktadır.

Tablo 4. 3. Katılımcıların medeni durum değişkenine göre dağılımı

MEDENİ DURUM	N	%
Evli	267	69,4
Bekâr	118	30,6
TOPLAM	385	100

Tablo 4.3’te bulunan bilgiler incelendiğinde; araştırmaya katılanların %69,4’ünün evli, %30,6’sının ise bekar olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların öğrenim durumu değişkenine göre dağılımı Tablo 4.4’te yer gösterilmektedir.

Tablo 4. 4. Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre dağılımı

ÖĞRENİM DURUMU	N	%
İlköğretim	65	16,9
Ortaöğretim	112	29,1
Önlisans	92	23,9
Lisans	116	30,1
TOPLAM	385	100

Tablo 4.4’teki bilgiler incelendiğinde; katılımcıların %16,9’unun ilköğretim, %29,1’inin ortaöğretim, %23,9’unun ön lisans, %30,1’inin lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya Katılanların aylık ortalama gelir dağılımı Tablo 4.5’ te sunulmuştur.

Tablo 4. 5. Katılımcıların aylık ortalama gelir değişkenine göre dağılımı

AYLIK ORTALAMA GELİR DURUMU	N	%
20.000 ve altı	39	10,1
20.001- 35.000	113	29,4
35.001- 50.000	143	37,1
50.000 TL üstü	90	23,4
TOPLAM	385	100

Tablo 4.5 incelendiğinde; katılımcıların %10,1’inin 20.000 TL ve altı, %29,4’ünün 20.001 TL- 35.000TL arası, %37,1’inin 35.001-50.000 TL arası, %23,4’ünün 50.000 TL üstü gelir durumuna sahip olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan paydaşlara ait dağılım Tablo 4.6’ da sunulmuştur.

Tablo 4. 6. Katılımcıların paydaş değişkenine göre dağılımı

PAYDAŞLAR	N	%
Yerel Halk	107	27,79
Kamu Sektörü	81	21,03
Turizm İşletmeleri	96	24,93
Yerel Yönetimler	101	26,23
TOPLAM	385	100

Tablo 4.6 incelendiğinde paydaş değişkenine göre araştırmaya katılanların %27,8’i “Yerel Halk”, %21,’i “Kamu Sektörü” , %19,1’i “Yerel Yönetimler”, %24,9’u “Turizm İşletmeleri”, %26,2’si ise “Yerel Yönetimler” şeklinde sıralanmaktadır.

4.1.2. Slow Food farkındalığına ilişkin bulgular

Tablo 4.7’de araştırma çerçevesinde, Slow Food Farkındalık Ölçeği, sağlıklı, temiz ve adil boyutlarına ilişkin değerlendirmeleri içeren istatistiksel veriler yer almaktadır.

Tablo 4.7’de 1-5 arası verilen rakamlar;

1: Kesinlikle Katılmıyorum

2: Katılmıyorum

3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum

4: Katılıyorum

5: Kesinlikle Katılıyorum ’u ifade etmektedir.

Tablo 4.7’de görüldüğü gibi, “Sağlıklı” boyutu altında yer alan ifadelerden “Sağlıklı ilkesi duyu organlarına hitap eden beslenmeyi savunur” ifadesine araştırmaya katılanların %46,2’si “Kesinlikle Katılıyorum”, %26,5’ i, “Katılıyorum” şeklinde cevap vererek olumlu algı belirtirken %8,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum”, %8,1’i “Katılmıyorum” şeklinde olumsuz cevap vermiştir ($\bar{x}=3,94$). Bu kapsamda elde edilen verilere göre paydaşların “Sağlıklı” ilkesinin duyu organlarına hitap eden beslenmeyi savunduğuna dair algıya sahip olduklarından bahsedilebilir.

“Sağlıklı ilkesi, kendine özgü tadı, kokusu, rengi, şekli ve dokusu olan beslenmeyi sunar” ifadesine araştırmaya katılanların %44,2’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %27,’ü ise “Katılıyorum” şeklinde cevap verirken %9,6’ı “Kesinlikle Katılmıyorum” ,%4,4’ü “Katılmıyorum” şeklinde görüşte bulunmuştur ($\bar{x}=3,91$). Söz konusu sonuçlar,

paydaşların sağlıklı beslenme konusunda, gıdaların kendine özgü tadı, kokusu, rengi, şekli ve dokusu oldukları algısını desteklemektedir.

“Sağlıklı ilkesi yerel geleneksel tadı korur” ifadesine katılımcıların %44,2’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %28,3’ü “Katılıyorum” şeklinde yanıt vererek olumlu görüşte bulunmuştur. Katılımcılardan sadece %10,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum”, %6,2’i “Katılmıyorum” ifadelerinde görüş bildirmiştir ($\bar{x}=3,91$). Buna göre sağlıklı ilkesinin yerel geleneksel tad ile ilişkili olduğundan bahsedilebilir.

“Sağlıklı ilkesi insanlar için yemek kalitesinin artırılmasını savunur” ifadesine, katılımcıların %47,3’ü “Kesinlikle Katılıyorum”, %25,2’i “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüşte bulunurken %9,9’luk kesim “Kesinlikle Katılmıyorum”, %5,2’i “Katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir ($\bar{x}=3,94$). Buna göre paydaşların sağlık ile yemek kalitesi arasında pozitif ilişki kurduklarından bahsedilebilir.

“Sağlıklı ilkesi fast food yerine geleneksel yemeklere yönelir” ifadesine %49,6 katılımcı “Kesinlikle Katılıyorum” %22,1’i “Katılmıyorum” şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,4’ü “Kesinlikle Katılmıyorum”, %7,8’i “Katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir ($\bar{x}=3,94$). Buna göre paydaşların sağlık ilkesi ile geleneksel yemekleri pozitif yönlü ilişkilendirdiğinden bahsedilebilir.

“Sağlıklı ilkesi düşük ısıda yemek pişirmek anlamına gelmez” ifadesine ilişkin paydaşların %48,8’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %22,1’i “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,9’u “Kesinlikle katılmıyorum” ve %6,5’i “Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=3,96$). Bu durum, paydaşların sağlıklı ilkesi ile düşük ısıda yemek pişirmek arasında ilişki kurmadıklarını göstermektedir.

“Sağlıklı ilkesi sadece o bölgedeki yerel gıdaların tüketimini savunur” ifadesine ilişkin olarak araştırmaya katılanların %51,7’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %20,5’i “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %6,5’i “Katılmıyorum” şeklinde bildirimde bulunmuştur ($\bar{x}=3,99$). Bu sonuca göre yerel gıdaların tüketiminin sağlık ile ilişkili olduğundan bahsedilebilir.

“Sağlıklı ilkesi beslenme kültürünün gelecek nesillere aktarılması için çalışır” ifadesine katılımcıların %55,1’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %18,7’i “Katılıyorum” , %9,9’u “Kesinlikle Katılmıyorum”, %5,5’i ise “Katılmıyorum” şeklinde cevap vermiştir ($\bar{x}=4,03$). Buna göre beslenme kültürünün gelecek nesillere aktarılması ile sağlık arasında pozitif ilişki söz konusudur.

“Sağlıklı ilkesi sağlığa faydalıdır” ifadesine katılımcıların %53’ü “Kesinlikle Katılıyorum”, %18,7’i “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüş belirtirken, katılımcıların

%10,1'i "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %5,5'i "Katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=3,96$). Bu sonuç sağlıklı ilkesinin sağlığa faydalı olanı gün yüzüne çıkarttığı şeklinde yorumlanabilir.

"Sağlıklı ilkesi kültür turizmine hitap eder" ifadesine katılımcıların %50,1'i "Kesinlikle Katılıyorum", %19,2'si "Katılıyorum" şeklinde olumlu görüş belirtirken %9,4'ü "Kesinlikle Katılmıyorum", %6,5'i ise "Katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=3,94$). Buna göre Sağlıklı ilkesinin kültür turizmine hitap ettiğinden bahsedilebilir.

"Temiz" ilkesi boyutuna ait "Temiz ilkesi doğayı ve çevreyi korumayı amaçlar" ifadesine katılımcıların %45,5'i "Kesinlikle Katılıyorum", %26,5'i "Katılıyorum" şeklinde olumlu görüşte bulunurken %10,9'u "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %8,8'i "Katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=3,86$). Buna göre paydaşların temiz ilkesinde doğayı ve çevreyi korumayı algıladıklarından bahsedilebilir.

"Temiz ilkesi, insan sağlığı için faydalı beslenmeyi teşvik eder" ifadesinde katılımcıların %47,3'ü "Kesinlikle Katılıyorum", %21,8'i "Katılıyorum" şeklinde olumlu yanıt verirken, %11,9'u "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %7'si "Katılmıyorum" şeklinde bildirimde bulunmuştur ($\bar{x}=3,85$). Buna göre ilgili örneklem kapsamında temiz ilkesinin, insan sağlığı için faydalı beslenmeyi düşündürdüğünden bahsedilebilir.

"Temiz ilkesi her türlü meyve ve sebze yi korumayı amaçlamaktadır" ifadesine katılımcıların %56,6'sı "Kesinlikle Katılıyorum", %19'u "Katılıyorum" şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,1'i "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %6'sı ise "Katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=4,08$). Bu sonuca göre paydaşların temiz ilkesinin her türlü meyve ve sebze yi korumayı kapsadığına dair algıya sahip olduklarından bahsedilebilir.

"Temiz ilkesi organik olarak üretilen besinleri kapsar" ifadesini katılımcıların %55,6'ı "Kesinlikle Katılıyorum", %17,1'i "Katılıyorum" şeklinde olumlu görüş beyan ederken %9,4'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %8,3'ü ise "Katılmıyorum" şeklinde yanıtlamıştır ($\bar{x}=4,01$). Buna göre temiz ilkesinin organik olarak üretilen besinleri kapsadığından bahsedilebilir.

"Temiz ilkesine uygunluk daha sağlıklı hissetmemi sağlıyor" ifadesine katılımcıların %53,8'i "Kesinlikle Katılıyorum", %21,8'i "Katılıyorum", şeklinde olumlu görüş belirtirken, %9,4'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" ve %4,9'u "Katılmıyorum" şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}=4,05$). Buna göre paydaşların daha sağlıklı hissetmelerinde temiz ilkesinin öneminden bahsedilebilir.

"Temiz ilkesi, ürünlerin geri dönüştürülmesi ve alternatif kullanım alanlarının bulunması gerektiğini vurgulamaktadır" ifadesine katılımcıların %51,2'si "Kesinlikle

Katılıyorum” %24,7’i “Katılıyorum”, şeklinde olumlu görüş belirtirken, %10,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %7’si “Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}$ =3,99). Buna göre ürünlerin geri dönüştürülmesi ve alternatif kullanım alanlarının bulunması gerekliliği ile temiz ilkesi arasında pozitif ilişkinin varlığından bahsedilebilir.

“Temiz ilkesi açısından fast foodun aksine Slow Food (yavaş yemek) ürünlerdeki şüpheyi kaldırır” ifadesine katılımcıların %51,7’si “Kesinlikle Katılıyorum”, %24,2’si “Katılıyorum”, şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %7,0’ı “Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}$ =4,02). İlgili sonuca göre temiz ilkesi açısından Slow Foodun (yavaş yemek) ürünlerdeki şüpheyi kaldırdığı söylenebilir.

“Adil” boyutu altında yer alan “Adil ilkesi gıda üreticileri ile tüketiciler arasındaki zincirin kısa olması gerektiğini savunur” ifadesine katılımcıların %37,4’ü “Kesinlikle Katılıyorum”, %29,1’i “Katılıyorum” şeklinde görüş bildirirken, %11,7’si ise “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %8,8’i “Katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir. ($\bar{x}$ =3,71). Bu durum paydaşların, gıda üreticileri ile tüketiciler arasındaki zincirin kısa olması gerekliliği ile adillik ilişkisi arasında pozitif algıya sahip olmaları şeklinde yorumlanabilir.

“Adil ilkesi adil koşullara sahip her gıda sektörü için mücadele eder” ifadesine katılımcıların %33,8’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %31,2’si “Katılıyorum”, şeklinde olumlu görüş bildirirken, %8,8’i “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %12,7’si “Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir ($\bar{x}$ =3,68). Buna göre paydaşlar adil koşullara sahip her gıda sektörü için adil ilkesinin değer yaratacağı inancına sahiptir.

“Adil ilkesi gıda üreticileri üzerindeki baskı ve sömürüyü durdurmayı amaçlıyor” ifadesine ilişkin katılımcıların %39,2’si “Kesinlikle Katılıyorum”, %30,6’sı “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,1’i “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %10,9’u “Katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir ($\bar{x}$ =3,80). Buna göre paydaşlar kapsamında, adil ilkesi ile gıda üreticileri üzerindeki baskı ve sömürüyü durdurma çabaları arasında algılanan pozitif ilişkiden bahsedilebilir.

“Adil ilkesi üreticilere en iyi çalışma koşullarının sağlanmasından yanadır” ifadesinde ise katılımcıların %39,5’i “Kesinlikle Katılıyorum”, %24,2’si “Katılıyorum” şeklinde olumlu görüş bildirirken, %9,6’sı “Kesinlikle Katılmıyorum” ve %12,5’i “Katılmıyorum” şeklinde görüş bildirmiştir ($\bar{x}$ =3,71). Bu durum ilgili örneklem kapsamında üreticilere en iyi çalışma koşullarının sağlanmasında adil ilkesinin önemine atıf yapmaktadır.

Tablo 4. 7. Slow food farkındalık ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

BOYUT/İFADE	1		2		3		4		5		Topla m			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	$\bar{x}$	S.S.
SAĞLIKLI														
Sağlıklı ilkesi duyu organlarına hitap eden beslenmeyi savunur.	31	8,1	31	8,1	43	11,2	102	26,5	178	46,2	385	100	3,94	1,273
Sağlıklı ilkesi, kendine özgü tadı, kokusu, rengi, şekli ve dokusu olan beslenmeyi sunar	37	9,6	17	4,4	56	14,5	105	27,3	170	44,2	385	100	3,91	1,275
Sağlıklı ilkesi yerel geleneksel tadı korur.	39	10,1	24	6,2	41	10,6	109	28,3	172	44,2	385	100	3,91	1,308
Sağlıklı ilkesi insanlar için yemek kalitesinin artırılmasını savunur.	38	9,9	20	5,2	48	12,5	97	25,2	182	47,3	385	100	3,94	1,302
Sağlıklı ilkesi fast food yerine geleneksel yemeklere yönelir.	36	9,4	30	7,8	43	11,2	85	22,1	191	49,6	385	100	3,94	1,327
Sağlıklı ilkesi düşük ısıda yemek pişirmek anlamına gelmez.	38	9,9	25	6,5	39	10,1	95	24,7	188	48,8	385	100	3,96	1,319
Sağlıklı ilkesi sadece o bölgedeki yerel gıdaların tüketimini savunur.	35	9,1	25	6,5	47	12,2	79	20,5	199	51,7	385	100	3,99	1,311
Sağlıklı ilkesi beslenme kültürünün gelecek nesillere aktarılması için çalışır.	38	9,9	21	5,5	42	10,9	72	18,7	212	55,1	385	100	4,03	1,330
Sağlıklı ilkesi sağlığa faydalıdır.	39	10,1	31	8,1	39	10,1	72	18,7	204	53,0	385	100	3,96	1,366
Sağlıklı ilkesi kültür turizmine hitap eder.	36	9,4	25	6,5	57	14,8	74	19,2	193	50,1	385	100	3,94	1,331
TEMİZ														
Temiz ilkesi doğayı ve çevreyi korumayı amaçlar.	42	10,9	34	8,8	32	8,3	102	26,5	175	45,5	385	100	3,86	1,363
Temiz ilkesi, insan sağlığı için faydalı beslenmeyi teşvik eder.	46	11,9	27	7,0	46	11,9	84	21,8	182	47,3	385	100	3,85	1,389
Temiz ilkesi her türlü meyve ve sebzeyi korumayı amaçlamaktadır.	35	9,1	23	6,0	36	9,4	73	19,0	218	56,6	385	100	4,08	1,309
Temiz ilkesi organik olarak üretilen besinleri kapsar.	36	9,4	32	8,3	37	9,6	66	17,1	214	55,6	385	100	4,01	1,352
Temiz ilkesine uygunluk daha sağlıklı hissetmemi sağlıyor	36	9,4	19	4,9	39	10,1	84	21,8	207	53,8	385	100	4,05	1,295

Tablo 4.7. (Devamı)

Temiz ilkesi, ürünlerin geri dönüştürülmesi ve alternatif kullanım alanlarının bulunması gerektiğini vurgulamaktadır	39	10,1	27	7,0	27	7,0	95	24,7	197	51,2	385	100	3,99	1,333
Temiz ilkesi açısından fast foodun aksine Slow Food (yavaş yemek) ürünlerdeki şüpheyi kaldırır	35	9,1	27	7,0	31	8,1	93	24,2	199	51,7	385	100	4,02	1,303
ADİL														
Adil ilkesi gıda üreticileri ile tüketiciler arasındaki zincirin kısa olması gerektiğini savunur.	45	11,7	34	8,8	50	13,0	112	29,1	144	37,4	385	100	3,71	1,354
Adil ilkesi adil koşullara sahip her gıda sektörü için mücadele eder.	34	8,8	49	12,7	52	13,5	120	31,2	130	33,8	385	100	3,68	1,296
Adil ilkesi gıda üreticileri üzerindeki baskı ve sömürüyü durdurmaya amaçlıyor.	35	9,1	42	10,9	39	10,1	118	30,6	151	39,2	385	100	3,80	1,308
Adil ilkesi üreticilere en iyi çalışma koşullarının sağlanmasından yanadır.	37	9,6	48	12,5	55	14,3	93	24,2	152	39,5	385	100	3,71	1,350

4.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Araştırmanın bu bölümünde geçerlilik analizi için ise keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinden yararlanılmış, güvenilirlik analizi sonuçlarını ortaya çıkarmak için ise Cronbach Alpha istatistiği incelenmiştir.

4.2.1. Güvenilirlik

Bir bilimsel çalışmada, ölçüm aracının ölçülmek istenen şeyi doğru ölçtüğünün belirlenebilmesi için güvenilirlik olgusunun bilinmesi ve uygulanması önemlidir. Bir test veya ölçek, ölçtüğü şeyi tutarlı ve istikrarlı ölçüyorsa, yani bir test veya ölçek benzer şartlarda tekrar uygulandığında benzer sonuçlar elde ediliyorsa, bu test veya ölçek güvenilir olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda ölçek ne kadar güvenilirse, o ölçekten elde edilen verilerin de o kadar güvenli olduğu belirtilmektedir. Cronbach's Alpha, iç tutarlılık güvenilirlik kestirimlerinde yaygın kullanılan yöntemlerdendir.

(Karagöz, 2021). Araştırmada kullanılan; Slow Food Farkındalık Ölçeğinin, Sağlıklı, Temiz ve Adil alt boyutlarının güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Tablo 4.8 incelendiğinde, araştırmada anket tekniği olarak kullanılan 5 maddeli likert Slow Food Farkındalık ölçeğinin genel güvenilirliği, güvenilirlik analizi ile test edilmiştir. Buna göre 3 boyuttan oluşan Slow Food Farkındalık ölçeğindeki ifadelerin genel güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,978 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre Slow Food Farkındalık ölçeğinin yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 8. Slow food farkındalık ölçeğinin güvenilirlik değerleri

Ölçek / Faktör	Güvenilirlik Değerleri (Cronbach's Alpha)
Sağlıklı	0,977
Temiz	0,952
Adil	0,974
Slow Food Farkındalık Ölçeği Toplam	0,978

4.2.2. Geçerlilik

Açıklayıcı Faktör Analizi

Varimax dönüşümlü temel bileşenler analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizinde, Kaiser-Meyer-Olsen (KMO) testi sonucu ilgili değer 0.967 olarak tespit edilmiş ve barlett küresellik testinin anlamlı çıkması (11411,236, serbestlik derecesi=210, $p=0.000$) verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002).

Faktör analizinde araştırmada kullanılan Slow Food farkındalık ölçeğine ilişkin 3 boyuttan oluşan ölçek 10 ifadeli “Sağlıklı” boyutu, 7 ifadeli “Temiz” boyutu ve 4 ifadeli “Adil” boyutu olmak üzere orijinal ölçekte ifade edilen yapı ile tutarlılık göstermiş ve bu çalışmada da 3 faktör 21 ifade olarak temsil edilmiştir (Tablo 4.9).

Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, üç faktörün toplam varyansın %85.161’ini açıkladığı ortaya konmuştur. Bununla birlikte 21 maddelik ölçeğin güvenilirliği de ölçülmüş ve ölçeğin tamamına ilişkin cronbach alpha katsayısı 0.978 olarak bulunmuştur.

Tablo 4. 9. Açıklayıcı faktör analizi

		1	2	3	Öz Değer	Açıklanan Varyans
Sağlıklı	Sağlıklı ilkesi duyu organlarına hitap eden beslenmeyi savunur.	.780			7.898	%37.610
	Sağlıklı ilkesi, kendine özgü tadı, kokusu, rengi, şekli ve dokusu olan beslenmeyi sunar	.805				
	Sağlıklı ilkesi yerel geleneksel tadı korur.	.837				
	Sağlıklı ilkesi insanlar için yemek kalitesinin artırılmasını savunur.	.807				
	Sağlıklı ilkesi fast food yerine geleneksel yemeklere yönelir.	.814				
	Sağlıklı ilkesi düşük ısıda yemek pişirmek anlamına gelmez.	.834				
	Sağlıklı ilkesi sadece o bölgedeki yerel gıdaların tüketimini savunur.	.831				
	Sağlıklı ilkesi beslenme kültürünün gelecek nesillere aktarılması için çalışır.	.836				
	Sağlıklı ilkesi sağlığa faydalıdır.	.808				
	Sağlıklı ilkesi kültür turizmine hitap eder.	.761				
Temiz	Temiz İlkesi Doğayı ve Çevreyi Korumayı Amaçlar.		.824		6.089	%28.994
	Temiz ilkesi, insan sağlığı için faydalı beslenmeyi tüketmeyi teşvik eder.		.828			
	Temiz ilkesi her türlü meyve ve sebzeyi korumayı amaçlamaktadır.		.797			
	Temiz ilkesi organik olarak üretilen besinleri kapsar.		.839			
	Temiz ilkesine uygunluk daha sağlıklı hissetmemi sağlıyor		.820			
	Temiz İlkesi, Ürünlerin Geri Dönüştürülmesi ve Alternatif Kullanım Alanlarının Bulunması Gerektiğini Vurgulamaktadır		.812			
	Temiz ilkesi açısından Slow Food (yavaş yemek) fast foodun aksine ürünlerdeki şüpheyi kaldırır.		.795			
Adil	Adil ilkesi gıda üreticileri ile tüketiciler arasındaki zincirin kısa olması gerektiğini savunur.			.813	3.897	%18.557
	Adil ilkesi adil koşullara sahip her gıda sektörü için mücadele eder.			.830		
	Adil ilkesi gıda üreticileri üzerindeki baskı ve sömürüyü durdurmayı amaçlıyor.			.827		
	Adil ilkesi üreticilere en iyi çalışma koşullarının sağlanmasından yanadır.			.818		
Toplam						%85.161
Kaiser- Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği						.967
Bartlett’s Küresellik Testi					Ki Kare	11411.236
					P değeri	.000

Tüm 21 madde ortalama, standart sapma ve çarpıklık ve basıklık açısından analiz edildi. Veri seti için, SPSS'de Çarpıklık ve Basıklık değerleri değerlendirilerek normallik testi yapıldı. Çarpıklık (-1,290 - ,728) ve basıklık (-,756 - ,445) sonuçları, değerlerin kabul edilebilir aralıkta olduğunu göstermektedir (DeCarlo, 1997; Kline, 2005). Ayrıca, maddelerin ortalamaları 3,68 ile 4,08 arasında ve standart sapmaları 1,38 ila 1,27 arasında değişmektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda modele ilişkin elde edilen uyum iyiliği indeksleri Tablo 4.10'da görülmektedir. Tespit edilen sonuçlara göre tüm uyum iyiliği indeksleri kabul sınırları içerisindedir ve modelin kabul edilebilirliğini desteklemektedir (Klein, 1998).

Tablo 4. 10. Ölçüm modeli uyum iyiliği değerleri

Uyum istatistiği	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Araştırma Değeri
χ^2/df	≤ 3	2,204
GFI	0,89-0,85	0,88
AGFI	0,89-0,85	0,85
CFI	$\geq 0,95$	0,96
TLI	$\geq 0,90$	0,96
NFI	$\geq 0,90$	0,93
RMSEA	$\leq 0,08$	0,063

Kaynak: Kline, 1998

Tablo 4.11'de ölçüm modelinin yakınsak geçerliliğine ilişkin analiz bulgularına yer verilmiştir. Ölçüm aracındaki faktör yüklerinin 0,50'den yüksek ve ortalama açıklanan varyansın (AVE) 0,68 ile 0,76 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu değerler kabul edilen 0,50 değerinin üzerindedir (Fornell ve Larcker, 1981). Aynı zamanda birleşik güvenilirlik değerinin (CR) 0,7'den büyük olması gerekmektedir (Nunnally, 1978). Buna göre modelin birleşik güvenilirlik değerleri (CR) 0,92 ile 0,95 arasındadır. Elde edilen bu sonuçlarla birlikte ölçeğin yakınsak geçerlilik koşullarını sağladığı söylenebilir.

Tablo 4. 11. Standardize edilmiş faktör yükleri CR ve AVE değerleri (yakınsak geçerlilik)

Faktör	AVE	CR	Madde	Faktör Yüğü
Sağlıklı	0,680	0,955	Sağlıklı1	0,731
			Sağlıklı2	0,813
			Sağlıklı3	0,839
			Sağlıklı4	0,843
			Sağlıklı5	0,838
			Sağlıklı6	0,866
			Sağlıklı7	0,913
			Sağlıklı8	0,887
			Sağlıklı9	0,775
			Sağlıklı10	0,725
Temiz	0,735	0,950	Temiz1	0,767
			Temiz2	0,771
			Temiz3	0,866
			Temiz4	0,868
			Temiz5	0,927
			Temiz6	0,909
			Temiz7	0,88
Adil	0,763	0,928	Adil1	0,852
			Adil2	0,868
			Adil3	0,915
			Adil4	0,859

Tablo 4.12’de ayrışma geçerliliğı (discriminant) analizi ile araştırma modelini oluşturan her bir boyut ayrı ayrı analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, her bir boyutun açıkladığı varyansın karekök değerinin boyutlar arası korelasyon değerlerinden büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, slowfood farkındalığını ölçmede kullanılan ölçeğin ayrışma geçerliliğini desteklemektedir.

Katılımcıların slowfood farkındalık ölçeğinin alt boyutları kapsamında sağlıklı boyutuna ilişkin ortalama $3,95 \pm 1,19$; temiz boyutuna ilişkin $3,98 \pm 1,24$; adil boyutuna ilişkin $3,72 \pm 1,24$; olarak Tablo 12’de gösterilmektedir. Buna göre araştırma veri seti çerçevesinde, temiz ($\bar{x}$:398) boyutuna ilişkin katılım düzeyinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. 12. AVE değerlerinin karekökleri ve faktörlerin korelasyon katsayıları (ayrışma geçerliliğı)

	$\bar{x}$	σ	Sağlıklı	Temiz	Adil
Sağlıklı	3,95	1,19	0,824		
Temiz	3,98	1,24	0,732	0,857	
Adil	3,72	1,24	0,671	0,677	0,873

$\bar{X}$: Aritmetik ortalama, σ : Standart sapma, AVE’nin karekök değerleri diyagonal ve kalın olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.12’de slowfood farkındalığının Hasankeyf’te yer alan turizm paydaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Tablo 5’teki ANOVA testi sonuçlarına göre slowfood farkındalık ölçeği “Sağlık” “Temiz” “Adil” boyutları, araştırmaya katılan paydaş türüne göre farklılıklar göstermektedir. ($p<0,05$). Öncelikle varyansın homojenliğini test etmek için Levene testi yapılmış olup boyutların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). Dolayısıyla ilgili boyut varyansları homojen dağılım göstermediğinden Games-Howell test sonuçları değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5’te gösterilmektedir

4.3. Hipotez Testleri

Tablo 4.13’de slowfood farkındalığının Hasankeyf’te yer alan turizm paydaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Tablo 5’teki ANOVA testi sonuçlarına göre slowfood farkındalık ölçeği “Sağlık” “Temiz” “Adil” boyutları, araştırmaya katılan paydaş türüne göre farklılıklar göstermektedir. ($p<0,05$). Öncelikle varyansın homojenliğini test etmek için Levene testi yapılmış olup boyutların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). Dolayısıyla ilgili boyut varyansları homojen dağılım göstermediğinden Tamhane's T2 test sonuçları değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5’te gösterilmektedir.

Tespit edilen bulgular, yerel halk ve turizm işletmelerini, kamu sektörü ve yerel yönetimlerden Slow Food boyutlarına ilişkin farkındalıklarının düşük olması bakımından farklılaştırmaktadır. Buna göre “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, paydaş türüne göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. 13. Slowfood farkındalık düzeylerinin paydaş değişkenine göre anova testi

Slow Food Farkındalığı Alt Boyutları	Paydaş	n	Ortalama	Standart Sapma	f	P	Fark
Sağlıklı	1)Yerel Halk	107	3,44	1,44	15,888	Tamhane's T2 0,000	1-2 1-4 3-4
	2)Kamu Sektörü	81	4,25	0,75			
	3)Turizm İşletmeleri	96	3,77	1,34			
	4)Yerel Yönetimler	101	4,43	0,70			
Adil	1)Yerel Halk	107	3,43	1,46	23,546	Tamhane's T2 0,000	1-2 1-4 2-3 3-4
	2)Kamu Sektörü	81	4,19	0,64			
	3)Turizm İşletmeleri	96	3,10	1,44			
	4)Yerel Yönetimler	101	4,25	0,63			
Temiz	1)Yerel Halk	107	3,35	1,48	34,856	Tamhane's T2 0,000	1-2 1-4 2-3 3-4
	2)Kamu Sektörü	81	4,50	0,53			
	3)Turizm İşletmeleri	96	3,54	1,30			
	4)Yerel Yönetimler	101	4,65	0,69			

Tablo 4.14'te görüldüğü gibi %95 güven düzeyinde paydaşların cinsiyeti ile slowfood farkındalığı temiz alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık söz konusudur. Diğer boyutlar cinsiyet açısından anlamlı bir farklılığa sahip değildir. Ortalamaları açısından incelendiğinde ise kadınların temiz alt boyutunda Slow Food farkındalığı erkeklere göre daha yüksektir ($\bar{x}=4.16$). Sonuç olarak katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, cinsiyete göre farklılaşmaktadır şeklinde oluşturulan H2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. 14. Cinsiyet açısından bağımsız gruplar için T testi analiz sonuçları

Slow Food Farkındalığı Alt Boyutları	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	T Testi	
					T değeri	P değeri
Sağlık	Kadın	121	3,98	1,07	0,314	0,754
	Erkek	264	3,94	1,25		
Adil	Kadın	121	3,82	1,06	1,133	0,258
	Erkek	264	3,68	1,31		
Temiz	Kadın	121	4,16	1,03	2,159	0,032
	Erkek	264	3,90	1,32		

Tablo 4.15’de göre %95 güven düzeyinde paydaşların medeni durumları ile Slow Food farkındalığı temiz boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık söz konusudur. Diğer boyutlar medeni durum açısından anlamlı bir farklılığa sahip değildir. Ortalamalar incelendiğinde; bekarların temiz boyutunda Slow Food farkındalığı evlilere göre daha yüksektir ($\bar{x}=4.29$). Sonuç olarak katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumuna göre anlamlı bir farklılığa sahip olup H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. 15. Medeni durum açısından bağımsız gruplar için T testi analiz sonuçları

Slow Food Farkındalığı Alt Boyutları	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	T Testi	
					T değeri	P değeri
Sağlık	Evli	267	3,88	1,30	-1,953	0,052
	Bekar	118	4,11	0,90		
Adil	Evli	267	3,67	1,32	-1,350	0,178
	Bekar	118	3,84	1,03		
Temiz	Evli	267	3,84	1,32	-3,688	0,000
	Bekar	118	4,29	0,98		

Tablo 4. 16. Slowfood farkındalık düzeylerinin yaş değişkenine göre anova testi

Slow Food Farkındalığı Alt Boyutları	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	f	P	Fark
Sağlıklı	1)18-29	85	4,03	0,90	8,006	Tamhane's T2 0,000	2-3
	2)30-39	157	4,24	0,96			
	3)40-49	112	3,58	1,50			
	4)50 ve üstü	31	3,64	1,30			
Adil	1)18-29	85	4,00	1,04	6,447	Tamhane's T2 0,000	1-3 2-3
	2)30-39	157	3,90	1,07			
	3)40-49	112	3,37	1,46			
	4)50 ve üstü	31	3,39	1,33			
Temiz	1)18-29	85	4,33	0,89	10,034	Tamhane's T2 0,000	1-3 1-4 2-3
	2)30-39	157	4,18	1,04			
	3)40-49	112	3,56	1,51			
	4)50 ve üstü	31	3,50	1,39			

Tablo 4.16’da ortaya koyulan ANOVA testi sonucunda elde edilen bulgulara göre yaş değişkenine göre Slow Food farkındalığı sağlıklı, adil ve temiz alt boyutları itibariyle farklılaşmaktadır. Paydaşların yaşlarının Slow Food farkındalığında farklılık yaratacak bir etken olduğu gözlenmiştir. Farklılığı oluşturan yaş gruplarını belirlemek amacı ile post-hoc testlerden olan Tamhane’s T2 testi uygulanmış ve sonucunda sağlıklı alt boyutunda 30-39 yaş aralığında olanların Slow Food farkındalığının 40-49 yaş aralığında olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Adil alt boyutunda, 18-29 ile 40-49 yaş aralığı ile 30-39 ile 40-49 yaş aralıkları farklılaşmakta ve daha genç yaşlarda olan paydaşların Slow Food farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yine benzer sonuçlar temiz alt boyutu içinde 18-29 ve 30-39 yaş grupları diğer gruplara nazaran daha yüksek farkındalık düzeyi ile farklılaşmaktadır.

Tablo 4. 17. Slow food farkındalık düzeylerinin eğitim durumuna göre anova testi

	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	f	P	Fark
Sağlıklı	1)İlköğretim	65	3,26	1,73	11,474	Tamhane's T2 0,000	1-3 1-4 2-4
	2)Lise	112	3,87	1,13			
	3)Önlisans	92	4,17	0,91			
	4)Lisans	116	4,24	0,90			
Adil	1)İlköğretim	65	2,90	1,60	16,486	Tamhane's T2 0,000	1-2 1-3 1-4 2-4
	2)Lise	112	3,73	0,22			
	3)Önlisans	92	3,74	1,15			
	4)Lisans	116	4,17	0,78			
Temiz	1)İlköğretim	65	3,30	1,75	11,548	Tamhane's T2 0,000	1-3 1-4 2-4
	2)Lise	112	3,84	1,25			
	3)Önlisans	92	4,22	0,99			
	4)Lisans	116	4,31	0,85			

Tablo 4.17’ye göre Slow Food farkındalığının eğitim durumu değişkenine göre farklılık durumunu tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (Anova) yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; Slow Food farkındalığı sağlıklı, temiz ve adil alt boyutlarına ilişkin tutumların eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Yapılan Post-Hoc testi sonucunda ilköğretim ve lise eğitim

düzeylerinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, öğrenim durumuna göre farklılaşmaktadır şeklinde kurulan H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. 18. Slow food farkındalık düzeylerinin gelir durumuna göre anova testi

	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	f	P	Fark
Sağlıklı	1) 20.000 TL ve altı	39	4,10	1,19	4,821	Tamhane's T2 0,000	2-4 3-4
	2) 20.001 – 35.000	113	3,81	1,19			
	3) 35.001- 50.000	143	3,79	1,37			
	4) 50.001 TL ve üzeri	90	4,33	0,71			
Adil	1) 20.000 TL ve altı	39	3,82	1,30	2,008	0,112	YOK
	2) 20.001 – 35.000	113	3,74	1,16			
	3) 35.001- 50.000	143	3,55	1,40			
	4) 50.001 TL ve üzeri	90	3,95	0,98			
Temiz	1) 20.000 TL ve altı	39	3,64	1,29	5,995	Tamhane's T2 0,000	1-4 2-4 3-4
	2) 20.001 – 35.000	113	3,92	1,20			
	3) 35.001- 50.000	143	3,83	1,46			
	4) 50.001 TL ve üzeri	90	4,44	0,65			

Katılımcıların gelir durumuna yönelik olarak gerçekleştirilen Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 4.18’de belirtilmiştir. Yapılan analiz neticesinde gelir durumu değişkenine göre katılımcıların Slow Food farkındalığı sağlıklı ve temiz alt boyutları arasında fark olduğu belirlenmiştir ($p \leq 0.05$). Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek üzere Tamhane's T2 post-hoc testi yapılmış, 50.001 ve üstü gelir grubu ile diğer gelir gruplarının puan ortalamaları arasında fark olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut

tutumları, gelir durumuna göre farklılaşmaktadır şeklinde oluşturulan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

4.4. Tartışma

Bu araştırmada Hasankeyf’te bulunan turizm paydaşlarının demografik özelliklerine bağlı Slow Food farkındalıkları ortaya konulmuştur. Bir destinasyona gelen ziyaretçilerin destinasyonda fazla zaman geçirmesi veya tekrar gelme isteğinin oluşması için plan ve politikalar kapsamında destinasyondaki bütün paydaşların ortak hedefler doğrultusunda hareket etmesi gerekmektedir. Destinasyonda bulunan artı bir değer bütün paydaşları olumlu etkilediği gibi destinasyondaki bir eksiklikte bütün paydaşları doğrudan veya dolaylı olarak olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Hasankeyf çok önemli tarihi ve kültürel özelliklere sahip olmasına rağmen çoğunlukla ziyaretçilere günübirlik ev sahipliği yapmaktadır. Bunun sebeplerini incelediğimizde ziyaretçilerin kaliteli zaman geçirebilecekleri yerel işletmelerin sayısının az olduğu görülmektedir. Yeni yerleşkesine taşınan Hasankeyf’te kamu ve özel sektör paydaşları tarafından birçok yatırım yapılmaktadır. Destinasyon özelinde yapılan bu yatırımların doğru bir şekilde yapılması için tüm dünyada kabul görmüş Slow Food ilkeleri ve felsefesine uygun hareket edilmesi daha fazla ziyaretçinin gelmesini sağlayacağı gibi yerel işletmelerin ve yerel halkın daha fazla kazanç elde etmesini sağlayacaktır.

Araştırma sonucunda, “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, paydaş türüne göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Yerel halk ve turizm işletmeleri, kamu sektörü ve yerel yönetimlerden Slow Food boyutlarına ilişkin farkındalıklarının düşük olması bakımından farklılaşmaktadır. “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, cinsiyete göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H2 hipotezi kabul edilmiştir. Tespit edilen sonuçlara göre erkeklerin Slow Food farkındalıkları kadınlara göre düşük çıkmıştır. “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumuna göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H3 hipotezi desteklenmiştir. Ortalamalar incelendiğinde; bekarların temiz boyutunda Slow Food farkındalığı evlilere göre daha yüksektir. “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, yaş durumuna göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H4 hipotezi kabul edilmiştir. Genç yaşlardaki bireylerin ileri yaş seviyesindeki bireylere oranla Slow Food farkındalıklarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. “Katılımcıların Slow Food

farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H5 hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan Post-Hoc testi sonucunda ilköğretim ve lise eğitim düzeylerinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Son olarak “Katılımcıların Slow Food farkındalığına ilişkin alt boyut tutumları, gelir durumuna göre farklılaşmaktadır” şeklinde oluşturulan H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Hasankeyf destinasyonunda bulunan paydaşlara yönelik Slow Food farkındalıklarını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada paydaşlardan özellikle yerel halk ve turizm işletmelerin farkındalıklarının düşük olmasının, Slow Food hakkındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Slow Food hareketleri açısından, ilgili aksiyon ve planlamaların yapılması (yeryüzü pazarları, Slow Food bilgilendirici seminerleri, cittaslow üyeliği gibi) konuyla ilgili farkındalığı arttırabilir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1 Sonuçlar

Küçük yerleşim yerlerinin yerel değerlerini koruması ve gelecek kuşaklara aktarmanın mücadelesi olan Yavaş Hareketinde, Slow Food (Yavaş yemek) ve Cittaslow (Sakin Şehir) hareketlerini birlikte değerlendirmek gerekir. Slow Food, insanların yerel ürünler ile ilgili bilinçlenmesini, yerel ürünlerin yetiştirilmesini, yerel olanın tüketimini, yerel pazarların kurularak gelir elde edilmesini, fuar, festival, panayır gibi etkinlikler ile bilinirliğini artırmayı hedeflemektedir. Cittaslow hareketi ise bir kentin sahip olduğu coğrafi, tarihi ve kültürel değerleri korumayı hedeflemektedir. Slow Food ve Cittaslow hareketlerinin bir şehirde başarılı uygulanabilmesi için o şehrin bütün paydaşlarının ortak bir bilinç ve seviyede olması gerekmektedir (Pajo ve Uğurlu, 2016, s.71).

Bu çalışma sonucunda tespit edilen verilere göre, bölge paydaşları kapsamında Slow Food farkındalığının kamu sektörü ve yerel yönetimlerde yüksek yerel halk ve turizm işletmelerinde düşük olduğu belirlenmiştir. Destinasyondaki vatandaşların ve turizm işletmelerinin Slow Food farkındalıklarının düşük olmasının sebebi; eğitim seviyesi, çevrede örnek alınacak işletmelerin az olması, bölgenin Slow City-Yavaş Şehir unvanını alamaması ve Slow Food odaklı faaliyetlerin bulunmaması sebebiyle, sahip olunan değerlerin maddi ve manevi anlamlarının tam anlamıyla kavranamaması olarak yorumlanabilir. Aliyeva ve Kurgun (2021) tarafından İzmir Foça’da bulunan paydaşların Slow Food Hareketi’nin iyi, temiz ve adil temel ilkelerine dayanan gastronomi turizmine yönelik algılarını ortaya koydukları çalışmada, paydaşların Slow Food ile ilgili bilgilerinin destinasyonda yer alan Slow Food Hareketine bağlı oluşturulan Yeryüzü Pazarı, Nuh’un Ambarı gibi projeler ile bütün paydaşların fikir sahibi oldukları belirtilmiştir. Slow Food Hareketinin ilkeleri doğrultusunda yapılan çalışmalar sonucu paydaşların farkındalıkları ciddi oranda artmaktadır. Mevcut araştırmaya konu olan Hasankeyf destinasyonunda bulunan yerel halk ve yerel işletmelerin farkındalıklarının düşük olmasının sebebinin, destinasyonda Slow Food Hareketine yönelik herhangi bir çalışmanın olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Cinsiyet açısından incelendiğinde özellikle temiz boyutu açısından kadınların erkeklere göre farkındalığının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu açıdan değerlendirildiğinde; kadınların daha çok mutfakta yer alması, kullanılan malzemeden, yemeğin hazırlanmasına kadar birçok aşamaya şahit olmasından dolayı farkındalıkları

yüksek olduğu söylenebilir. Yılmaz (2022), küreselleşme sonucu ortaya çıkan yemek kültürü ve slow food hareketinin ortaya koyduğu yavaş anlayışı ile ilgili yapmış olduğu çalışmada gençlerin daha çok fast food yemek çeşitlerini tercih ettiklerini belirtmektedir. Bu tercihin sebebi olarak fast foodun hızlı hazırlandığı, kolay ulaşılabildiği ve insanların vakitlerinin dar olduğu belirtilmiştir. Cinsiyet açısından sonuçlara bakıldığında erkeklerin yemek pişirme konusundaki eksiklerine bağlı olarak daha çok fast food tarzı yiyecekleri tükettikleri tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ortaya koyulan sonucun mevcut araştırmadan elde edilen erkeklerin kadınlara göre farkındalığının daha düşük olması sonucunu desteklediği söylenebilir.

Paydaşların medeni durumları açısından Slow Food farkındalıkları incelendiğinde Temiz alt boyutunda bekar olanların evli olanlara göre farkındalıklarının yüksek olduğu, Adil ve Sağlıklı boyutlarında ise önemli bir farklılığa sahip olunmadığı görülmüştür. Evli olan paydaşların çoğunlukla yemeği evde yemesi ve yemeğin hazırlanmasında kullanılan malzemenin pazar veya marketten kendilerince alınması ve aile fertleri tarafından hazırlanmasının verdiği gönül rahatlığına bağlı olarak Slow Food farkındalıkları düşük olabilir. Bekar paydaşlarda yüksek olmasının sebebi ise düzenli yemek alışkanlığının olmaması, sürekli farklı restoranlarda yemek yenmesi ve daha çok hazır paketlenmiş yiyecekler tüketilmesi sayılabilir.

Paydaşların yaş durumuna göre Slow Food farkındalıkları incelendiğinde sağlıklı, temiz ve adil boyutlarında genç ve orta yaş seviyelerinde farkındalığın yüksek, ileri yaş seviyelerinde ise düşük olduğu tespit edilmiştir. Yaş açısından farklılık olmasının sebebi genç ve orta yaştaki paydaşların daha çok araştırması, güncel bilgileri takip etmesi gibi etkenler sayılabilirken, ileri yaş seviyesindeki paydaşlarda ise bilgi eksikliğinden kaynaklanabileceğinden, bilinçlendirme çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle Slow Food ve sağlıklı beslenme ilişkisi, ileri yaştaki paydaşlar için farkındalık yaratmalıdır.

Eğitim seviyeleri açısından incelendiğinde ilköğretim ve ortaöğretim mezunları arasında önemli farklılıklar olduğu ayrıca ortaöğretim ve lisans mezunları arasında da anlamlı farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur. Paydaşların Slow Food farkındalıkları, birçok konuda olduğu gibi eğitim seviyeleri ile de paralellik göstermektedir. Slow Food farkındalığının tüm eğitim düzeylerine yayılması önem arz ederken, elde edilen sonuç düşük eğitim düzeyi noktasında ilgili örneklem üzerinde aksiyon alınması gerekli gruplara dikkat çekmesi açısından önemlidir.

Demir (2021), Slow Food hareketinin İzmir Germiyan da yarattığı olumlu etkiler ile beraber paydaşların bir kısmı tarafından tam anlaşılmadığını belirtmiştir. Paydaşların Slow Food konusundaki bilgilerinin ezbere dayandığı, felsefesinin tam olarak

özümsemediğini, birçok paydaşın Slow Food hareketlerini sadece para kazanma aracı olarak gördüğünü belirtmiştir. Hareketin başarısız olması sebepleri incelendiğinde paydaşlara yeterli seviyede eğitim verilmediği, yetkililerin yeterli düzeyde destek sağlamadığı, destinasyonun Slow Food hareketine uygun yeterli sayıda mekâna ulaşmadan ve uzun vadeli hedeflerin paydaşlara benimsetilmeden çalışmaların hızlı bir şekilde ortaya koyulduğundan bahsedilmektedir. Çalışmada, destinasyondaki eksiklikler ile ilgili bütün paydaşlara yaş seviyelerine uygun eğitim verilmesi, Slow Food felsefesinin bütün paydaşlarda bir yaşam felsefesi haline getirilmesi, yerel yönetim ve yerel halkın iş birliği içinde hareket etmesi ve Slow Food hareketine uygun işletme ile bu işletmelerde deneyimli personellerin olması gerektiği belirtilmektedir. Mevcut araştırma ile bu çalışmadaki sonuçlar paydaşların Slow Food farkındalıkları noktasında birbirini desteklemektedir.

Paydaşların gelir durumlarına göre farkındalıkları incelendiğinde ise Slow Food farkındalık ölçeğinin Adil boyutunda paydaşlar arasında herhangi bir fark görülmezken Temiz ve Sağlıklı alt boyutlarında gelir seviyesi yüksek paydaşlar ile diğer paydaşlar arasında önemli farklılıklar olduğu ortaya koyulmuştur. İlgili alt boyutlarda yüksek gelirli katılımcıların Slow Food farkındalığı daha yüksektir. Slow Food ürünlerinin pahalı ürünler arasında yer alması ve erişilebilirliği noktasında sorunlar yaşanması tespit edilen sonuca sebep gösterilebilir. Organik ve yerel topraklarda üretilmiş ürünlere herkesin erişiminin sağlanması ideal toplum yapısına dikkat çekmesi açısından değer ifade etmektedir.

Geçgin vd. (2024), Gevaşlıların “Sakin Şehir” kavramına yönelik algı ve tutumlarına yönelik çalışmasında, yerel halkın yarısından fazlasının Slow Food hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadığını, araştırma kapsamında yapılan kısa bilgilendirme sonucu yerel halkın %72.6’sının Slow Food ve Cittaslow hareketini desteklemeye başladığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca çalışmada, ilçede Slow Food ilkelerine uygun çalışmalar ortaya koyulmasıyla; turist sayısının artacağı ve buna bağlı olarak istihdamın artacağına, yerel ekonominin canlanacağı, turizm faaliyetlerine bağlı kamu ve özel kesimden ciddi yatırımlar alınacağına yönelik görüşler ortaya çıkmıştır.

Şengür ve Atabeyoğlu (2018), geçmişimizi kurtararak, bugünü yaşayarak ve geleceğe sahip çıkarak anlayışına dayandırdığı Slow Food hareketinin bir destinasyonda başarılı olmasını yerel yönetimler ve yerel halkın birlikte hareket etmesine bağlamışlardır. Ortaya koyulan çalışmada, bulundukları destinasyonda yerel halkın slow food hareketinin ilkelerini tam anlamıyla kavramadığından, yerel yönetimlerin ise halkı ve yerel işletmeleri teşvik edici çalışmalar yapmadığından ve bunun sonucu olarak da

destinasyonda istenilen sonuçların alınmadığından bahsedilmektedir. Herhangi bir fikrin veya projenin başarıya ulaşmasında ilgili paydaşların rolüne değinilen çalışmada, destinasyonda bulunan bütün paydaşlara Slow Food Hareketinin iyi anlatılması ve destinasyonda bulunan bütün paydaşların ortak bir şekilde hareket etmesi gerektiğinin altı çizilmiştir.

5.2 Öneriler

Mezopotamya'nın önemli kültür ve tarihi destinasyonlarından olan Hasankeyf 2020 yılında Ilısu Prof. Dr. Veysel Eroğlu Barajının faaliyete geçmesi ile yeni yapılan yerleşkeye taşınmıştır. Yeni yerinde inşa edilen Hasankeyf, gastronomi temelli destinasyon yönetiminde, Slow Food hareketinin ortaya koyduğu ilkeler doğrultusunda önemli turizm merkezlerinden biri haline getirilebilir. Yıkık, eksik, veya eski bir şeyi onarmak bazen daha zor hatta imkansız olabilir. Eski Hasankeyf'in sular altında kalması birçok önemli şeyi kendi ile sular altında bıraksa da yeni yerleşke, hem tarihi değerleri hem de modern özellikleri barındıran bir destinasyon haline getirilebilir. Hasankeyf, ortak bir akıl ve ortak hedefler ile eskiye nazaran daha fazla misafirin ağırlandığı bir destinasyon olabilir. Dünyanın dört bir yanında Slow Food hareketinin ortaya koyduğu değerleri başarılı bir şekilde uygulayan destinasyonlar örnek alınabilir ve benzer çalışmalar ortaya koyulabilir. Araştırma sonucu elde edilen bulgular ile araştırmanın modeli çerçevesinde ortaya konulan hipotezlere uygun bulgular elde edilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar çerçevesinde:

- Hasankeyf destinasyonunda yerel yönetimlerin öncülüğünde, Slow City ve Slow Food amaç ve prosedürleri açısından aktif bir gündem oluşturulmalıdır.
- Yerel halk ve turizm işletmelerinin Slow Food ile ilgili farkındalıkları artırılmalı ve bilgi sağlayıcı etkinlikler düzenlenmelidir.
- Destinasyonda bulunan vatandaşlar, turizm işletmeleri, belediye, kaymakamlık, üniversite, sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere bütün paydaşların yönetim olgusu çerçevesinde ortak hareket etmeleri adına Slow Food örgütlenmesi sağlanmalıdır.
- Kamu kuruluşları tarafından Slow Food projelerine teşvik edici destekler (arsa tahsisi, vergi indirimi vb.) sağlanmalıdır.
- Hasankeyf'te gastronomik etkinlikler kapsamında organik, yerel ürünlerin ön planda olduğu fuar, festival, şenlik ve yarışmalar düzenlenmelidir.
- Hasankeyf'te yerel üretim korunmalıdır.
- Slow Food felsefesi ile çelişen hiçbir uygulamaya izin verilmemelidir.

- Her yıl 10 Aralık'ta "Terra Madre" (Toprak Ana) günü "Terra Madre Hasankeyf" sloganı altında kutlanmalıdır.

.

KAYNAKLAR

- Acuner, E., ve Keskin, C. (2023). Rize Gastronomik kimliğinin arz yönlü destinasyon rekabetçiliğinde destinasyon itibarının aracı rolü. *Alanya Akademik Bakış*, 7(2), 893-916.
- Akın, G., Özkoçak, V., ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten günümüze geleneksel anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Antropoloji*, (30), 33-52.
- Akıncı, Z., & Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* (1), 161-182
- Aladağ, M.T.E., ve Ata, A.Y. (2024). Destinasyon yönetimine bölge temelli yaklaşım: "Fırat'ı Keşfet" örneği. *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 7(3), 263-300.
- Aliyeva, N., ve Kurgun, A. (2021). Slow Food Hareketinin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ile ilişkisi: Foça örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 234-251.
- Altaş, A. (2017). Ülke tanıtım çalışmaları kapsamında kullanılan gastronomik öğeler: "Home of Turkey" kampanyası afişleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 81-102.
- Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Atik, A., ve Atik, İ. (2018). Slow City Hareketinden Slow Food Hareketine doğru giderken belediyelerin rolü. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi* 1-16.
- Babaç, E., & Babaç, E. E. (2021). Gastronomi, müzik ve beyin. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(13), 149-161.
- Bacakoğlu, Ö. (2019). Türkiye’de kır-kent çelişkisi bağlamında yavaş yemek hareketi: Germiyan örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Burdur: *Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Bali, İ. (2019), Slow Food akımı nedir? <https://www.themaggar.com/slow-food-akimi-nedir>.
- Başarangil, İ., ve Tokatlı, C. (2018). Yavaş yemek: Şile yeryüzü pazarı ziyaretçilerinin memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 3 - 19.
- Beyaz, D. (2019). Paranormal “Gastronomi”. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 523-527.
- Bulut, A., ve Adıgüzel, Ş. (2024). Türkiye’den bir sakin kent örneği: Halfeti. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 48-56.

- Bükey, A. (2021). *Gastronomi araştırmaları: Bingöl ili gastronomik durum değerlendirmesi* (Ed. Y. Oğan). Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Büyükkuru, M. (2020). Turizm paydaşlarının turizmin etkilerine bakış açısı: Kapadokya örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 373-402.
- Byrd, E.T. (2006). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2): 6-13.
- Can, Ü., Tan, E., Dagaşan, G., ve Gül, H. (2023). Bölgesel turizm paydaşlarının sürdürülebilir turizme yönelik tutumu: Hasankeyf örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4, 21-32
- Çiğerci, İ., ve Turan, M. (2023). Dışsalılık ekseninde Cittaslow Hareketi: Seferihisar incelemesi. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 10(34), 40-56.
- Cittaslow (2020a). Cittaslow Felsefesi. <https://cittaslowturkiye.org/tr/cittaslow-hareketi>.
- Cittaslow (2020b). Cittaslow üyelik kriterleri. <https://cittaslowturkiye.org/tr/uyelik-sureci-ve-kriterler/>.
- Cohen, L., Manion, L., ve Morrison, K. (2017). Critical educational research. In *Research methods in education* (pp. 51-67). Routledge.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay Mutfağı örneği (The. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 64-70.
- Çatalca, H. (2012). *Slow Food: Yavaş Yeme Akımı*. <https://sdplatform.com/slow-food-yavas-yeme-akimi/>.
- Çavuş, ř., Kaya, B., ve Demirtaş, B. (2019, 5 2-5). Sürdürülebilir turizm açısından slow food hareketine bakış ve Türkiye uygulamaları. *International Black Sea Coastline Countries Symposium*, 364-375. Batumi, Georgia.
- Davras, Ö., ve Uslu, A. (2019). Destinasyon seçimini belirleyen faktörlerin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi: Fethiye’de İngiliz turistler üzerinde bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 679-696.
- Demir, B. (2021). Sürdürülebilir turizm hareketi olarak Slow Food: Germiyan örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(2), 99-114.
- Demir, ř. ř. (2010). Çekici faktörlerin destinasyon seçimine etkisi: Dalyan örneği. *Ege Academic Review*, 10(3), 1041-1054.
- Demirbaş, ř., ve Bayram, M. (2022). Destinasyon yönetimi ve pazarlaması araştırmaları üzerine sistematik literatür incelemesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(2), 223-241.

- Demirkol, Ş., ve Taşkiran, Ö. (2019). Turizmde destinasyon markalaşma sürecinde cittaslow Taraklı örneği. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 56-69.
- Doğan, M., Ceylan, Y., ve Tekin, C. (2015). Turistik bir destinasyon olarak Hasankeyf'in ziyaretçi tatmini üzerine bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1-15.
- Dikko, M. (2016). Establishing construct validity and reliability: Pilot testing of a qualitative interview for research in takaful (Islamic insurance). *Qualitative Report*, 21(3), 521-528.
- Dilek, S. E., Çoban, Ö., & Harman, S. (2017). Hasankeyf halkının turizmin gelişimine yönelik tutumu. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2), 59-72.
- Eren, S. (2007). *Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp*. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu (s. 73-83). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Ergüven, M. H. (2011). Cittaslow – Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 201-210.
- Eski Tadında (11.07.2018). Yavaş Yemek (Slow Food) hareketi nedir? <https://www.eskitadinda.com/slow-food-hareketi-287-c>.
- Geçgin, E., Kalkan, Y., ve Aslan, O. (2024). Gevaş'ın sakin şehir potansiyeli ve yerel halkın sakin şehire yönelik algı ve tutumları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(90), 689-708.
- AGPAM (09.05.2021). Temiz Etiket. <https://agpam.org.tr/temiz-etiket>.
- Güçlütürk Baran, G., ve Özoğul, G. (2018). Uzmanlaşan acentalar ve niş pazar sorunlarına bir çözüm reçetesi: Fobik turistler ve özel ilgi turizmi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(65), 39-51.
- Güneş, E. ve Y. S. (2024). Sürdürülebilir ve adil beslenmede toplumsal duyarlılık. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 58-74.
- Gyimothy, S. ve Mykletun, R.J. (2008). Scary food: commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism, *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 259-273.
- Halaç, H., ve Benzer, M. (2019). Küçük yerleşim yerlerinin turizme açılmasında kültürel mirasın rota ile kurgulanması. *Geomatik Dergisi*, 4(1), 23-29.
- İnanır, A. (2019). Turistik destinasyon yönetiminde paydaşlar arası ilişkiler: Göller Yöresi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 517-541.

- Jung, H. T., Ineson, M.E., ve Miller, A. (2014). The Slow Food movement and sustainable tourism development: a case study of Mold, Wales. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 432-445.
- Kalağan, G., ve Şengün, E. (2024). Kent imajı oluşumunda kentsel yeteneğin yeniden keşfi: Bir Sanat Köyü (Küçükköy:Yeniçarahori) örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(30), 129-148.
- Kanca, B., ve Unur, K. (2020). İstanbul'un düğün turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 311-327.
- Karabıyık, N., ve İnci, B. S. (2012). Destinasyon pazarlamasında pazarlama stratejisi ve konumlandırma çalışmalarına kavramsal yaklaşım. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 1-19.
- Karabulut, A. H. (21.05.2023). Slow Food (yavaş yeme) hareketini keşfetmek: Geleneksel ve sürdürülebilir beslenmeye dönüş. [https://sbf.gelisim.edu.tr/tr/akademik-bolum-beslenme-ve-diyetetik-\(ingilizce\)-haber-slow-food-hareketini-kesfetmek-geleneksel-ve-surdurulebilir-beslenmeye-donus](https://sbf.gelisim.edu.tr/tr/akademik-bolum-beslenme-ve-diyetetik-(ingilizce)-haber-slow-food-hareketini-kesfetmek-geleneksel-ve-surdurulebilir-beslenmeye-donus).
- Kazancıoğlu, E. R., ve Karayel Bilbil, E. (2023). Destinasyon seçiminde destinasyon imajı ve kent markalama: Kapadokya üzerine bir araştırma. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 179-195.
- Keskin, A. (2016). Yerel kalkınmada yerel yönetimlerin rolü: Turizm örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(1), 143-154.
- Kinley, A. (2012). Küresel ölçekte yerel yemek: Uluslararası Slow Food hareketinin keşfi. *Bütünleşik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 1-14.
- Kocabaş, M. (2020). Slow Food Hareketine yönelik etnografik bir araştırma: Germiyan Köyü örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Van: *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Kıngır, S., Küçük, F., ve Sancar, M. F. (2011). Turizmde destinasyon imajı: Şanlıurfa örneği. *Yönetim ve Eğitim Bilimleri Dergisi* (1), 21-36.
- Majid, M. A. A., Othman, M., Mohamad, S. F., Lim, S. A. H., ve Yusof, A. (2017). Piloting for interviews in qualitative research: Operationalization and lessons learnt. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 1073-1080.
- Mısır, S. ve Koç, B. (2023). Yavaş şehirlerde yaşayan insanların slow food algı düzeylerinin belirlenmesi. *Türk Tarım Dergisi - Gıda Bilimi ve Teknolojisi*, 11(1), 51-58.

- Muslu, A. (2015). Deniz turizminde rekabet stratejisi olarak ürün farklılaştırması. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 4(2), 28-46.
- Okan Bakır, B. (2017). Sağlıklı erişkinlerde beslenme önerileri ve danışmanlığı. *Klinik Tıp Aile Hekimliği Dergisi*, 9(2), 48-50.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, S. (2012). Kırsal kalkınmada kırsal turizmden yararlanma olanakları: Gökçeada örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 19-21.
- Özkök, Ş. O. M. F. (2013). Sürdürülebilir turizmde yerel yönetimlerin önemi; Bozcaada örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 409-418.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, Ö., ve Birsen, H. (2016). Kentleşme dinamiklerine cittaslow kentler üzerinden bakmak: Türkiye'deki cittaslow şehirleri üzerine bir araştırma. *Kurgu*, 24(2), 9-22.
- Öztürk Aykaç, N. (2024). Yavaş şehir, kentleşme ve turizm: Antalya/Finike örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 367-400.
- Pajo, A., ve Uğurlu, K. (2016). Cittaslow kentleri için slow food çalışmalarının önemi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 5(6), 65-73.
- Sabur, D. G., ve Güneş, S. G. (2023). Lezzet turları ve Slow Food hareketi. *Toros University Journal of Food Nutrition and Gastronomy*, 2(1), 105-123.
- Saldamlı, A., ve Karakan, H.İ. (2021). *Destinasyon Yönetimi*, <https://turizm.ibu.edu.tr/Files/ckFiles/turizm-ibu-edu-tr/kitap/Turizm%20Penceresinden%20Bolu.pdf>
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler arası bir buluşma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 92 - 95.
- Saygın, M. (2017). *Kent stratejisi Silifke*, (İkinci Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Serçek, S., ve Hassan, A. (2016). Turizmde destinasyon markalaşması ve Diyarbakır örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 6-27.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Slow Food (11.12.2024). İklim Krizi: Sivil Toplum AB'yi tarımda adil geçiş için zorluyor <https://www.slowfood.com/blog-and-news/climate-crisis-civil-society-pushes-eu-for-just-transition-in-agriculture/>

- Şahin, G. G., ve Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “Gastronomi turizmi”: İstanbul’un Gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 63-73.
- Şahin, S. Z. (2021). *Destinasyon çekim öğeleri olarak müzeler ve ören yerleri: Çorum örneği*. Muhammet Cenk Birinci, Özgür Yayla (Ed.), *Rekreasyon ve turizm araştırmaları içinde* (ss. 231-257). Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Şengür, Ş., ve Atabeyoğlu, Ö. (2018). Slow city movement: A case study cittaslow Perşembe-Ordu. *Kastamonu University Journal of Engineering and Sciences*, 4(1), 25-33.
- Şengül, S., ve Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü Mudurnu örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Şenol, F., Tokmak, C., ve Gnira, M. (2016). Dağ turizmi ve gelişmesinin önündeki engeller: Kırgızistan örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 139-156.
- TDGD (2021). Destinasyon Yönetimi. <https://www.tdgd.org.tr/2021/06/16/destinasyon-yonetimi/>
- Van Teijlingen, E., & Hundley, V. (2001). The importance of pilot studies. *Social Research Update*, (35), 1-4.
- Toylan, N. V., Tören, E., Metin, T. C., ve Ergüven, M. H. (2021). Turizmin destinasyon üzerindeki etkilerinin paydaş algıları kapsamında araştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 243-258.
- Türk, O. (2023). Savaş alanlarına yönelik algılanan destinasyon imajının tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinde destinasyon aidiyetinin rolü: Muş malazgirt savaş alanı örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 21(48), 310-333.
- Türk Dil Kurumu (2024). Gastronomi. <https://sozluk.gov.tr/>
- TÜSİAD (2012). Sürdürülebilir Turizm Raporu, Yayın No:TÜSİAD-T/2012-09/531, İstanbul.
- UNWTO (2024). Policy and Destination Management. <https://www.unwto.org/policy-destination-management>.
- Yavuz, M. C., ve Karabağ, S. F. (2009). Ulusal turizm tanıtımı ve pazarlama yönetimi örgütlenmesi: Türkiye için bir model önerisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 113-130.
- Yazar, Ö. (2019). Gökçeada'nın gastronomi rotalarında Slow Food ve gastronomi turizmi.(Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: *Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

- Yılmaz, T. (2022). Küreselleşme, yemek kültüründe değişim ve Slow Food Hareketi: Hatay örneği, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla: *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Yıldırım, E., ve Çobanoğlu, F. (2022). Türkiye’de hanehalkı gelir gruplarına göre gıda harcamalarının analizleri. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 17-27.
- Yüksel, A. (2019). Gastronomi Ne Değildir?. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 186-190.
- Zengin, B. Uyar, H., ve Erkol, G. (2015). *Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme*. Ulusal Turizm Kongresi, 1-16.
- Zeren, H. E. (2012). Kent markalaşması sürecinde iç girişimcilik faktörü. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 95-104.
- Watson, R., Atkinson, I., ve Rose, K. (2007). Pilot studies: to publish or not? *Journal of Clinical Nursing*, 16(4), 619-620.

EKLER

EK 1: Anket Formu

ANKET FORMU						
Sayın Katılımcı, “Gastronomi Temelli Destinasyon Yönetiminde Slow Food Hareketi: Hasankeyf Örneği” başlıklı bu çalışma, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda yürütülen yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında hazırlanan anket sorularının cevaplanması en fazla 4,5 dakika sürmektedir. Soruları cevaplarken isim belirtmeniz kesinlikle istenmemektedir. Cevaplarınıza ilişkin gizlilik kesin bir şekilde sağlanacak ve toplanan veriler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Soruları cevaplandırarak araştırmaya yapacağınız önemli katkıdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz. Selman ERİN Batman Üniversitesi slmnerin724@gmail.com Doç. Dr. Ülker CAN Batman Üniversitesi ulker.can@batman.edu.tr						
BÖLÜM A Her bir ifadeye ilişkin sonuçlarınızı (1) Kesinlikle Katılmıyorum’dan (5) Kesinlikle Katılıyorum’a kadar ilgili yere (x) işareti yazarak belirtiniz.						
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	SAĞLIKLI					
A1.	Sağlıklı ilkesi duyu organlarına hitap eden beslenmeyi savunur.	()	()	()	()	()
A2.	Sağlıklı ilkesi, kendine özgü tadı, kokusu, rengi, şekli ve dokusu olan beslenmeyi sunar	()	()	()	()	()
A3.	Sağlıklı ilkesi yerel geleneksel tadı korur.	()	()	()	()	()
A4.	Sağlıklı ilkesi insanlar için yemek kalitesinin artırılmasını savunur.	()	()	()	()	()
A5.	Sağlıklı ilkesi fast food yerine geleneksel yemeklere yönelir.	()	()	()	()	()
A6.	Sağlıklı ilkesi düşük ısıda yemek pişirmek anlamına gelmez.	()	()	()	()	()
A7.	Sağlıklı ilkesi sadece o bölgedeki yerel gıdaların tüketimini savunur.	()	()	()	()	()
A8.	Sağlıklı ilkesi beslenme kültürünün gelecek nesillere aktarılması için çalışır.	()	()	()	()	()
A9.	Sağlıklı ilkesi sağlığa faydalıdır.	()	()	()	()	()
A10.	Sağlıklı ilkesi kültür turizmine hitap eder.	()	()	()	()	()

	TEMİZ					
A11.	Temiz ilkesi doğayı ve çevreyi korumayı amaçlar.	☐	☐	☐	☐	☐
A12.	Temiz ilkesi, insan sağlığı için faydalı beslenmeyi teşvik eder.	☐	☐	☐	☐	☐
A13.	Temiz ilkesi her türlü meyve ve sebze yi korumayı amaçlamaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
A14.	Temiz ilkesi organik olarak üretilen besinleri kapsar.	☐	☐	☐	☐	☐
A15.	Temiz ilkesine uygunluk daha sağlıklı hissetmemi sağlıyor.	☐	☐	☐	☐	☐
A16.	Temiz ilkesi, ürünlerin geri dönüştürülmesi ve alternatif kullanım alanlarının bulunması gerektiğini vurgulamaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
A17.	Temiz ilkesi açısından fast foodun aksine Slow Food (yavaş yemek) ürünlerdeki şüpheyi kaldırır.	☐	☐	☐	☐	☐
	ADİL					
A18.	Adil ilkesi gıda üreticileri ile tüketiciler arasındaki zincirin kısa olması gerektiğini savunur.	☐	☐	☐	☐	☐
A19.	Adil ilkesi adil koşullara sahip her gıda sektörü için mücadele eder.	☐	☐	☐	☐	☐
A20.	Adil ilkesi gıda üreticileri üzerindeki baskı ve sömürüyü durdurmayı amaçlar.	☐	☐	☐	☐	☐
A21.	Adil ilkesi üreticilere en iyi çalışma koşullarının sağlanmasından yanadır.	☐	☐	☐	☐	☐

B. DEMOGRAFİK BİLGİLER	
B1. Yaşınız?	☐ 18-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50 ve üstü
B2. Cinsiyetiniz?	☐ Kadın ☐ Erkek
B3. Medeni Durumunuz?	☐ Evli ☐ Bekar

B4. Öğrenim Durumunuz?	☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim ☐ Ön Lisans ☐ Lisans
B5. Aylık Ortalama Geliriniz?	☐ 20.000 TL ve altı ☐ 20.001 ve 35.000 TL arası ☐ 35.001 ve 50.000 TL arası ☐ 50.000 TL üstü
B6. Paydaş (Hangi paydaş kategorisinde yer alıyorsanız o kısma işaret koyunuz lütfen)	Kamu Sektörü ☐ Turizm İşletmeleri ☐ Yerel Yönetimler ☐ Yerel Halk ☐

EK 2: Etik Kurul İzin Kararı

BATMAN ÜNİVERSİTESİ ETİK KURUL KARARI			
Toplantı Tarihi : 13.03.2024 Toplantı Sayısı : 2024/02 Toplantıda Alınan Karar Sayısı : 28			
Üniversitemizin Etik Kurulu, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Rohat CEBE Başkanlığında toplanarak aşağıdaki karar alınmıştır. Karar 2024/02-14 Üniversitemiz Turizm Fakültesinde görev yapan Doç. Dr. Ülker CAN'ın "Gastronomi Temelli Destinasyon Yönetiminde Slow Food Hareketi: Hasankeyf Örneği" başlıklı araştırmasını (anket), danışmanlığını yürüttüğü yüksek lisans öğrencisi Selman ERİN ile birlikte yapma talebine ilişkin 23.01.2024 tarihli ve 148560 sayılı yazı görüldü; Yapılan görüşmeler sonucunda; Üniversitemiz Turizm Fakültesinde görev yapan Doç. Dr. Ülker CAN'ın "Gastronomi Temelli Destinasyon Yönetiminde Slow Food Hareketi: Hasankeyf Örneği" başlıklı araştırmasını (anket), danışmanlığını yürüttüğü yüksek lisans öğrencisi Selman ERİN ile birlikte yapma talebinin uygun görüldüğüne toplantıya katılanların oy birliği ile karar verilmiştir.			
BAŞKAN (İmza) Prof. Dr. Rohat CEBE			
ÜYE Prof. Dr. Hamit ADIN	(Katılmadı)	ÜYE Prof. Dr. Bilal ŞEKER	(İmza)
ÜYE Prof. Dr. Filiz AKBAŞ	(İmza)	ÜYE Prof. Dr. Ömer Faruk ERTUĞRUL	(Katılmadı)
ÜYE Doç.Dr. Veysel ERATILLA	(İmza)	ÜYE Doç.Dr. Ümit DİLEKÇİ	(İmza)
ÜYE Doç.Dr. Reşat ARICA	(Katılmadı)	ÜYE Doç.Dr. Yusuf ÇINAR	(İmza)
ÜYE Dr.Öğr.Üyesi Özlem BEZEK GÜRE	(İmza)	Raportör Erkan ZENGİN	(İmza)

ASLI GİTİDİ

ERKAN ZENGİN
BİLGİSAYAR İŞLETMENİ