



**GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD
HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Mukaddes AKSADE

Eskişehir 2022

**GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD
HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ**

Mukaddes AKSADE

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Rıdvan KOZAK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Mayıs 2022

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mukaddes AKSADE' nin “GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ” başlıklı tezi .../.../2022 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek “Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği”nin ilgili maddeleri uyarınca, Turizm İşletmeciliği Anabilim/Anasanat dalında Yüksek Lisans/Doktora/Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı) :		
Üye :		
Üye :		

.....

Enstitü Müdürü

ÖZET

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ

Mukaddes AKSADE

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2022

Danışman: Prof. Dr. Rıdvan KOZAK

Küreselleşme süreci içinde destinasyonlara turist çekmekte bir rekabet avantajı sağladığı için, yerelleşme kavramının giderek önem kazandığı görülmektedir. Yine globalleşme nedeniyle, sosyo-kültürel ve siyasal alanlarda stereotipler, standartlaşma ve tekdüzellik oluşmuş, buna karşı da, farklı yerel karakteristiklerin ve yerele özgü değerlerin desteklenmesi ve ayrıca bu değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılma gereği doğmuştur. Aynı süreç içinde, özellikle bir "küresel mutfak" ve "küresel damak tadı" tekdüzeliğinin ortaya çıktığı ve buna bağlı olarak da, turizm sektöründe önemli bir cazibe odağı olarak "yöresel mutfak kültürü" nün giderek kaybolduğu gözlenmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Slow Food Hareketi kapsamında Köyceğiz yöresel mutfağının gastronomi turizmi içindeki göreceli önemini, uygulama koşullarını ve iyileştirme olanaklarını araştırmaktır. Bir Cittaslow şehri olan Köyceğiz’de faaliyet gösteren yiyecek-içecek ve konaklama işletmeleri ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış, katılımcıların Slow Food ve Yöresel Mutfak kavramları hakkında görüş ve düşünceleri derlenmiştir. Araştırma sonunda, işletmelerin Slow Food kavramı hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları belirlenmiştir. Köyceğiz’e gelen turistlerin yöresel yemekler hakkında temel bir farkındalık sahibi olmadıkları, yerel mutfak tanıtımının yeterli düzeyde olmadığı ve tanıtım araçlarının verimli kullanılmadığı değerlendirilmiştir. Köyceğiz yöresel yemeklerinin genellikle ağızdan ağıza ve sosyal medya aracılığıyla aktarıldığı tespit edilmiştir. Kayıt altına alınmış herhangi bir hafıza, doküman, belge vb. rastlanılmamıştır. Slow Food Hareketi içinde uygulanan proje ve etkinliklerin Köyceğiz’de gerçekleştirilmesi halinde yerel gastronomi turizmi alanında

iyileşme ve gelişme sağlanabileceği mümkün görülmektedir. Gelecek çalışmalar ve paydaşlar için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yavaş yemek, Yöresel mutfak, Köyceğiz.



ABSTRACT

EVALUATION OF LOCAL CUISINES IN GASTRONOMY TOURISM WITH THE SLOW FOOD MOVEMENT: THE CASE OF KÖYCEĞİZ

Mukaddes AKSADE

Department of Tourism Management

Anadolu University Graduate School of Social Sciences, May 2022

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Rıdvan KOZAK

Since it provides a competitive advantage in attracting tourists to destinations during the globalization process, the concept of localization becomes increasingly important. In attracting tourism activity for destinations during the process of globalization, the concept of regionalization gains increasing importance. Also due to globalization, stereotypes, standardization and uniformity has been encompassing socio-cultural and political fields; and to counter, a need has emerged to support different regional characteristics and local values, and further, to conserve them for future generations. In the same process, it is observed that a monotony of "global kitchen" and "global palate" has become pervasive, and consequently, the "local culinary culture" as an important attraction in the tourism sector, has been gradually disappearing.

The aim of this study is to investigate the relative importance of Köyceğiz local cuisine in gastronomy tourism, within the scope of Slow Food Movement. A semi-structured interview technique was used, to compile opinions and thoughts on Slow Food and Local Cuisine Concepts of the participants who comprise food, beverage and accommodation professionals operating in Köyceğiz, which itself also is a Cittaslow city. The research has concluded that the interviewed businesses did not have enough cognizance regarding the concept of Slow Food. It also has been concluded that the tourists visiting Köyceğiz do not have a basic awareness about local dishes, and that the promotion of the local cuisine has not been sufficient and promotional tools were not used efficiently. The traditions of Köyceğiz local cooking are generally transferred from mouth to mouth and in social media. No recorded memory or documents have yet been found. If the projects and activities implemented in the context of Slow Food movement were to be carried out

in Köyceğiz, it could be possible to improve and develop in the field of local gastronomy tourism. Suggestions were made for future studies and stakeholders.

Keywords: Slow food, Local cuisine, Köyceğiz.



TEŞEKKÜR

Tez sürecimin her aşamasında yardımlarını esirgemeyen, bilgi ve tecrübesiyle yol gösteren değerli hocam Prof. Dr. Rıdvan KOZAK' a;

Tez savunma jürimde çalışmama değerli görüş ve önerileriyle katkıda bulunan Sn. Doç. Dr. Duran CANKÜL' e ve Sn. Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ' e;

Tez çalışmamda büyük emeği ve desteği olan, beni her daim cesaretlendiren sevgili amcam Evren ELMALI' ya;

Hayatın bana en kıymetli armağanları canım annem ve canım babama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Mukaddes AKSADE

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xiii
GÖRSELLER DİZİNİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL MUTFAK KAVRAMI

1. Yöresel Mutfak Kavramı	2
2. Yöresel Türk Mutfağı	5
3. Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmi ile İlişkisi	10
4. Yöresel Mutfakların Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü	12
5. Yöresel Mutfak ve Sürdürülebilirlik İlişkisi	16
6. Yöresel Yiyeceklerin Turizmdeki Yeri ve Önemi	18

İKİNCİ BÖLÜM

YAVAŞ KAVRAMI VE SLOW FOOD HAREKETİ

1. Yavaş Hareketi	20
-------------------------	----

2. Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi	22
2.1. Slow Food Hareketi'nin tarihsel gelişimi	23
2.2. Slow Food Hareketi'nin faaliyetleri	28
2.3. Slow Food Hareketi temaları	33
3. Cittaslow (Yavaş Şehir) Hareketi	37
3.1. Cittaslow Hareketi'nin tarihsel gelişimi	38
3.2. Cittaslow Hareketi felsefesi	38
3.3. Cittaslow kriterleri	41
3.4. Cittaslow şehri Köyceğiz	46
3.4.1. Köyceğiz'in tarihi	48
3.4.2. Köyceğiz'in coğrafi konumu	49
3.4.3. Köyceğiz'in turizm potansiyeli	49
3.4.4. Köyceğiz'in yerel yemekleri	50
3.4.5. Köyceğiz'de düzenlenen faaliyetler	52
4. Yavaş Turizm	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ

1. Araştırmanın Önemi ve Amacı	56
1.1. Araştırmanın varsayımları	56
1.2. Araştırmanın sınırlılıkları	57
2. Araştırma Yöntemi	57
2.1. Evren ve örneklem	57
2.2. Veri toplama aracı	58

2.3. Veri toplama süreci	58
3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği	59
4. Verilerin Analizi	59
5. Bulgular	60
SONUÇ VE ÖNERİLER	71
KAYNAKÇA	75
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Türk Yemek Kültürünün Bütünsel Yapısı	9
Tablo 2. Slow Food' un Tarihsel Süreci	24
Tablo 3. Türkiye'de Yavaş Şehir Ağına Kayıtlı Kentler	45
Tablo 4. Slow Travel (Yavaş Turizm) – Turist Deneyiminin Bütünü	54
Tablo 5. Katılımcıların Demografik Verileri	60



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Yöresel Mutfak Deneyimi İle Destinasyonu Tekrar Tercih Etme Arasındaki İlişki.....	14
Şekil 2. Geleneksel Yerel Gıdaların Sürdürülebilir Gelişime Katkı Alanları	17



GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1. Slow Food Logosu	28
Görsel 2. Cittaslow Logosu	40
Görsel 3. Köyceğiz Gölü Kordon	47
Görsel 4. Kaunos Antik Kenti	48
Görsel 5. Yoğurtlama Tabacağı	50



GİRİŞ

Günümüzde gastronomi sektörü sürekli değişen, kendini yenileyen ve gelişim gösteren bir alandır. Gastronomi alanında bu değişim ve gelişimlerin sonucu olarak yeni akımlar ve oluşumlar meydana gelmektedir. “Slow Food” yaklaşımı da bunlardandır. Genel olarak Slow Food hareketi, yörede üretim yapan çiftçileri ve ürettikleri yöreye ait ürünlerin desteklenmesine, yöresel yemeklerin geleneksel pişirme yöntemleri kullanılarak hazırlanmasına önem veren oluşumdur. Slow Food turizm yaklaşımı yereli ve gelenekseli merkeze alan bir yapıya sahiptir. Yöreye gelen turistlerin yöreye ait yemekleri deneyimlemesi ve yörenin kültürü hakkında bilgi edinmesi turistler tarafından çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Koban, 2020: 320). Yöresel mutfak motivasyon öğeleri ise kültürel ve heyecan verici bir deneyim, rutinden kaçış, birliktelik, prestij, duyulara hitap olarak sıralanmaktadır (Şengül ve Türkay, 2017: 11). Yöresel mutfak deneyimi yaşamak isteyen turistler için Slow Food kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler gastronomi turizmi açısından oldukça destekleyici bir faktördür (Koban, 2020: 320).

Bu çalışmada, “Slow Food Hareketi” yaklaşımıyla gastronomi turizminde yöresel mutfak kavramı ele alınmıştır. Çalışmanın temel amacı, Slow Food Hareketi kapsamında Köyceğiz yöresel mutfağının, gastronomi turizmi açısından mevcut durumunun belirlenmesi, Cittaslow şehri olan Köyceğiz’de faaliyet gösteren otel ve restoran işletmelerinin Slow Food Hareketi’ne yönelik bakış açılarını belirlemek ve yörede gastronomi turizminin geliştirilmesi için öneriler sunmaktır.

Tez çalışmasının ilk bölümünde yöresel mutfak kavramı, yöresel mutfakların gastronomi turizmi ile ilişkisi, yöresel mutfakların destinasyon pazarlamasındaki rolü, yöresel mutfak ve sürdürülebilirlik ilişkisi, yöresel yiyeceklerin turizmdeki yeri ve önemi kavramlarına yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, Slow Food Hareketi ve Cittaslow Hareketi’nin ortaya çıkışı, tarihsel gelişimi, felsefesi ve faaliyetleri ile yavaş şehir olan Köyceğiz hakkında bilgiler yer almaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın önemi ve amacı, varsayımları, sınırlılıkları, yöntemi, evreni ve örnekleme, veri toplama, verilerin analizi, araştırmanın bulguları, sonuç ve önerilerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, Slow Food Hareketi kapsamında Köyceğiz yöresel mutfağının bilinirliğinin genişletilmesi, hakkında farkındalık oluşturulması ve gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YÖRESEL MUTFAK KAVRAMI

1. Yöresel Mutfak Kavramı

Yöresel yemekler kuşaktan kuşağa aktarılan, zaman içerisinde değişim ve gelişim göstererek zenginleşen, yöreye has ürünlerin kullanılmasıyla meydana gelmektedir. Geçmiş zamanlarda yaşanan savaşlarla ülkelerin fethedilmesi sonucunda bölgeler arası etkileşim yaşanarak yöresel yemekler, kendi kültürlerinde olan yemeklerin zamanla değişim göstererek benimsendiği görülmektedir (Kalenjuk vd., 2015; Işıldar, 2016: 57).

Yöresel mutfaklar, yöre halkı tarafından gelenek haline getirilmiş, yöre kültürüne yerleşmiş yemeklerden oluşmaktadır. Geçmişten günümüze kadar süregelen geleneklerle, yaygın olarak yaşanan bir olay sonucunda kültüre yerleşmiş olan ve özel günlerde yenilen yemekler halk tarafından diğer yapılan yemeklere göre tercih edilmektedir (Hatipoğlu vd., 2012; Demirtaş ve Akkuş, 2020). Kalenjuk vd. (2015)'e göre yerel yemekler *“yerel ve otantik gıda maddeleriyle evlerde hazırlanan veya bir restoran veya bir şehrin özelliği olan yemekler”* şeklinde tanımlanmaktadır. Şengül'e (2017) göre ise, *“Yöresel yemekler; toplumların kültürel öğelerini içerisinde barındıran, dini ya da milli etkilerle şekillenen, yöreye ait olan ürünlerden elde edilen, yöresel araç gereç ya da pişirme tarzları kullanılarak üretilen ve bölge halkının beslenme şekillerini ortaya koyan yiyecekler olarak tanımlanabilir”* ifade edilmektedir. Diğer bir tanıma göre, *“Yemeğin, bir hedef bölgenin kültürünü ve kimliğini pazarlamanın önemli bir aracı olduğu saptandığı için, besin tüketimi hedef bölge pazarlamasının gelişiminde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Diğer sebep de, hammaddelerin etrafında bir turistik deneyim yaratmak yoluyla, besin tüketiminin yerel besin üreticilerinin ürünlerine katma değer yaratmasıdır”* şeklinde ifade edilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002; akt. Yıldız, 2020).

Yöresel mutfakların oluşumunda etkili olan unsurlar ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yöreye özgü yiyecek içecek ürünleri,
- Dini etkiler,
- Milli etkiler,
- Gelenek ve görenekler,
- Yeme-içme alışkanlıkları,
- Mevsimsel özellikler,
- Coğrafi özellikler ve
- Tarihsel birikim (Şengül ve Türkay, 2017: 2).

Yerel yemekler, bir bölgenin kültürü ve geleneği ile doğrudan ilişkidir. Üretilen yerel gıdalar, onu diğer ürünlerden farklı kılan belirli bir kökenden geldiği anlamını taşımaktadır. Bu nedenle yerel yemek, destinasyon pazarlamasına ve gelişimine katkıda bulunan, yerel kültür ve geleneklerle temas halinde olmalarını sağlayan somut olmayan bir kültür mirasına sahiptirler (Pizzichini, Andersson ve Gregori, 2021).

Turistler, macera arayışı ve farklı deneyimler yaşama arzusu ile farklı kültürleri deneyimlemek, değişik mutfaklar hakkında bilgi sahibi olmak, farklı lezzetler tatmak, gıda üretim yöntemlerini öğrenmek gibi kültürel deneyimler yaşaması destinasyonda turistik çekim unsurları oluşturacaktır. Bunlara ek olarak, bazı turistler için yöresel, otantik ve kaliteli yiyecek içecekler çok önemli turistik çekicilik özelliği yaratmaktadır (Yıldız, 2020: 78). Otantiklik, destinasyonu ziyaret eden turistler açısından oldukça önemli bir faktördür. Yöresel yemeklerin otantiklik konusundaki rolü dikkate alındığında işletmeler, gelen ziyaretçilere otantik yöresel yiyeceklerin sunulmasına odaklanması gerekmektedir. Turistler, gittikleri işletmelerde özgün yiyecek ve içeceklerin bulunmasına önem verdikleri ve memnuniyetlerinin bu doğrultuda etkilendiği görülmektedir (Atsız, Çifçi ve Law, 2021). Özgünlük ve kültür açısından yerel mutfaklar, yaratılan destinasyon imajının olumlu faktörü olarak değerlendirilmektedir. Destinasyon paydaşları bölgeye daha fazla turist çekmek ve memnuniyetlerinin artırılması için tarifleri ve menüleri geliştirmeye çalışmaktadırlar. Ayrıca, yöresel yemeklerin ve otantik çevresel ortamların birleştirilmesini sunan gurme rotaları geliştirilerek ve turistlerin yöresel yemek tariflerini öğrenmek için uygulamalı eğitim almaları sağlanarak destinasyon hakkında

olumlu duygular edinmeleri hedeflenmektedir (Gupta, Roy ve Promsivapallop, 2020). Yerel gıda ve otantik yemekleri tanımlamak gerekirse:

Yerel Gıda: Belirli bir bölge sınırları içerisinde üretimi yapılan, işlenen ve satışı gerçekleştirilen gıdalardan oluşmaktadır.

Yerel ve Otantik Yemekler: Yerel ve otantik olarak üretimi yapılan gıda maddeleriyle evlerde veya restoranlarda hazırlanan ve bir şehrin özelliğini taşıyan yemeklerdir (Işıldar, 2016: 61).

Turistlerin destinasyon tercihlerinde en etken faktörlerden biri mutfak kültürüdür. Yöreye gelen turistlere sunulan yöresel yemekler ve yörenin kültürü destinasyonu cazibe merkezi haline getirmektedir (Aslan, Güneren ve Çoban, 2014). Yöreye ait yemek kültürünün, turistlerin tercihlerinin ve yöreye olan ilgilerinin artma eğiliminde olduğuna dair birçok çalışma ilgili literatürde yer almaktadır (Cohen ve Avieli, 2004). Bu çalışmalardan bazılarına örnek vermek gerekirse; Yerel yemekler önemli bir turistik cazibe oluşturmakta ve turist deneyiminin merkezinde yer almaktadır. Turistlerin özgün yiyeceklerin, yerel gıda tüketiminin ve destinasyonlardaki yerel yeme alışkanlıklarının temel öğeler olduğu yerel kültürü deneyimlemekten keyif aldıkları belirtilmiştir (Björk ve Kauppinen-Raisanen, 2014). Turistlerin yerel mutfak deneyimleri beslenmekle kalmayıp, aynı zamanda yenilik keşfettikleri sonucuna varılmıştır (Kim vd., 2021). Yöresel yemekler, yöreye ait kültürün aktarılmasında önemli yeri olan, hatırlanabilir turistik deneyimlerin oluşturulmasına katkıda bulunan, destinasyonda dikkate değer ölçüde çekicilik unsuru oluşturarak turistik ürün çeşitlendirmesi meydana getirmesinde yarar sağlayan turistik üründür. Destinasyonlarda turistlere sunulan gastronomik ürünler, mekân algısı ve yöresel kültürün aktarılması, çekicilik faktörlerinin zenginleşmesi diğer turizm bölgelerine rekabet avantajı sağlamaktadır (Yıldız, 2020: 87). Yöresel yemeklerin ve coğrafi işaretle tescillenen ürünlerin gastronomi turizminin gelişmesinde katkısının olduğu görülmektedir (Pamukçu vd., 2021). Destinasyonlarda, yörenin sahip olduğu geleneklerinin etkisi, oluşturulan farkındalık bilinci ve bölgenin tanınırlığının sağlanması artı olarak getiri sağlamaktadır (Alonso ve Kok, 2020).

Yöresel mutfakın sahip olduğu gelenekler ve kültür geçmişten günümüze değin gelmektedir. Buna bağlı olarak gastronomi ürünleri ve gelenekler arasında bir bağ bulunmaktadır. Dolayısıyla geleneklerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması,

gastronomi turizminin sürdürülebilirliği ve gelişimi açısından oldukça önemli etkiye sahiptir (Değişgel, 2021: 270).

2. Yöresel Türk Mutfağı

Gastronomi, yemek ve toplumların kültürleri arasındaki bağlantıları inceler. Bir toplumun yemek kültürü, bulunduğu coğrafi bölgenin iklim koşullarını, insanların yaşam biçimlerini, toplumların geldikleri bölgelerdeki beslenme alışkanlıklarını, komşu olan ülkelerin yemek kültürlerini ve tüketim şekillerini içerir (Oktay, 2018: 125).

Orta Asya döneminden günümüze kadar uzanan zaman içerisinde Türk mutfağının yaşadığı değişiklikler; zaman, coğrafi koşullar, iklim vb. faktörlerin etkisiyle değişimler yaşamıştır (Şengül ve Türkay, 2017: 25). Türklerin Anadolu'ya yerleştikleri dönemlerde, bu topraklarda yaşayan uygarlıkların yiyecek-içecek kültürleri yöresel karakter niteliğindeydi. Asya'dan göçen Türklerin et ağırlıklı mutfağıyla yöresel Anadolu mutfakları zaman içerisinde birbirlerinden etkilenmiştir. Ege kıyılarından balık ile zeytinyağı, güneyden şerbetli tatlılar, Bizans'tan Roma mutfağı ile Türk mutfağı harmanlanmıştır. İmparatorluğun fetihlerle geniş coğrafyalara yayılmasıyla Orta Doğu, Akdeniz ve Avrupa yemek kültürleriyle etkileşim sonucu Anadolu mutfağı gelişim göstererek zenginleşti (Gürsoy, 2019b: 79).

Türk mutfak kültüründeki yemekler özgünlük konusunda dünyanın önde gelen lezzetlerine sahiptir. Bu durum Türk gastronomisini diğer mutfaklardan ayrıcalıklı kılmaktadır (Oktay, 2018: 108). Gastronomi uzmanları tarafından dünyanın en önemli mutfakları arasında Türk Mutfağı gösterilmektedir. Geçmişten günümüze kadar Anadolu'da yaşamış çeşitli uygarlıkların etkisiyle zenginleşen Türk Mutfağı, dünyanın en zengin üç mutfağı arasında yerini almıştır (Cömert ve Özkaya, 2014).

Geleneksel Türk Lezzetleri tanımı için maddeler aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- Dünya üzerinde günümüzde talep edilen bir yiyecek olmalı
- İlk defa Türk mutfak kültürünün tarihinde keşfedilmiş olmalı
- Günümüzdeki Türkiye sınırları içerisindeki Türk mutfağında halen tüketiliyor olmalı
- Günümüz Türk kültüründe, Türkler tarafından bilinen, tanınan ve unutulmamış olmalı (Oktay, 2018: 115).

Türkler, anayurtları olarak kabul edilen Orta Asya'da uzun bir zaman göçebe tarzında yaşamlarını sürdürdüler. Türklerde, 5. yüzyıldan itibaren belirli bir tarım kültürü oluşmaya başlamıştır. Dağınık topluluklar halinde yaşadıkları ve Hunlar, Hazarlar, Göktürkler, Uygurlar, Kuşanlar, Akhunlar devletlerini kurdukları dönem süresince Türkler, batıda İran, güneyde Hint, doğuda Çin ile devamlı etkileşim halinde olmuşlar ve mutfak kültürleri de bu süreçten etkilenmiştir (Gürsoy, 2018: 93). Orta Asya'nın coğrafi özelliklerinden dolayı et ve süt ürünlerine dayalı bir beslenme alışkanlıkları vardır. Göçebe oldukları için belli bir coğrafi alana tutunamadan zor yaşam koşullarına uyum sağlamışlardır. Özellikle sürekli değişen iklim koşulları ve kıtlıkla nasıl başa çıkılacağını bilmişlerdir. Orta Asya döneminde ekonomik kaynaklar incelendiğinde geçimin hayvancılıkla sağlandığı görülmektedir. Bu sebebin etkisiyle yemekler genellikle et ağırlıklı olarak yapılmıştır (Şimşek ve Güleç, 2020: 132).

1071 Malazgirt Savaşı'ndan sonra Selçuklular, Anadolu topraklarının büyük bir bölümünü ele geçirmişlerdir. Anadolu Selçuklu Devleti 1077-1308 yılları arasında hüküm sürmüştür. Köklü tarihi geçmişe sahip olan Orta Asya'dan Anadolu'ya gelen Türkler, farklı kültürlerle tanışmış, birlikte yaşamış olması nedeniyle mutfak kültürü gelişmiş ve zenginleşmiştir. Orta Asya ve Anadolu topraklarında yetiştirilen ürünlerin çeşitliliği, farklı kültürlerin sahip olduğu gelenek ve görenekler gibi unsurlar zengin bir mutfak kültürünün oluşmasında etkili rol oynamıştır. Selçuklular döneminde ortaya çıkan kendine has mutfak kültürü Türk mutfağını daha önemli hale getirmiştir. Anadolu Selçuklu mutfak kültürü hakkında çok az bilgi günümüze kadar ulaşmıştır. Selçuklu mutfak kültürünün kökeni XI. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Selçuklu mutfağı et ve süt ürünleri ile tarım ürünleri olarak iki ana bölümden oluşmaktadır (Akdemir, 2020: 145-146). Selçuklu mutfak kültürünün oluşmasındaki en önemli faktörler; İslam dinin kabulü ve yerleşik hayata geçiş olmuştur. Anadolu'nun sahip olduğu tarım alanları, bitki örtüsü, iklimi Orta Asya'dan farklı olması sebebiyle, bu topraklarda yetişen sebze ve meyve çeşitliliği bakımından oldukça zengin olması ve denizlerdeki balık çeşitliliği Selçuklu mutfak kültürünü etkilemiştir (Taşpınar ve Demirkol, 2019: 90).

Osmanlı dönemi, Türk mutfak kültürünün en çok gelişim ve zenginleşme gösterdiği zamandır. Osmanlı imparatorluğunun üç kıtaya yayılması en büyük etken olmuştur. İmparatorluk sınırları içinde yaşayan farklı din, kültür, gelenek ve göreneklere sahip insanlarla kültür alışverişinde bulunmuşlardır (Gürsoy, 2019a:89). Osmanlı

imparatorluğu 1299-1922 yılları arasında üç kıtada hüküm sürmüştür. Osmanlı mutfağı, Orta Asya'dan gelen gelenekler ile fetihler sonucu ilişkiler kurduğu ülkelerle etkileşimde bulunarak mutfağı gelişmiş ve zenginleşmiştir. Osmanlı döneminde, ilk mutfak örgütlenmesi gerçekleşmiştir. Osmanlı döneminde gösterişsiz olan halk mutfağı oldukça lezzetli ve çeşit yönünden zengindir. Halk mutfağında etli yemek, çorba, pilav, zerde yer almaktaydı. Ayrıca, yoğurt, bal, pekmez, kuru meyveler de tüketilmekteydi (Sabbağ ve Boğan, 2019: 9). Türklerin en çok tükettiği yiyecek ve içeceklerin başında, çorba, etli pilav, yahni, börek, dolma, çeşitli sebze yemekleri, peynir, meyve şerbetleri, sütlü tatlılar gelmektedir. Yemeklerin yapımında ağırlıklı olarak tereyağı kullanıyor ve koyun etini tercih ediyorlardı (Tez, 2021: 61). Osmanlı mutfağının en parlak dönemi olan Kanuni zamanında görkemli, gösterişli ziyafetler, kutlamalar yapılmaktaydı. 18. Yüzyılın başlarında "Lale Devri" döneminde ilk Batılılaşma girişimleri başlamıştır (Belge, 2018: 124).

Cumhuriyet döneminin başlarında teknoloji ve iletişim alanındaki yetersizlik nedeniyle, bazı yörelere özgü yemekler korunmuş, ileriki zamanlarda teknolojinin gelişmesine bağlı olarak yörelere özgü yemekler diğer yörelerde tanınmaya ve yapılmaya başlanmıştır. Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında Türk mutfağına ait yazılı kaynaklarda ağırlıklı olarak İstanbul mutfağı yer almıştır. Cumhuriyet döneminde mutfak kültürü, Anadolu'da daha önce yaşamış tüm toplulukların ve devletlerin mutfak kültürlerinin karışması ve etkileşimi ile oluşan yemeklerden meydana gelmiştir (Oktay, 2018: 98).

Türk mutfağı, Orta Asya'dan Anadolu'ya yaşanan göçlerle farklı kültürlerle etkileşen, değişen ve gelişen yemeklerden oluşmaktadır. Türk mutfağı dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahiptir. Yöresel mutfak araştırmalarından elde edilen bilgilere göre, çeşit ve tat yönünden Türk mutfağı ön sıralarda yer almaktadır. Türk mutfağı, Çin ve Fransız mutfaklarıyla beraber dünyanın sayılı üç mutfağı arasında olduğu kabul edilmektedir. Türkler köklü tarih geçmişlerine ve zengin kültürel değerlere sahiptir. Kültürlerinin zengin olması, kültürün unsurlarından olan yemek kültürünün de aynı zamanda zengin olması anlamını taşımaktadır. Türk mutfağının kendine has özelliklerinin olması ve zengin bir mutfak olmasının; Türklerin tarihsel geçmişi, gelenek ve görenekleri, kültürü ve yaşadığı coğrafyanın etkilerinin olduğu görülmektedir. Türk mutfağı, bütün yiyecek ve içecekleri ile yemeklerin hazırlanmasında kullanılan araç-gereçler ve yemek töresi olarak anlaşılmaktadır. Türk mutfağında, çeşitli ürünler ile değişik şekillerde aromaların

kullanılması, farklı çeşit ve tatla yemeklerin pişirilmesi diğer mutfaklardan ayrılarak ün kazandırmıştır. Dünyanın en zengin mutfakları arasında olan Türk mutfağı, geçmişte sahip olduğu göçebe kültürü sayesinde birçok farklı kültürle etkileşim yaşamaları ve yerleştikleri toprakların coğrafi özellikleri sayesinde üstünlüğe sahiptir. Orta Asya göçebe yaşam tarzı, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu dönemi mutfak kültürleri Türk mutfağının biçimlenmesinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Orta Asya'nın sade mutfak kültüründen, zengin Selçuklu ve Osmanlı mutfak kültürüne evrilmiş ve zengin Türk mutfağı meydana gelmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde Türk halk mutfağı, eski Orta Asya Türklerinin tarım ve hayvancılık geleneğine bağlı olarak gelişimi ve Anadolu coğrafyasından elde edilen çeşitli ürünlerle zenginleşmiştir. İslamiyet'in kabulü, Selçuklu ve Osmanlı Saray mutfağının etkisi Türk mutfağının ayrıcalıklı olarak yapılandırmıştır (Heper ve Karaca, 2019: 61-62).

Toplulukların yaşadığı kültürel ve fiziksel coğrafyanın sahip olduğu çeşitlilik yemek kültürlerinin oluşmasında rol oynamaktadır. Tarihsel süreçlerde farklı kültürlerle kurulan ilişkiler ve coğrafyanın sahip olduğu özellikler mutfak kültürüne yansımaktadır. Bu bağlamda imparatorluk geleneği bulunan toplumların önemli bir mutfak kültürü oluşmaktadır. Türk mutfağının sahip olduğu mutfak kültürünün zenginliği, tarih sürecinde yaşamış olduğu coğrafi ve kültürel etkileşimlerle olmuştur. Yaşanılan süreçler yemek kültürünün yayılmasını sağlayan öğeleridir. Bu öğeleri şu şekilde sıralayabiliriz:

- Ekonomik ilişkiler ve ticaret yolları,
- Göçler ve coğrafi keşifler,
- Savaşlar ve fetihlerin yerleşimleri (Beşirli, 2017: 193).

Köklü tarihi geçmiş ve zengin bir yemek kültürüne sahip olan Türkler, yeme içme unsurları ile şekillenen birçok toplumsal gelenek göreneğe sahiptir. Bunlar düğün, sünnet, asker uğurlama ve ölüm törenleri şeklinde sıralanmaktadır. Bu sosyal organizasyonlar kültürel birikimimizin sürdürülebilirliği, tanıtımı ve pazarlanması yönünden oldukça önemlidir. Türkler, yeme içme unsurlarını içselleştiren; inancalarını, yaşamışlıklarını, duygularını gelenek ve göreneklerini bu unsurlar aracılığıyla aktarabilen nadir toplumlar arasında yer almaktadır (Çekiç, 2021: 405-412).

Tablo 1. *Türk yemek kültürünün bütünsel yapısı (Soner, 2020: 102)*

SOYUT	Sembolik	Kimlik unsuru, aidiyet, milliyetçilik, kutsallık, doğallık, statü, kültürel miras, özgünlük, yerellik, sözlü kültür, hikâyeler
	Gelenek ve Ritüeller	Düğün, cenaze, doğum, bayram ve diğer özel gün gelenekleri, çeşitli şenlik ve festivaller, dini günlere dair gelenekler (aşure, kandil simidi, helva, paskalya çöreği vb.)
SOMUT	Yetiştirme Tarımsal Üretim	Farklı iklim koşullarının avantajı olan çeşitlilik, İhracata ve iç piyasaya yeterli üretimi yapma olanağı
	Hazırlama ve Pişirme, Saklama	Özgün pişirme teknikleri Et ve sebzenin dengeli birlikteliği Bastı, kalye, yahni, kebab, güveçler, pilavlar, zeytinyağlılar, börekler, tatlılar Kış hazırlıkları, Kurular, reçeller, meyve şurupları, erişte, Tat verici ekşi, acı, tatlı çeşniler, sirke, meyve ekşileri Fermente ürünler, turşular, tarhana, salamuralar Modern ve geleneksel gıda üretim yöntemleri ile işlenmiş, sağlıklı hazır gıdalar

Tablo 1. (Devam) *Türk yemek kültürünün bütünsel yapısı (Soner, 2020: 102)*

	Tüketme	Ev ve ev dışı tüketim Eğlence sektörü Yeme içme mekânları Marketler Pazarlama, markalaştırma, ihracat
--	---------	--

Türkiye'nin sahip olduğu gastronomi temalı somut olmayan kültür unsurları ve mutfak kültürü, turistik ürün geliştirme açısından uygun olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, kültürel unsurların etkin bir biçimde planlanması ve sürecin doğru yönetilmesi için çalışmaların yapılması gerekmektedir (Çekiç, 2021: 405-412).

3. Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmi ile İlişkisi

Gastronomi turizmini “*yöresel mutfak kültürünü tanımak, yöreye özgü bir lezzetin tadımını yapmak, bölge coğrafyasına ait ürünlerin yetiştirilmesini ve toplanmasını görmek, mutfağa ait folklorik araç ve gereçleri tanımak, ünlü restoranların yemeklerini yemek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşidi*” şeklinde tanımlamak mümkündür (Şengül ve Türkay, 2016).

Yöresel mutfakların gastronomi ile ilişkisi değerlendirildiğinde gastronomi, destinasyon tercihinde önemli bir motivasyon unsuru olarak ifade edilirken, gastronomi turizmi ise yerel kültürel mirasın tüketimi şeklinde ifade edilmektedir. Benzersiz yerel kültürel miras özelliğiyle gastronomi, gıdaların üretimi, yemeklerin hazırlanması ve sunumu ile turizm destinasyonlarında rekabet avantajı sağlamada çekicilik yaratan en önemli unsurdur. Gastronomik turizm;

- Yerel kültürel mirasın kaynağı,
- Turist motivasyon kaynağı,
- Yerel kültürel mirasın tüketimi,
- Ekonomik gelişime katkı,
- Rekabet gücü (avantaj) sağlamada cazibe faktörü olmak üzere beş unsura sahiptir (Koban, 2020: 32-33).

Destinasyon tercihinde önemli bir motivasyon kaynağı olan “otantik” yerel yiyecekler, turizm tüketiminde çok önemli rol oynamaktadır. Gastronomi deneyimleri turistler

tarafından, yalnızca o yörede yetişen, üretilen ve benzersiz özelliği olan yiyecekler olarak değerlendirilmektedir (Koban, 2020: 32-33). Ayrıca, turistlerin gastronomi turizmi motivasyon faktörleri arasında, gidilen destinasyona özgü yemekleri tatmanın yanı sıra, yemeklerin pişirilme-sunum aşamalarını görmek, düzenlenen festivallere katılmak, yöreye özgü yiyecek-içecek ürünleri yetiştirenleri ziyaret etmek yer almaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014).

Yerel yemeklere yönelik tutumlar, gastronomi destinasyon imajı ve yemek için tekrar ziyaret niyeti arasındaki pozitif ilişkilerin olduğunu göstermektedir. Yerel yemeklerin turistlerin belirli bir destinasyonu seçme kararlarında kritik bir rol oynadığı görülmektedir (Li, Kong ve Yang, 2021). Restoranların sunduğu zengin yemek kültürünün, turistlerin yeniden o restorana gitme isteğini oluşturması açısından önem taşımaktadır (Karim ve Chi, 2010).

Destinasyonların sunduğu gastronomik teklifler, turist deneyiminin önemli bir unsurudur. Turistler, seyahatleri sırasında deneyimledikleri yerel yemeklerin tadını uzun süre hatırlar ve tükettikleri yerel lezzetlerden memnun kalırlarsa yeniden o yemekleri istemektedirler. Dolayısıyla yerel yemekler destinasyona müşteri sadakati sağlamaktadır. Turistlere göre geleneksel yemeklerde bulunması gereken özellikler; geleneksel yemeklerin tarihi, mevsiminde yetiştirilen kaliteli gıdalar, belirli duyuşsal özelliklere sahip olması, yüksek kaliteli, sağlıklı ve özgün olması şeklinde sıralanmaktadır. Geleneksel ürünlerin kalitesinin ve özgünlüğünün korunmasının güvenli gıda bileşenleri kullanılarak artırılması, yerel üreticiler tarafından üretilmesi ve güvenli bir şekilde hazırlanması önerilmektedir. Geleneksel yemeklerle birlikte mutfak geleneklerini sürdürmek ve destinasyonu tanıtmak için turizm pazarına dâhil olan paydaşlarla birlikte ortak çalışmalar yapılmalıdır (Zrnic, Brdar ve Kilibarda, 2021).

Yerel gıda anlayışı, belirli bir mesafede veya açıkça tanımlanmış coğrafi sınırlar içerisinde iklim, topografya ve geleneksel beceriler ile kombinasyonlarının sonucu olarak üretilmiş olmalarını ifade etmektedir. Diğer taraftan sosyo-ekonomik boyutun öne sürüldüğü görülmektedir. Yerel gıdaların sosyal ve ekonomik faydaları sağlanmasında, yerel geleneklerin korunmasında, iş fırsatlarının geliştirilmesinde oldukça önemli etkilerinin olduğu görülmektedir. Turizm destinasyonu gelişiminin bir parçası olarak yerel yiyecekleri, arz tarafı temsilcilerinin yerel gıdayı destinasyonda önemli bir unsur

olarak algıladıkları, pazarlama ve hedef geliştirme aracı olarak kullanmaktadırlar (Stalmirska, 2021).

Turistlerin destinasyonu ziyaret etmeden önce sahip oldukları yerel gastronomi bilgi düzeylerinin ziyaret sonrası bilgilerinden daha az olduğu olması muhtemeldir. Bu nedenle, gastronomi turizmi pazarlamasında bu bilgi eksikliğini göz önünde bulundurularak tanıtımlarda yiyecek ve içecekler hakkında daha fazla bilgilendirme yapılması gerekmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi turizminin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlamak için, destinasyonlardaki yiyecek içecek işletmelerinin yöresel, bölgesel, otantik lezzetlerin tanıtımlarının yapılması gerekmektedir (Kalenjuk vd.,2015). Gastronomi, turistlerin destinasyon seçiminde önemli ölçüde etkilidir. Turizm bölgesindeki pazar payı için mücadele eden destinasyonlar, kamu ve özel yatırımlar yoluyla turizm taleplerini canlandırabilmektedirler. Gastronomi arzlarının daha etkin bir şekilde tanıtımının yapılması gerekmektedir (Kivela ve Crotts, 2005).

4. Yöresel Mutfakların Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü

Turizm bölgelerinin yönetimleri tarafından, yöresel mutfakların ve ürünlerin somut olmayan mirasın ana öğelerinden biri olduğu, ulusal ve yerel kültürel özelliklere sahip olduğu, yöresel mutfakların farklılaşma yarattığı kabul edilmektedir. Dolayısıyla yöresel mutfakların, turizm pazarlamasında ve uluslararası markalaşmada çok önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedirler (Koban, 2020: 394). Destinasyonların pazarlamasında gastronomi turizminin tarım, kültür ve turizm kökenine dayanması yatmaktadır. Bu unsurlar destinasyona çekicilik ve deneyim fırsatı oluşturmaktadır. Tarım, bölgede yetiştirilen ürünlerin tedarikini, kültür; özgünlüğü ve tarihsel geçmişi, turizm; alt yapıyı ve hizmetleri temin etmektedir (Yüncü, 2010; Cömert ve Özkaya, 2014).

Yöresel mutfakların bulunduğu destinasyonlar için turistik çekicilik oluşturmalarının yanı sıra pazarlama aracı olarak kullanılan bir turistik üründür (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2021). Yöresel ürünleri çekici yapan özellikler özgün olması, tarihsel geçmiş, belli bir beceri, bilgi birikimi ve diğer geleneklerdir (Şengül ve Genç, 2016).

Gastronomi turizmi ile bölgesel kalkınma arasında kilit rol oynayan bileşenlerden biri yerel gıdaların tanıtımıdır. Yöreye gelenlerin doğrudan üreticiden yerel gıda satın almalarının dışında, restoran işletmeleri tarafından da yerel gıdaların kullanılması yöreye ait gıdaların üretim hacimlerinin artması açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda,

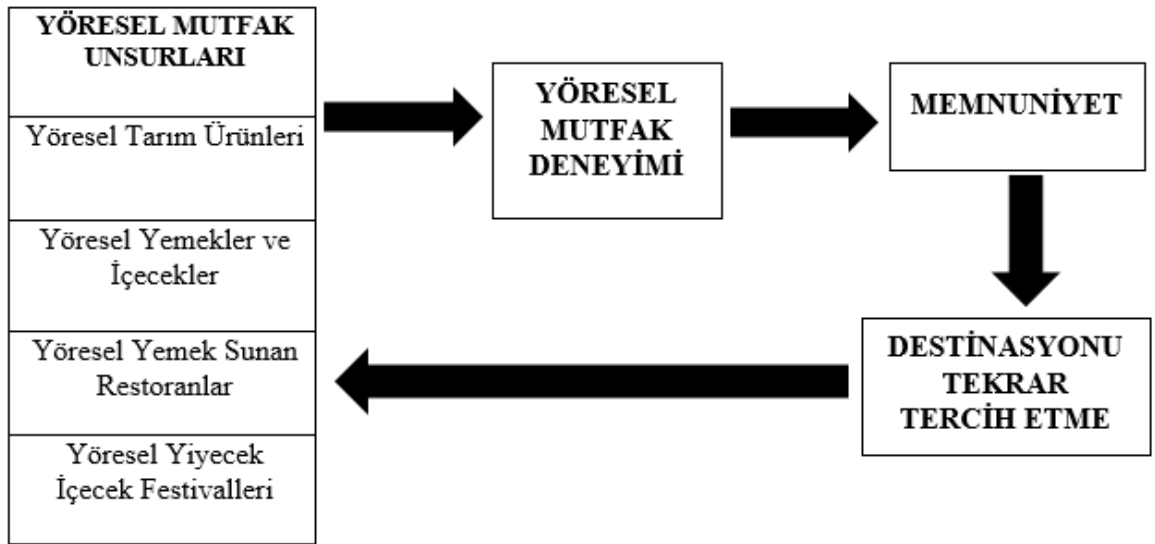
menülerde yerel gıdalar yönünde markalaştırılması restoranların pazarlanmasında işletmeleri lider konuma getirebilir (Smith ve Hall, 2003). Turistlerin seyahat motivasyonlarını etkileyen gastronomik öğeler ve kültürel uygulamaların doğru bir şekilde planlanması, turizm pazarlanması açısından oldukça önem taşımaktadır. Mutfak kültürüne ilişkin algı yönetimi pazarlama faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Algı yönetiminin en önemli destekleyicileri, temsiller ve kitle iletişim araçları ile yapılan faaliyetlerdir. Türkiye, sözü edilen iletişim kanalları aracılığıyla mutfak kültürünün tanıtımını gerçekleştirmek için çalışmalar yürütmektedir. Gerçekleştirilen bu girişimler genel olarak yeme içme unsurlarının fiziki boyutuna odaklansa da somut olmayan kültürel yönüyle ilgili çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla, yüksek kültürlü turistlerin destinasyon tercihlerinin oluşturulması aşamasında önemlidir (Çekiç, 2021: 414-415).

Destinasyon markalaşmasına, dünyadaki en zengin üç mutfağı arasında yerini alan Türk Mutfağı, uygulanacak doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imaj sayesinde katkılar verecektir (Cömert ve Özkaya, 2014). Yöreye ait yemekler ve yerel ürünlerle birlikte tanıtımı yapılarak turistlerin tercihlerine göre şekillendirilebilir (Cohen ve Avieli, 2004). Yöresel mutfakların müşteri sadakati yaratmada en etkili faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Destinasyonlara yönelik müşteri sadakati yaratabilmek için turistlerin eşsiz yöresel yemek deneyimleri yaşamasının ve bu deneyimlerin sonucunda memnuniyetinin sağlanması gerekmektedir (Üzülmez, 2021). Yöresel yemeklerin pazarlamada kullanılabilmesi için tanınırlığının artırılıp tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir. Turistik ürün pazarlanmasında, yörede düzenlenen etkinlikler ve festivaller yöreye ait yemeklerin tanıtımı açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Gastronomik ürünlerin tanıtımı ve pazarlanmasında düzenlenen festivallere ek olarak, aşçılık atölyeleri, yemek kursları, gıda fuarları, yemek turları, yöresel pazarlar ve mutfak müzeleri ziyaretleri gibi etkinliklerde düzenlenmektedir (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2021).

Yemek festivallerinin turizm bölgelerinde destinasyon markalaşması açısından belirleyici bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Destinasyonlarda düzenlenen yemek festivalleri bölgeyi tanıtmak için kullanılabilir. Yemek festivalleri, birçok yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmektedir. Bölgeye sadece ekonomik katkı yapmaz, aynı zamanda yörenin bir

yemek turizmi destinasyonu olarak bilinirliğini artırır ve yerel gıda ürünlerini sergiler (Lee ve Arcodia, 2011).

Yöresel mutfak kültürü, bölgelerin yeniden tercih edilmesinde kilit rol oynamaktadır. Yöresel mutfak ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve bölgede unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş bu ürünlerin turist hareketine geri döndürülmesi ile etkin bir kullanım mümkün olmaktadır. Destinasyonların bu doğrultuda hareket etmesiyle yöresel mutfak ürünlerini ön plana çıkarması ve yöreye gelen turiste sunması yöresel mutfak deneyiminin başarılı olmasını sağlamaktadır (Şengül ve Türkay, 2017: 15).



Şekil 1. Yöresel Mutfak Deneyimi ile Destinasyonu Tekrar Tercih Etme Arasındaki İlişki (Şengül ve Türkay, 2017:14)

Dünyanın birçok bölgesinde özel yiyecek çeşitlerinin varlığı, festivallere ve etkinliklere konu olmuştur. Bu özel yiyecekler turistlere olduğu kadar yerel halk açısından da katkı sağlamaktadır. Düzenlenen festival ve etkinliklerin, gıda ürünleri ve standartları hakkında farkındalığın artmasına ve ilgi çekici tarihi yemek geleneklerinin “yeniden keşfedilmesini” teşvik edilmesine katkı sağlamaktadır (Hjalager ve Corigliano, 2000). Düzenlenen festivallerin ana hedefleri arasında ilgili temaya teşvik edilme, festivale gelen ziyaretçilerin eğlendirilmesi, yerel bölgeyi tanıtmak ve bölgede yaşayan halkın kimliğini yansıtmak yer almaktadır. Yeni ve mevcut festivaller, köklü ve çok sevilen geleneklere dayandırılarak yeniliklere açık olma yönünde eğilim olduğu görülmektedir.

Gerçekleştirilen festivallerde ana konu olan ürünler veya yemeklerin restoranlarda sunulması söz konusudur (Hjalager ve Kwiatkowski, 2017). Destinasyonlarda düzenlenen gastronomi festivalleri, bölgeye ait mutfak kültürünün tanıtımına ve bölgede gastronomi temalı etkinliklerin yapılmasına katkı sağlamaktadır. Gastronomi festivalleri destinasyonlarda yöreye ait gastronomik unsurların kimlik kazandırılması ve destinasyon imajı oluşturulmasında etkili olduğu ifade edilmektedir (Bayındır, 2019: 261).

Yerel restoranlar, geleneksel kültürü yansıtan mekân dekorasyonları tasarlayarak gelen turistlere benzersiz bir deneyim sunmaktadırlar. Ayrıca yerel restoranlar, lezzetli yemek sunmanın ötesinde olağanüstü yöresel yemekler geliştirerek farklılık yaratmaktadırlar. Destinasyonda bulunan yerel restoranlar, yöresel yemekler hakkında gizli kalmış hikâyeleri anlatarak sunum yapmaları yerel yemeklerin kendilerine özgü özelliklerini öğrenmelerini sağlaması açısından etkili bir faktördür. Destinasyonlar yöreye ait geleneksel, otantik mutfaklarının sunumunu yaparak turistlerin memnuniyet düzeylerini artırmaktadırlar (Seongseop vd., 2020). Yapılan araştırmalarda turistlerin ortalama olarak üçte ikisinin yöresel yemek ve ev yemekleri için yaptıkları harcamaları seyahat ve eğlence harcamalarından fazla olduğu belirtilmiştir (Skarus vd., 2006; Şengül ve Genç, 2016).

Pazarlama stratejileri, turistik bir destinasyonu diğerinden farklı kılan, özgün ve kültürel niteliklere sahip yerel mutfakla oluşturulan marka imajı olarak ifade edilmektedir. Otantik yemekler destinasyon imajının ayrılmaz parçası olarak nitelendirilmektedir. Yerel yemeklerin sahip olduğu özgün nitelikleri, tarihsel ve kültürel geçmişi ile yerel yemek yapımında kullanılan gıda ürünleri hakkında bilgi verilerek güçlendirilmesi mümkündür (Anton vd., 2019). Yöresel mutfak kültüründe yer alan ürünlerden marka oluşturma sürecinde, ürünün özünün bozulmaması ve yerelliğini koruması gerekmektedir. Bu koşulun sağlanabilmesi için yöresel ürünün iyi tanınması ve geleneksel yöntemlerle üretilmesi önem taşımaktadır. Yöresel ürünlerin taşıdığı yerel özellikler, üretimini gerçekleştiren yerel halk ve bölgeye ait otantik doku yöresel ürünün karakterini oluşturmaktadır. Ürünlerin karakterlerinin bozulmadan tüketiciye ulaştırılması pazardaki konumu açısından önem arz etmektedir (Şengül ve Türkay, 2017: 24).

5. Yöresel Mutfak ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Günümüzde turistlerin ana motivasyon kaynaklarından birisi de otantiklik arayışıdır. Kişilerin kitlesel üretim-tüketim zihniyetinden kurtulma ve farklılık arayışına girme istekleri seyahate çıkma nedenleri arasında yer almaktadır (Kaygalak, Usta ve Günlü, 2013; Akdağ ve Üzülmöz, 2017). Gastronomi turizminde gidilen destinasyonun kendine has yöresel yemekleri ve gelenekleri o yörede otantiklik yaratan unsurları oluşturmaktadır (Akdağ ve Üzülmöz, 2017).

Sürdürülebilir gastronomi turizminde turistler tarafından tercih edilen yiyeceklerin yerel, otantik ve organik olması sürdürülebilirlik açısından belirleyici etkiye sahip olduğu vurgulanmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi turizmi aracılığıyla yörede faaliyet gösteren üreticiler desteklenerek ekonomik kalkınmaya ve yörenin gastronomik mirasının da korunmasına yarar sağlandığı belirtilmektedir (Akdağ ve Üzülmöz, 2017).

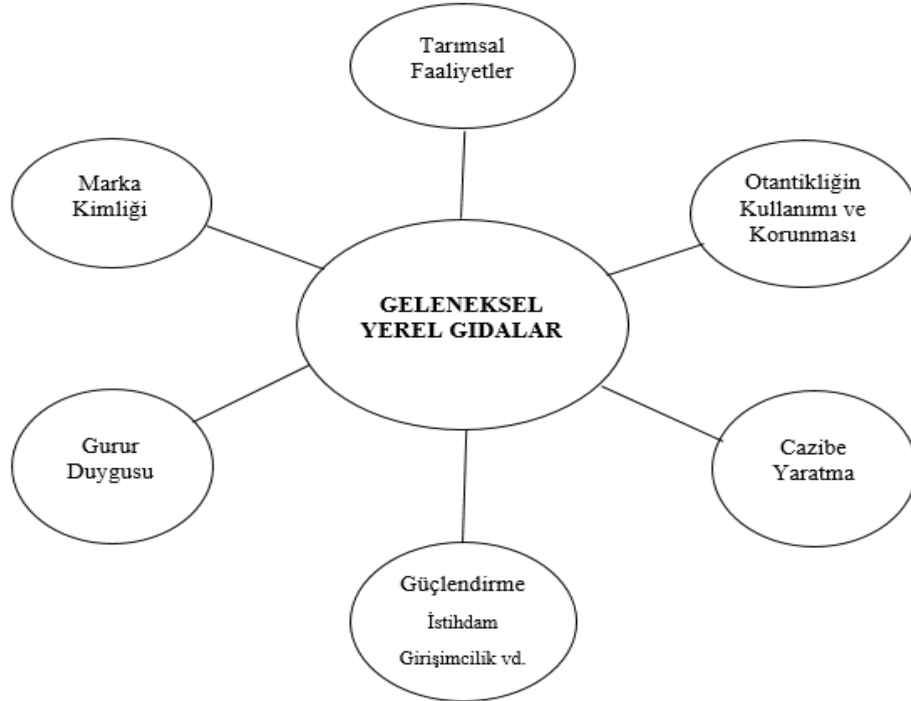
Sürdürülebilir gastronomi turizminin yerel ve otantik yemekleri, yerel yemek festivalleri, yöreye ait yaşam kültürü, şarap rotaları, özgün yemek pişirme teknikleri ve eko müzeleri turistik çekicilik yaratan unsurlar olarak görülmektedir. Bununla beraber, yerel mutfak kültürünün geleneksel pişirme yöntemlerinin korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasını destekleyen, yöreye özgü gıdaların korunmasını sağlayan bir turizm çeşididir (Akdağ ve Üzülmöz, 2017). Sürdürülebilirliği artırma potansiyeline sahip olan yerel gıda ürünleri turizm bölgesinin özgünlüğüne katkıda bulunur, bölge ekonomisini güçlendirir ve çevreye saygılı altyapı olanakları sağlar (Lee ve Arcodia, 2011).

Gastronomi turizmi, yerel toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için yeni fırsatlar oluşturmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Yerel topluluğun kültürüne ve kimliğine odaklanan gastronomi turizmi, dünyanın birçok yerinde gelişmiş ve düzenlenen geleneksel festivaller ve gastronomi rotalarıyla yerel gıdaların mutfağın geleneksel kültür mirasının kullanılması yönünden yaratıcı ve yenilikçi avantajlar sunmaktadır. Ayrıca destinasyon pazarlamasında oluşturulan imajla uluslararası düzeyde yayılımını sağlayan güçlü bir pazarlama aracı olmuştur (Koban, 2020: 38).

Son yıllarda turizm, kırsal kalkınma ve tarımın ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğini artırmaya yönelik çabalar, alternatif gıda ağlarının geliştirilmesi ve gıda ürünlerinin, geleneksel ve yerel ürün ve yemeklerin yeniden tanımlanması ile ilişkilendirilmiştir. Geleneksel yerel yemeklerin, bölgenin kültürel mirası turist deneyimini geliştirme

potansiyeline sahip olduğu ve ziyaretçilere sunulan ürünlere odaklanmanın, turizm bölgelerinde ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliği konusunda önemli etkilerinin olduğu kabul edilmektedir. Dolayısıyla ekonomik ve çevresel olarak kırsal kalkınmanın ve gastronomi turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında geleneksel yerel ürünler daha çok önem arz etmektedir (Koban, 2020: 103).

Turizm alanında yaygın olarak kullanılan sürdürülebilirlik kavramı, kültürel değerlerin gelecek kuşaklara aktarılabilmesi, destinasyonlarda taşıma kapasitesinin doğru bir şekilde kullanılabilmesi ve turizm faaliyetleri gerçekleştirilen destinasyonlarda sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için sürdürülebilirlik uygulamalarının gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. Destinasyonlarda bilinçli sürdürülebilir gelişmenin sağlanması ve gelecek nesillerin haklarının korunması, kaynakların dengeli bir şekilde kullanılmasıyla mümkün olmaktadır. Bu nedenle doğayı korumanın öneminin anlaşılması oldukça önemlidir. Sürdürülebilirlik yönünden yöresel kültür ve değerlerin korunması gereken bir konudur. Sürdürülebilir turizm kavramı, yerel çekicilik unsurlarına sahip olan turizm bölgelerinin korunup geliştirilerek gelecek kuşaklara tarihi, kültürel değerleri ve kaynaklarının aktarılmasının sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Şengül ve Türkay, 2017: 17).



Şekil 2. Geleneksel Yerel Gıdaların Sürdürülebilir Gelişime Katkı Alanları (Rand, Heath ve Alberts, 2003; Koban, 2020:104)

Turizm bölgesinin sürdürülebilir gastronomik turizm destinasyonu olmasında, tarım faaliyet alanlarında teşvik ve desteklerin olması, bölgede gastronomik markanın yaratılması, turist motivasyonun artırılması yönünden çekicilik yaratılması, yerel halkın kalkınması ve istihdam yaratılması, yerel toplumda gurur kaynağı oluşturması açısından geleneksel yöresel gıdaların katkı sağlayan faktörleri olarak ifade edilmektedir (Koban, 2020:104).

6. Yöresel Yiyeceklerin Turizmdeki Yeri ve Önemi

Son yıllarda turizm faaliyetlerinde, turist tercihleri açısından daha çok kültürel ve geleneksel değerler ön plana çıkmış ve yereli merkeze alan destinasyonlara yönelme olmuştur. Turistleri bir destinasyona gitmeye çeken başlıca faktörler, o destinasyonun sahip olduğu çekiciliklerdir. Kültürel ve tarihi değerler, sanatsal faaliyetler, spor faaliyetleri, eğlence, alışveriş ve gidilen yerin sahip olduğu mutfağı, bir bölgeyi diğerinden ayıran çekici unsurları olarak kabul edilir (Cömert, 2014). Turistler tarafından deneyimlenen yöreye özgü yemekler destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini olası kılmaktadır. Turistlerin edindikleri yerel mutfak bilgisi ve yerel mutfak deneyimleri sonucunda destinasyon algılarını etkilediği söylemek mümkündür (Kivela ve Crotts, 2005; Guan ve Jones, 2014). Rekabetçi küresel pazarda, belli bir bölgeye ait yemeğin ve kültürünün olması destinasyon açısından farklılaşma aracı olarak kullanılması anlamına gelmektedir (Lee ve Arcodia, 2011).

Turistlerin en önemli turistik faaliyetlerinden biri olan gastronomi turizmi, destinasyon pazarlamasında oldukça önem arz etmektedir (Cömert, 2014). Bölgedeki restoranlarda yerel yemeklerin sunulması ve yerel ürünlerin kullanılması rekabet güçlerini artırmalarını sağlamaktadır (Alonso ve Kok, 2020). Üstünlük sağlamak isteyen turizm bölgeleri yöresel mutfaklarını turistik ürün olarak pazarlamasını yapmaktadırlar. Bölgede kullanılan yöresel mutfaklar ekonomik açıdan katkı sağlayıp iş imkânları yaratmaktadır (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2021).

Turist yalnızca gözlemleme yapmakla kalmayıp, aynı zamanda bir destinasyonun tüm özelliklerine dokunmak, tatmak, duymak ve deneyimlemek, katılım sağlamak ve derinden hissetmek ister. Yöresel yemekler bu turistler için deneyimlerini zenginleştiren benzersiz çekicilik unsurlarını oluşturmaktadır. Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle pek çok alanda tek tipleşmenin yaşandığı görülmektedir. Yöreselliğini koruyan unsurlar

farklı ve değerli olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla, yöresel yemeklere olan talebin artmasıyla yöresel yemek sunan destinasyonların sayısında artış olduğu söylenmektedir. Pazarlama faaliyetleri açısından destinasyonlarda sunulan yöresel yemekler önemli bir farklılaşma aracı olarak kullanıldığı görülmektedir (Türkay ve Genç, 2019: 222). Yöresel yemekler ile destinasyonların elde edebileceği olası faydalar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yerel girişimcilikte artış sağlanır,
- Kadınlar başta olmak üzere istihdam artar,
- Yerel yönetimin vergi geliri artar,
- Tarımsal ekonomi önemini korur,
- Yöresel kültürün devamlılığı sağlanır,
- El sanatları gibi diğer kültürel unsurların da turizmde değerlendirilmesi bilinci oluşur ve
- Ziyaretçilerin yanlarında götördükleri ürünler ile destinasyon tanıtımı kolaylaşır (Türkay ve Genç, 2019: 223).

İKİNCİ BÖLÜM

YAVAŞ KAVRAMI VE SLOW FOOD HAREKETİ

1. Yavaş Hareketi

Küreselleşme sürecinin başlamasıyla ekonomi, sosyo-kültürel ve siyasal alanlarda oluşan stereotip ve standartlaşmaya karşı durularak farklılıkların ve yerle özgü değerlerin desteklenmesi ve bu değerlerin korunarak gelecek nesillere aktarılmasının yaşanan bu süreçte rekabet avantajı sağlaması ve destinasyonlara turist çekebilmek adına yerelleşme kavramının önem kazandığı görülmektedir. Dolayısıyla, sahip olunan yerel değerlere küresel nitelik kazandırılmış ve yerel kimlik, kültürel değerlerin pazarlanması sağlanmıştır. Yaşanan toplumsal, ekonomik, siyasal, çevresel ve kültürel sorunların küresel nitelik kazanması sonucu çözümlerinin de küresel olarak ele alınması gerektiği anlayışı ile yerelleşme olgusu önemli hale gelmiştir. Küresel sorunların çözümü yerelden, yerel sorunların çözümü küreselden sağlanmıştır. Bu kapsamda, şehir ve bölge yönetimlerinin önem kazanmasıyla yerel yönetimlere geniş yetki ve sorumluluklar verildiği görülmektedir. Bölgeler ve şehirler uluslararası alanda işbirliği yaparak faaliyet göstermişlerdir. Böylelikle küreselleşme ve yerelleşme olguları yaygınlık ve hız kazanmıştır. Küreselleşme ve yerelleşme birbirlerini tamamlayan ve birbirlerinin önemini arttıran iki süreç olarak ifade edilmektedir. İletişim, ulaşım ve bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte zamansal ve mekânsal engellerin ortadan kalkması sonucu küreselleşme ve yerelleşme süreçlerinde insanların, bilginin, teknolojinin, sermayenin, paranın, hizmetlerin, iş gücünün ve kültürün küresel bir biçimde alışkanlıkları genişlemiş ve hız kazanmıştır. Küreselleşme ve yerelleşme kavramları bu süreçte birbirlerini etkilemişlerdir. Küreselleşmenin toplumsal, ekonomik, siyasal, çevresel ve kültürel alanlarda genişlemesinde yerelleşmenin katkısının olduğu görülmektedir. Küreselleşme ve yerelleşme süreçleri aynı anda yaşanarak birbirlerini tamamlamaktadırlar. Bu bağlamda aralarında diyalektik ilişki olduğunu söylemek mümkündür (Koçaş, 2019). Küresel ve yerel süreçler arasındaki ilişki, bir bölgenin yerel kültürel tarihinin kullanıma açılmasına ve aynı zamanda küresel biçimde gelişen toplumlar ve ekonomi içindeki yerel kalkınma kaynağına dönüşme şekillerini

açıklamaktadır. Yerelin önemini artıran faktör küreselleşme olarak anlaşılmaktadır (Urry, 2018: 227-230). Yerelin sahip olduğu marjinal özneler, olağanüstü bir kültür, ekonomi ve tarihle iç içelerdir. Bunlar, çok hızlı bir şekilde kıtalar arasında aktarılmaktadır. Yerelin sahip olduğu marjinal özneler, kendi tarihlerini keşfederek varlıklarını gösterebilirler (Hall, 2014). Etkileşim halinde olan küreselleşme ve yerelleşme süreçlerinin etkileri toplumsal yaşamda da görülmektedir. Küreselleşme yerelliğin karşıtlığı şeklinde değil, birlikteliği ve eş zamanlılığı nitelemektedir. Küreselleşme ekonomik ve siyasal alanları etkilediği kadar kültürel alanı da etkilemektedir. Tüm dünyada dil, din, ırk ayrımı yapılmaksızın aynı markaları giymeye, aynı içecekleri içmeye yönlendirilmektedir. Bu oluşumlar kitle iletişim araçları ve uluslararası sermayenin gücü ile gerçekleştirilmektedir. Ekonomi alanındaki küreselleşmeye en iyi örneklerden biri McDonald's zincir işletmeleri verilebilir. Yaşanan hızlı toplumsal değişimler kültürler arasında da etkileşim oluşturmaktadır (İçli, 2001). Yavaş hareketinin salt bir küreselleşme karşıtı hareket olduğunu söyleyemeyiz. Yavaş hareketinin küreselleşme karşıtı hareketlerle benzerlik taşıdığı ortak özellikleri sıralamak gerekirse teknoloji, çoğulculuk, lidersizlik, demokratik örgüt yapısı ve grupların heterojen yapısı şeklindedir. Yavaş hareketler içerisinde yavaş yemek ve yavaş şehir en çok kabul gören hareketlerdir. Yavaş yemek, yörenin kendine ait mutfak kültürünü, yavaş şehir ise yerel kültürel kimlikleri korumayı hedeflemektedir. Yavaş işletmecilik ve yavaş para hareketleri küçük ölçekli işletmelerde kullanılan uygulamalardır. Yavaş turizm ise yaşamın küçük bir bölümünde yer alan tatil dönemini değiştirebilecek uygulamaları kapsamaktadır (Ünal ve Zavalı, 2016).

Çağdaş toplumlarda yaşanan hızlı ekonomik değişimlerin, yerellik kavramını yeniden dönüştürdüğü görülmektedir. Yaşanılan bu süreçte, yeni ulusal ve uluslararası oluşumlar endüstriyel yerleşimde olumsuzluğun önemini artırdığı anlaşılmaktadır. Kullanılan temel hammaddenin ve enerji kaynaklarının azalan önemi ve dikey parçalanmanın önemi, yerel çeşitlenmenin öneminde artış olduğuna rastlanmaktadır (Urry, 2018: 113-115). Endüstri Devrimi ile yaşadığımız dünyada idfiks durumuna gelen hız kavramı, sosyal yaşantı alanlarında baskın olmaktadır. Hız, ayaküstü atıştırılabilir yemekleri tercih etmeye, bireylerin kendilerini her an meşgul hissetmelerine, durmadan tüketim eğiliminde olmalarına mecbur etmektedir. Yavaşlığın yaşamımızda uygun ölçüde uygulanması, hızın getirdiği olumsuz etkilerin

azaltılmasını veya yok edilmesini sağlayabilmektedir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 5). Günümüz dünyasında çeşitli unsurlarla bağlantılı olan “modernite” ve “modern” dünya kavramları çağdaş yaşamın en başında gelen faktörlerdir. Bununla birlikte yaratılan modern dünyanın ötesine geçtiğimiz ya da geçmekte olduğumuzu dile getiren post-endüstriyel, post-Fordist ve post-modern şeklinde tanımlanan dünyaya geçiş olduğunu savunan pek çok kişi bulunmaktadır (Ritzer, 2020: 99). Yavaş Hareketi, yerellik kavramına vurgu yapmaktadır. Bütünleşen dünyanın yaşam biçimlerine, giyim anlayışına, yeme-içme şekillerine karşı çıkarak tepkisini ortaya koymaktadır. Yavaş Hareketi, küreselliğin yok ettiği ya da dönüştürdüğü yerel özellikleri yeniden canlandırmayı amaçlamaktadır. Yavaş kavramı, yerel ve sınırlı alanlarda yalnızca o bölgede bulunan coğrafi ve yaşamsal niteliklerin, beşeri ilişkilerin olduğu bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla yavaşlık, yaşanılan deneyimlerin yerel anlamda özgün olduğuna ve o bölgede anlamlı olacağına vurgu yapmaktadır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 6-8).

Küreselleşmenin olumsuz etkileri arasında yerel kültürün yok olması ve geleneksel yaşam şekillerinin yok olması yer almaktadır. Bu olumsuzlukların yaşanması sonrasında bazı sosyal hareketlerin oluşumu ortaya çıkmaktadır. Küreselleşmeye karşı olarak ortaya çıkan Slow Food (yavaş yemek) hareketi geleneksel yaşam tarzının korunmasını ve Cittaslow (yavaş şehir) hareketi yerel kimliği sürdürebilme açısından mekân odaklı çözüm ve yarar sağlayan hareketlerdir. Yavaş Yemek ve Yavaş Şehir hareketlerinin ilkeleri dünyada pek çok yerde uygulandığı anlaşılmaktadır (Sağır, 2017).

2. Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi

Hız dünyasını yaratan küreselleşme olgusudur. Yavaş yaşam tarzında, bireyler kendilerine zaman ayırarak yaşadıkları deneyimler sonrasında tatmin düzeylerinde artış amaçlamaktadırlar. Yavaş yaşam tarzına uygun olarak, evde yemek yapmayı, halk pazarlarına gitmeyi, kendi bahçelerinde meyve-sebze yetiştirmeyi, ulaşımda bisiklet kullanmayı ya da yürüyüşler yapmayı tercih etmektedirler. Yavaş yaşam, zaman ve mekân kavramları içerisinde insanların mutlu olma halini ortaya çıkartacak tepkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Son yıllarda dünya genelinde ekonomi, politika ve kültürel alanlarda benzersiz bir şekilde değişimler ve bununla birlikte dönüşüm süreçleri yaşanmaktadır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 2-3).

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan küresel mutfak ve küresel damak tadı, turizm destinasyonlarında önemli çekicilik faktörü olan yöresel mutfak kültürünün unutulmaya yüz tutmasında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Günlük yaşamın rutin hayatından sıkılan, farklılık ve yenilik arayan turistler için gittikleri destinasyonlarda mutfak kültürü önemli bir çekicilik yaratmanın yanında benzersiz deneyimler yaşamalarını sağlamaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu tarihi geçmişi ve bulunduğu coğrafyanın etkisiyle gelişen ve zenginleşen mutfak kültürü, turizmde ürün çeşitlendirmesinde önemli rol oynamaktadır. Turizmde mevsimsellik etkisinin ortadan kaldırılması, turizm gelirlerinden daha fazla pay alınması ve turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi açısından Türk mutfak kültürünün potansiyelinin ortaya çıkarılması ve bu kültürün korunması gerekmektedir. Turizm bölgelerinin markalaşma çalışmalarında ve pazarlanması süreçlerinde yavaş yemek stratejilerinin uygulanması, destinasyonun rekabet avantajı sağlamasını ve yavaş turistlerin bölgeye yönelmesini sağlamaktadır (Özgürel ve Avcıkurt, 2018). Yavaş yemek, kırsal alanlarda benzersiz niş yaratma potansiyeline sahiptir. Destinasyonda turizmin artmasını ve yerel işletmeler için büyüme fırsatlarını yaratmaktadır (Payandeh vd., 2020).

2.1. Slow Food Hareketi'nin tarihsel gelişimi

Slow Food Hareketi, yerel yemek geleneklerinin yok olması, hızlı yaşamın getirisi fast food yemek tarzı, insanların tükettikleri gıdaların nereden geldiği, tadı ve nasıl olduğu konuları hakkındaki ilgisizliğe karşı tepki olarak 1989 yılında kurulmuş, kar amacı gütmeyen, üye destekli yapıya sahip bir kuruluştur. Slow Food, 1986 yılında Roma'da İspanyol Merdivenleri yakınında fast food zinciri McDonald's açılışına karşı direnmek amacıyla öncü kuruluşu Arcigola'nın kurulmasının ardından İtalya'da faaliyetlerine başladı (Buiatti, 2011). Slow Food hareketi, yeme-içme alışkanlıkları, küreselleşmenin olumsuz sonuçlarından tek tipleşme ve hızlı tüketim kültürüne karşı çıkan anlayışa sahiptir. Küreselleşmenin sembollerinden sayılan fast-food zincirlerine karşı, gelenekselliği ve yereli, damak lezzetini, sofraya zevkini ve sofralarda kurulan iletişimi desteklemek, bireylerin bu konularda bilinçlendirilmesinin sağlanması Slow Food hareketinin ana hedeflerindendir (Güven, 2011).

Slow Food Hareketi, dünyanın pek çok ülkesinden üyesi olan uluslararası kuruluştur. Üyelerine; unutulmuş tatları, kokuları, geleneksel pişirme ve hazırlama yöntemlerini

ve yerel ürünlerin merasim ve hazzını yaşatmayı sağlamaktadır. Hareketin sahip olduğu network ağı yardımıyla, bireysel ve dünya genelinde deneyimlere, yerel düzeyde takibi yapılan kalite kalıcı gelişim üzerinden bilgi paylaşımı yapılmakta ve yayılmaktadır. Organizasyonun iş gelişiminde bilgi yayma gücü önemli rol üstlenmektedir (Bucak, 2016: 39).

Slow Food organizasyonu, hareketin başlangıcından günümüze kadar 160'tan fazla ülkede ve milyonlarca insanı kapsayan, herkesin iyi, temiz ve adil gıdaya ulaşmasını sağlayan küresel bir harekete dönüşmüştür. Bugün dünya genelinde 1.600'den fazla convivia topluluğu vardır (<http-8>). Convivium'lar yerel şube olarak ifade edilmektedir. Üyeleri tarafından günlük yemek zevklerinin paylaşıldığı, yerel düzeyde düzenlenen etkinlikleri ve faaliyetleri organize etmektedir. Bunlara ek olarak tat eğitim kursları, film festivalleri, konferansları, yerel üreticileri ve çiftlikleri ziyaretleri çocuklar ve yetişkinler için düzenlemektedir (Şimşek, 2020).

Türkiye'de 1999 yılında, kültürel çeşitliliğe ve geleneksel mutfığa dikkat çeken, israfın önlenmesini hedefleyen ve fast food yemek kültürünün olumsuz etkilerine karşı çıkan “sefertası hareketi” başlatılmıştır (Avcıkurt, 2020: 185).

Tablo 2. *Slow Food 'un Tarihsel Süreci* (Şimşek, 2020; <http-8>)

Slow Food 'un Tarihsel Süreci	
1986	Slow Food Hareketi, Roma İspanyol Merdivenleri'ndeki McDonalds'ın açılış gösterilerinden sonra İtalya'da başladı.
1989	Uluslararası Slow Food hareketi Paris'te kuruldu ve Slow Food Manifestosu imzalanarak resmîlik kazandı.
1990	İlk Slow Food Uluslararası Kongresi Venedik'te gerçekleştirildi.
1992	Slow Food Almanya kuruldu.
1993	Slow Food İsviçre kuruldu.

Tablo 2. (Devam) *Slow Food ’un Tarihsel Süreci (Şimşek, 2020; http-8)*

1996	İtalya’nın Torino kentinde ilk Salone del Gusto etkinliği düzenlendi. Ark of Taste (Nuh’un Ambarı) projesi tanıtıldı. Salone, iki yılda bir düzenlenen ve esnaflara, sürdürülebilir gıdalara ve küçük ölçekli tedarikçilere yönelik olan, yöresel gelenekleri ve yüksek kaliteli ürünleri korumak adına düzenlenen uluslararası en önemli fuarlardan birisi olmuştur.
1997	Slow Food ‘un süt ürünlerine yönelik ilk uluslararası fuar “Cheese”, ilk olarak Bra’da düzenlendi.
2000	Presidia projesi başlatıldı. Slow Food ABD kuruldu.
2001	Uluslararası Slow Cheese kampanyası başlatılarak, Çiğ Süt Peynirleri Manifesto ’su düzenlendi. Yetişkinler için eğitim projesi olan Master of Food programı Slow Food İtalya tarafından başlatıldı.
2003	Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı kuruldu.
2004	130 ülkeden yaklaşık 5000 delegenin katılımıyla, ilk Terra Madre (Toprak Ana) toplantısı düzenlenmiştir. İtalya’nın Pollenzo kentinde Slow Food genel merkezine yakın bir yerde Gastronomi Bilimleri Üniversitesi açıldı. Cenova, sürdürülebilir ve balıkçılık zanaatına yönelik ilk Slow Fish fuarına ev sahipliği yaptı. Slow Food Japonya kuruldu.
2005	Brezilya’da Slow Food tarafından ilk geniş kapsamlı geleneksel yiyecek etkinliği (Salao das Comunidades do Alimento) düzenlendi.
2006	Slow Food ABD, Katrina Kasırgasında zarara uğrayan Louisiana yemek topluluğuna yardım etmek için Terra Madre Yardım Fonu’nu kurdu. Slow Food Birleşik Krallık oluşturuldu.
2007	Beşinci Uluslararası Slow Food Kongresi uluslararası 600 delegenin katılımıyla Puebla-Meksika’da düzenlendi. İlk bölgesel Terra Madre etkinlikleri Brezilya ve Beyaz Rusya’da gerçekleştirildi. Avrupalı şarap üreticileri sürdürülebilir şarap üretimi için Fransa’da bir araya geldiler. Slow Food Almanya’nın iyi, temiz ve adil gıda fuarı olan ilk Markt des guten Geschmacks Stuttgart’ta düzenlendi. İlk Augusto fuarı İspanya’nın Bilbao kentinde gerçekleştirildi.

Tablo 2. (Devam) *Slow Food 'un Tarihsel Süreci (Şimşek, 2020; http-8)*

2008	Slow Food Hollanda kuruldu. Yeryüzü Pazarı (Earth Markets-Çiftçi pazarları ağı) oluşturuldu.
2009	Avrupa Slow Food ağını birleştiren iki yılda bir düzenlenen yemek, lezzet ve kültür etkinliği Eurogusto, ilk kez Fransa’da düzenlendi. Restoranların yerel Presidia ürünlerini kullanmayı taahhüt etmesiyle, Şefler ve Slow Food Presidia arasındaki anlaşma sağlandı. Uluslararası Slow Fish ağı ve kampanyası başlatıldı.
2010	Gardens in Africa projesi başlatıldı.
2011	Sürdürülebilirliği, biyolojik çeşitliliğin korunmasını ve küçük ölçekli çiftçileri desteği teşvik eden Slow Europe kampanyası başlatıldı.
2012	Balkanlardaki yiyecek biyoçeşitliliğini haritalamak için The ESSEDRA (Kırsal Alanların Çevre Dostu Sürdürülebilir Sosyo-Ekonomik Gelişimi) projesi başlatıldı.
2013	Asya ve Okyanusya’daki Slow Food ağını birleştiren bir etkinlik olan AsiO Gusto, ilk kez Güney Kore’nin Namyangju kentinde düzenlendi.
2014	ABD, Denver’da Slow Meat’in ilk baskısı yapıldı.
2015	Slow Food ve Terra Madre Giovani tarafından düzenlenen “Gezegeni Besliyoruz” etkinliği, gıdanın geleceğini yeniden tanımlamak için dünyanın dört bir yanından 2500 genç çiftçiyi bir araya getirdi. Slow Food Great China doğdu.
2016	Carlo Petrini, Mayıs ayında Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından Avrupa için Sıfır Açlık Özel Elçisi seçildi. Love the Earth, Defend the Future kampanyası Slow Food’u daha kalabalık fonlu bir finansman modeli haline getirdi.
2017	Slow Food, gıda ve iklim değişikliği arasındaki ilişkiye dikkat çeken uluslararası iletişim ve bağış toplama kampanyası “Menu for Change”i başlattı.
2018	Rusya’da Slow Food kuruldu. Uluslararası Gıda Değişim kampanyası başlatıldı.

Dünya’da ve Türkiye’de giderek önemi artan Slow Food hareketi, küreselleşmenin tarım ve gıda üretimi üzerindeki olumsuz etkilerine karşı çıkarak ekolojik ve sürdürülebilirlik ilkeleri benimsemektedir. Slow food Hareketinin kültür ve yemek turizmi açısından oldukça önemli faydalar sağladığı ve turizm gelirlerinin artmasında etkili olduğu görülmektedir (Paksoy ve Özdemir, 2014).

Slow Food Hareketi “iyi, temiz ve adil” ilkelerine vurgu yapmaktadır. “İyi” ilkesi ürünün kaliteli olmasıyla birlikte doğaya, yaşam kalitesine ve topluma olan yararlarına saygı duymayı ifade etmektedir. “Temiz” ilkesi gıda üretiminin doğallığı ve sürdürülebilirliği olarak anlatılmaktadır. “Adil” ilkesi ise, orantılı ücreti ve üretim faaliyetinde bulunan işçilere saygı duymayı gerektirmek şeklinde değerlendirilmektedir. Slow Food Hareketi’nin üç ilkesi, dünya genelinde yerel girişimlerde uygulanan siyasi bir çerçeveyi temsil etmektedir (Berkley, 2012). Slow Food akımı, iyi yemek yemenin herkesin hakkı olduğunu savunmakta ve geleneksel yemekleri, gelenekleri ve kültürü korumakta önemli görevi bulunmaktadır (Bucak, 2016: 19).

Dünyada üretim ve tüketim arasında giderek artan boşluk ve bireylerin üretimden çok tüketim eğiliminde olmaları, üretimin nasıl olduğu hakkında yetersiz bilgiye sahip olduğu durumuna neden olmaktadır. Çocukların, domateslerin ağaçlarda yetiştirildiğini zannettiği günümüzde yerelliği, doğallığı ve özgünlüğü odak noktası haline getiren yeni akımların ortaya çıkması olası durum olmaktadır (Avcıkurt ve Sarıoğlu, 2019: 11). Slow Food, insan sağlığına özen gösteren geleneksel üretim tekniklerinin kullanılmasıyla doğal olarak yetiştirilen gıda ürünlerini ve bu doğal ürünlerle yapılan yemeklerin-içeceklerin üretiminin gerçekleştirildiği hareket olarak tanımlanmaktadır (Bayındır, 2019: 260). Slow Food, tarımsal üretim sisteminde kilit rol oynamaktadır. Üretim ve tüketim anlamında kaygı oluşturan bilgi asimetritlerinin azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Hizmet sağlayıcısı görevi üstlenen Slow Food, otantik yemek işinde gelişim sağlayan girişimci olmaktadır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 37).



Görsel 1. *Slow Food Logosu* ([http-8](http://8))

Slow Food Hareketi'nin sembolü olarak seçilen salyangoz, günümüzde insanlığın ulaştığı doğa bilgisinin değerini ve hareketin felsefesi olan yavaşlığı temsil etmektedir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 24).

Slow Food uygulamalarıyla destinasyonlarda, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel yönlerden çok çeşitli çekicilik unsurları yaratılmaktadır. Ekonomik açıdan ele alındığında, ziyaretçilerin destinasyonlarda yöresel yiyecek ve içecekleri tüketmesi, yörede yaşayan halkın Slow Food Hareketi'nden yarar elde etmesine olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla, yerel üretimin canlanmasına, gelir artışına ve iş olanaklarının yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Sosyo-kültürel yönden değerlendirildiğinde, yöreye ait mutfak kültürünün yiyecekler aracılığıyla yöreye gelen turistlere aktarılmasını ve somut olmayan kültürel değerlerin tanıtımının yapılmasında önemli katkıları olmaktadır. Böylece, yerel halk ve turistler arasında sosyal ilişkiler kurulmasına imkân tanımaktadır. Çevresel etkileri incelendiğinde, Slow Food akımının biyoçeşitliliğin ve otantik yöresel gıdaların korunması, sağlıklı besin tüketimi konusunda bilinçlendirmesi ve karbon ayak izinin azaltılması gibi ögeler hareketin önemli çevresel etkileri olarak görülmektedir (Işıldar: 2016).

2.2. Slow Food Hareketi'nin faaliyetleri

Slow Food Hareketi salt bir besin pazarlamasına özgü dar kapsamlı bir etkinlik değil, ulusal ve uluslararası olmak üzere pek çok uygulamayla gastronomi turizmi alanına katkı sağlamaktadır (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021: 167).

Slow Food Hareketi, biyolojik çeşitliliğin korunmasını, gastronomi geleneklerinin sürdürülmesini, küçük ölçekli üreticiler ve tüketiciler arasında bir ağ oluşturulmasını, tüketicilerin beslenme, tat, gıda ve çevre konularında bilinçlendirilmesinin sağlanması hedeflenmektedir (Nilsson vd., 2011). Slow Food Hareketi yapısında Biyoçeşitlilik Vakfı, Terra Madre Ağı ve Gastronomi Bilimleri Üniversitesi yer almaktadır (http-8). Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı, yerel gıda geleneklerini, topluluklarını, biyoçeşitliliğini korumayı, kaliteli zanaat ürünlerini destekleyen projelerin düzenlenmelerini sağlayan oluşumdur (http-8). Slow Food, 1997 yılında resmi olarak tarımsal biyolojik çeşitlilik alanında çalışma faaliyetlerini yürütmeye başlamıştır. Uluslararası Slow Food Derneği ve Slow Food İtalya'nın katılımıyla 2003 yılında, Biyolojik Çeşitlilik için Slow Food Vakfı kuruldu. Slow Food Vakfı'nın kendisine ait tüzüğü, organizasyon yapısı ve bütçesi bulunmaktadır. Slow Food Vakfı, derneğin gıda biyoçeşitliliğinin korunmasından sorumlu operasyonel birimdir. Slow Food' un dünyanın birçok yerinde yürütülen projelerini koordine etmektedir. Projeler, Presidia, Nuh'un Ambarı (Ark of Taste), Afrika'da 10.000 Bahçe, Slow Food Şefler İttifakı (Slow Food Chefs' Alliance), Yeryüzü Pazarı (Earth Markets) şeklinde sıralanmaktadır (http-8).

Slow Food Vakfı, 100'den fazla ülkede çalışmalarını yürütmektedir. Dünyanın birçok ülkesindeki küçük ölçekli gıda üreticileriyle ortak çalışmalar yaparak teknik, eğitim ve iletişim alanlarında yardım etmektedir. Koordinasyonunu üstlendiği projeler için yönergeler, protokoller, eğitim kılavuzları hazırlamaktadır. Yürütülen projelerle ilgi olan sürdürülebilir tarım, çiğ süt, küçük ölçekli balıkçılık, hayvan refahı, tohumlar, GDO'lar vb. konuların araştırılmasını, tema ve etkinliklerin düzenlenmesini eğitim ve iletişim faaliyetleri aracılığıyla teşvik etmektedir (http-8).

Slow Food Presidia projesi ilk kez 2000 yılında çalışmalarına başladı. Slow Food, 1990'lı yılların ortalarında gıda biyoçeşitliliğinin korunmasının önemini fark etmeye başladı ve yok olma tehlikesi olan ürünlerin haritasının çıkarılması faaliyetleri gerçekleştirdi. Dünyanın çeşitli yerlerinden bitki çeşitleri, hayvan ırkları, ekmeği, peynirleri, işlenmiş etleri, tatlıları ve diğer gıda ürünlerini toplamak amacıyla sanal katalog olan Nuh'un Ambarı (Ark of Taste) oluşturuldu. Slow Food Presidia, Alplerden tropik ormanlara, küçük adalardan kentlerin banliyölerine kadar farklı kültür ve eko-sistemleri ifade etmektedir. Toprağa, suya, hayvan sağlığına ve

biyolojik çeşitliliğe saygı duyarak agro-ekoloji ilkelerini benimsemektedir. Gıda üretim sürecinde pestisit, antibiyotik, koruyucu, yapay katkı maddesi, boya vb. kullanılmadan, üretim sürecini detaylı bir şekilde açıklayan etiketler kullanılarak geleneksel tarım alanlarının korunmasını sağlamaktadır. Presidia, kurumlar, akademik çevre, medya ve tüketiciler tarafından uluslararası seviyede bilinen dürüst yerel ekonomi örneklerindendir ([http-8](http://8)). Slow Food topluluklarından biri olan Presidia, yerel hayvan türlerini, yerel meyve ve sebze çeşitlerini, ekmeği, peynirleri, işlenmiş etleri, tatlıları ve daha birçoğunu koruyup kurtarmak için çalışmaktadır. Geleneksel üretim yöntemlerini ve zanaatları gelecek nesillere aktarmayı üstlenmektedir ([http-8](http://8)). Eğitim alanında; yetiştirilen ürünlerin kalitesini artırmak, üretimin sürdürülebilirliğini sağlamak, üreticilerin duyuşal kapasitelerini iyileştirmek, dernekler kurmak ve üreticilerin çevre dostu ambalajları kullanmasını teşvik etmek amacıyla eğitimler düzenlemektedir. Ürünler, Yeryüzü Pazarı aracılığıyla doğrudan satışı, Terra Madre gibi etkinliklerde sunumu yapılmakta ve Şefler İttifak' ı ile şeflere tanıtımı gerçekleştirilmektedir. Slow Food Vakfı'nın sunduğu tüm iletişim araçlarıyla (web siteleri, haber bültenleri, yayınlar, videolar, fotoğraf sergileri, basın bültenleri vb.) ürünlerin ve hikâyelerin tanıtımı yapılmaktadır. Dünyanın çeşitli bölgelerindeki Presidia üreticileri, şefler, perakendeciler, ziraat mühendisleri, veterinerler, üniversiteler, gazeteciler ve tüketicilerle ilişki içerisinde olduklarıdır ([http-8](http://8)).

Slow Food' un Ark of Taste programı, çevreyi sosyal ve ekonomik yönleriyle birleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu program, nesli yok olmak üzere olan meyve, sebze, geleneksel ürün veya yemekleri kataloglayarak ve tanıtımını yaparak korumayı hedeflemektedir. Bir ürünün Ark of Taste' in kataloğunda yer alması için, ürünün kalitesiyle alakalı beş koşulu sağlaması gerekmektedir. Ark of Taste ürünleri belirli bir bölgeye ait olması ve geleneksel yöntemlerin kullanılması ile üretiminin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bunlarla birlikte çevresel, sosyo-ekonomik ve tarihsel açıdan bölgenin özelliklerini taşıması, küçük üreticiler tarafından sınırlı sayıda üretiminin yapılması ve yok olma riski potansiyelinin olması gerekmektedir (Mayer ve Knox, 2006).

2010 yılında Terra Madre etkinliğinde başlayan Afrika'da 10.000 Bahçe projesi, Slow Food' un iyi, temiz, adil ilkeleri çerçevesinde bahçeler oluşturmaktadır. Bu

bahçelerde yetiştirilen ürünlerin taze, mevsiminde, lezzetli ve gelenekseli koruyarak kaliteli bir şekilde üretimi yapılmaktadır. Bununla birlikte bahçelerde, çevreye saygı önem kazanmakta, toprağın ve suyun sürdürülebilir kullanımı sağlanmakta ve biyoeşitliliğın korunması ile hayvan ya da insanlara zarar verilmesinin önüne geçilmektedir (Gruber, 2015).

Afrika’da 10.000 Bahçe projesini diğer bahçelerden ayıran özellikler aşağıda sıralanmaktadır:

- Bahçeler, farklı kuşakları ve sosyal toplulukları (köy veya okul dernekleri, yerel yöneticiler veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar) bir araya getirmektedir. Üyelerin içerisindeki yaşlılardan bilgeliği, gençlerden enerji ve yaratıcılığı, uzmanlardan becerilerinden yararlanmayı sağlamaktadırlar.
- Bahçelerde gözlemler yaparak araziyi, yerel eşitleri ve su kaynakları değerlendirilmekte, bahçelere uygun it, kompost kutuları ve fidanlık yapmak için yerel malzemelerin kullanımı sağlanmaktadır.
- Mevcut alanda yaratıcı bir şekilde gözlenerek analiz yapılmakta, olası olarak görülmeyen alanlarda dahi bahçeler oluşturulmaktadır.
- Slow Food bahçelerinde, iklime ve arazi yapısına uygun olan sebzeler, şıfalı bitkiler, mutfak bitkileri ve meyve ağaçları çeşitli kimyasal gübreler ve böcek ilaçları kullanılmamaktadır.
- Tohumlar topluluklar tarafından çoğaltılır. Ürettikleri tohumlar için para demelerine ihtiyaç olmamaktadır.
- Sürdürülebilir yöntemler kullanarak (zararlı böcek ve hastalıklara karşı şıfalı bitkiler, çiçekler veya kl bazlı doğal ilaçlar) rnlerini yetiştirmektedirler.
- Gözlem ve yaratıcılık yaklaşımıyla, yağmur suyundan yararlanmak için oluk, tank ya da sarnıç yardımıyla pahalı çözümlerden kaçınarak çözüm üretmektedirler.
- Bahçelerde hem yetişkinlere hem de çocuklara yönelik yerel bitki çeşitlerini öğretmeyi, sağlıklı ve çeşitli beslenmeyi, kimyasal kullanmadan ürünlerini yetiştirmeyi ve işitilerin zanaatına değer vermeyi teşvik edici fırsatlar sunmaktadır.
- Bahçeler, sağlıklı ve besleyici yiyeceklerin elde edilmesinin basit ve ucuz yolu olarak görülmektedir. Slow Food bahçeleri, en ücra köylerde ve en yoksul

okullarda dahi oyunlar, kutlamalar ve eğlenceler için de uygun yerler olabilmektedir.

- Komşu bahçelerde tohum alışverişi yapılırken uzak bahçelerde ise fikir ve bilgi alışverişi yapılmaktadır. Koordineler arasında işbirliği mevcuttur. Dünyanın pek çok yerindeki okul ve convivia arasında eşleştirilmeler, kıtada yeni bahçelerin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (http-8).

Aşçılar İttifakı, dünya çapında gıda biyoçeşitliliğini savunan ağıdır. Biyoçeşitliliğin koruyucusu olan küçük ölçekli üreticilere destek veren restoran, bistro, kantin ve sokak mutfaklarından aşçılar, mutfaklarında Presidia ve Nuh'un Ambarı projelerindeki yerel meyve, sebze ve peynirleri kullanmaktadır. Aşçılar İttifakı üyeleri, etkinliklere katılırlar, birbirleriyle tanışır ve birlikte yemek pişirirler. Katılım sağlayan her aşçının farklı geçmişleri ve pişirme tarzları vardır. Fakat hepsi tarımsal biyoçeşitliliği ve yerel kültürleri korumayı üstlenmektedirler. İttifak, etnik, füzyon veya yaratıcı, her türlü pişirme tarzına sahip aşçıları ağırlamaktadır. Yemeklerinde her zaman kaliteli malzemeler (yerel, sürdürülebilir ve mevsiminde) tercih ederler, ürünlerin menşeyini bildirirler ve tedarik eden üreticileri tanırlar. Slow Food Aşçılar İttifakı projesi kaliteli ürünlerin üretimi olmadan varlığını sürdüremez. Aşçılar, Slow Food projeleriyle (Presidia, Nuh'un Ambarı, Yeryüzü Pazarı gibi) bağlantı halindedirler (http-8).

Yeryüzü Pazarı, Slow Food ilkelerine göre çalışmalarını yürüten uluslararası pazarlar ağıdır. Küçük ölçekli üreticiler kendi ürettikleri ürünlerini satmaktadırlar. Yeryüzü pazarları iyi, temiz ve adil ilkelerini benimsemektedir. Ürünler yerel, taze ve mevsiminde üretilen; çevreye ve üreticilere karşı saygılı; üreticilere ve tüketicilere uygun fiyatlar sunmaktadır.

Slow Food Yeryüzü Pazarları projesi 2004 yılında aşağıda verilen amaçlarla doğdu:

- Çevreye ve işçi haklarına saygılı, yerel, mevsimlik, kısa tedarik zinciri ürünlerine erişim sağlamak,
- Normalde geleneksel ticari kanallardan dışlanan küçük ölçekli üreticiler için pazar fırsatları yaratmak,
- Üreticiler ve tüketiciler arasındaki diyalogu teşvik etmek,

- Bilgi alışverişi ve bilgi aktarımı, lezzet ve doğru beslenme eğitiminin yanı sıra bilinçli yurttaşların yetiştirildiği yerler olmak ([http-8](http://8)).

Slow Food’ un lezzet eğitimi çalışmalarıyla, insanlara kendi lezzet yorumunu öğretir. Potansiyel tüketicilerde korumaya çalıştığı ürünler için talep yaratır (Lotti, 2009). Slow Food, yiyeceklerimizin nerden geldiğini, nasıl ve kim tarafından üretildiğini, yetişkinlerin ve çocukların seçimlerinde zevk ve sorumluluk kavramlarını nasıl birleştireceklerini öğrenmelerini ve yemeğin kültürel ve sosyal yönden önemine değer verilmesine inanmaktadır. Eğitim projeleri, yemeğin zevk, kültür ve şenlik kavramlarına dayandığı için diğer yemek eğitimlerinden farklı olmaktadır. Slow Food etkinliklerinin ayrılmaz bir parçası olan eğitim girişimleri, çocuklar ve yetişkinler, öğretmenler, Slow Food üyeleri, yerel halkın katılımı ile düzenlenmektedir. Slow Food, gıda akademisine bütünsel bir yaklaşım sunmak için 2004 yılında Gastronomi Bilimleri Üniversitesi’ni kurdu. Gastronomi kavramının yeni tanımını baz alan eğitim anlayışıyla, gıda araştırmaları kapsamında güvenilirlik sağlamaktadır ([http-8](http://8)).

Detaylı etiket, yasaların gerektirdiği bilgilerin yanı sıra üreticiler, kullanılan bitki çeşitleri, hayvan türleri, yetiştirme ve işleme teknikleri, hayvan refahı koşulları ve menşei yeri hakkında bilgiler sağlamaktadır. Slow Food’ a göre, gıda ürünlerinin kalitesi ürünün menşei (bölge), yetiştirme ve işleme teknikleri, muhafaza yöntemleri ve organoleptik beslenme özelliklerine bağlı olmaktadır ([http-8](http://8)).

2.3. Slow Food Hareketi temaları

Slow Food, gıda sistemimizi etkileyen güncel ve aktif temalar içermektedir ([http-8](http://8)). Bu temaların açıklaması aşağıda verilmiştir:

Diyet, gıda kalitesi ve yaşam tarzı sağlığını etkileyen kilit faktörler olarak tanımlanmaktadır. Yemek ve Sağlık (Food and Health) teması; küresel gıda üretim düzeni bünyesinde katkı maddeleri, koruyucular, şekerler ve yüksek oranda doymuş yağlarla işlenmiş, kalorisiz yoğun gıdaları barındırmaktadır. Bu tür gıdaların üretiminde sentetik pestisitler ve gübreler kullanılarak üretim yapılmaktadır. Bu tarz gıdalar daha savunmasız ülkelerde çevresel, ekonomik ve sosyal yönden dengesizlikler yaratmakta ve obezite, yetersiz beslenme gibi pek çok halk sağlığını tehdit edecek sorunlara neden olmaktadır. Slow Food, bireyler ve dünya için daha

sürdürülebilir, sağlıklı üretim ve tüketim modellerini teşvik etmek amacıyla çalışmalarını yürütmektedir (http-8).

Slow Food' un Arılar teması; dünyada arıların varlığındaki ciddi azalma konusunda farkındalık yaratmak için çalışmalar yapmaktadır. Arıların varlığındaki azalması ile biyoçeşitlilikte tahriplerin meydana gelmesi ve zararlı böcek ilaçlarının kullanılmaması yönünde çağrıda bulunmaktadır. Slow Food Hareketi, çevreyi ve biyoçeşitliliği koruyan temiz tarım sistemi geliştirmiştir. Bu sistem de arıların varlığını korumaya yönelik mükemmel bir sistemdir (Şimşek, 2020).

Slow Food, iklim değişikliklerini durdurabilmek adına doğal kaynakların bilinçsizce kullanan endüstriyel gıda üretim sistemlerinin değiştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Şimşek, 2020).

Aile Çiftlikleri teması, aile çiftliklerinin dünyayı önemli derecede etkileyen gıda problemlerine karşı çözüm olarak görülmektedir. Biyoçeşitliliğin, kırsal ve kentsel geçim kaynaklarının, çevrenin korunmasının ve sağlık konusunda iyileştirme çalışmalarının yapılması, açlık sorunun çözülmesi, gıda güvenliğinin sağlanması yönünden oldukça önem arz etmektedir. Bunlara ek olarak aile çiftlikleri istihdam sağlaması ve gelir yaratması sonucu yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır (Şimşek, 2020).

Slow Food temalarından Yemek Atıkları ise, dünyadaki kaynakların kıt olması ve insanların yetersiz beslenmesi, gıda atıklarının azaltılması ile daha sürdürülebilir gıda sistemlerinin oluşturulması yönünden başarı faktörü olarak görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde gıda atıkları yaygın olarak hasat ve saklama dönemlerinde mali ve teknik sınırlamalar nedeniyle meydana gelmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise marketlerde, restoranlarda veya evlerde olmaktadır. Sonuç olarak, bu temanın çalışmalarının odağında gıda atıklarına karşı mücadele yer almaktadır (Şimşek, 2020).

Genetiği Değiştirilmiş Gıdalar (GDO); Slow Food hareketi genetiği değiştirilmiş gıdaların üretimine karşı çıkmaktadır. Genetiği değiştirilmiş gıdalar bilimsel olarak güvenilir görülmez, ekonomi yönünden yarar sağlamaz ve çevre konusunda sürdürülebilir olmadığı görüşündedir. Küçük ölçekli çiftçileri ve geleneksel yiyecek kültürünü tehdit etmektedir. Kimi ülkelerde gıda ürünlerinin ambalajlarında GDO'lu

olduğuna dair ifadelerin yer alması zorunlu olmamasından dolayı pek çok insan fakında olmadan bu ürünleri tüketebilmektedir. Slow Food, gıda ürünlerinin üzerlerindeki etiketlerin GDO içerdiğine dair ifadelerin bulunmasını zorunlu olmasını teşvik etmektedir (Şimşek, 2020).

Yerli İnsanlar teması; yerli halkın kültürel zenginliği korunmadığında biyoçeşitliliği korumanın anlamsız olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla yerli halkın kültürü, dilleri, gelenekleri oldukça önem arz etmektedir (Şimşek, 2020).

Arazi Kapma (Land grabbing) teması; tarım arazilerinin yerel halkın elinden alınması şeklinde tanımlanmaktadır. Bu durum, gıdaları ve onların varlığını tehdit etmektedir. Bununla birlikte suni gübre ve zararlı ilaçların kullanılmasıyla yapılan tarımın biyoçeşitliliğe ve çevreye tehlike yaratmaktadır (Şimşek, 2020). Slow Food, 2010 yılında toprak gaspını durdurmak amacıyla küresel olarak kampanya başlattı. Slow Food, Presidia ve Afrika'daki Bahçeler gibi arazileri genellikle sömürgecilerin odağında olan topluluklarla çalışmalarını yürütmektedir. Bu projeler, sürdürülebilir tarımı geliştirmeye ve gıda üretim bilgisini korumaya yönelerek gıda egemenliğinin sağlanmasını ve herkes için iyi, temiz, adil gıda haklarını savunmaktadır (http-8).

Slow Food Yavaş Avrupa (Slow Europe), küreselleşen dünyada geleneksel ürünleri ve küçük ölçekli çiftçileri korumak amacıyla AB bölgesinde yürütölen gıda ve tarım politikasıdır. Proje kapsamında Avrupa'da gıdaların geleceğine yönelik aktif kampanyalar yürütölmektedir (Şimşek, 2020).

Slow Food Köyleri (Slow Food Villages), Avusturya Karintiya bölgesindeki köylerde Slow Food topluluklarından oluşın ağ ile kırsal kalkınma teşvik eden pilot projelerdir. Bölge zengin bir biyolojik ve kültürel çeşitliliğe sahiptir. Köylerde Nuh'un Ambarı, Presidia ve Slow Food Travel gibi pek çok proje çalışmaları yürütölmektedir. Kırsal alanlardaki köyleri, sahip olunan gastronomik mirası korumak ve teşvik etmektedir. Bölgede sekiz farklı köyü kapsayan pilot projeler başlatıldı. Bu köyler, Arriach, Bad Kleinkirchheim, Berg in Drautal, Millstatt, Irschen, Nötsch im Gailtal, Obervellach, St. Daniel im Gailtal şeklinde sıralanmaktadır (http-8).

Slow Food, dünyanın dört bir yanından bilgi ve deneyimleri paylaşmak amacıyla paydaşları buluşturan uluslararası etkinlikler organize etmektedir (http-8).

Peynir (Cheese): Her iki yılda bir İtalya Bra’da sütün her şekline ve formuna yönelik düzenlenen etkinlik.

Yerli Terra Madre (Indigenous Terra Madre): Dünyanın dört bir yanından yerli toplulukların ve gıda üreticilerinin temsilcilerinin toplantı organizasyonudur. İlk defa 2011 yılında İsveç’te düzenlendi.

Uluslararası Kongre (International Congress): Uluslararası seviyede planların, hedeflerin ve stratejilerin belirlenmesine olanak tanıyan etkinlik.

Yavaş Balık (Slow Fish): İtalya Cenova’da her iki yılda bir düzenlenen, sürdürülebilir ve zanaatkâr balıkçılığa adanmış bir etkinliktir.

Yavaş Et (Slow Meat): ABD, Denver’da düzenlenen daha iyi et üretimi ve tüketimi uygulamaları için eylem çağrısında bulunan, sürdürülebilir ve geleneksel hayvancılığın kutlaması olan etkinlik.

Terra Madre Günü (Terra Madre Day): Dünyanın dört bir yanındaki topluluklarda her yıl 10 Aralık’ta düzenlenen yerel düzeyde etkinliklerle yerel yemeklerin kutlandığı organizasyondur.

Terra Madre ve Salone del Gusto: İtalya Torino’da yılda bir düzenlenen Slow Food ve Terra Madre ağının küresel toplantı etkinliğidir.

Salone del Gusto bölgenin önemini vurgulayarak, yerel zanaatkârlar tarafından üretilen ürünleri sergileyen ve iki yılda bir düzenlenen fuardır. Fuarda tüketiciler ürünlerin tadına bakabilir ve satın alabilirler. Böylece yörede nelerin üretildiği ve nasıl bir tada sahip olduğu hakkında farkındalık bilinci oluşmaktadır. Salone del Gusto fuarı, Piedmont Bölgesel Otoritesi tarafından politik ve mali açıdan desteklenmektedir. Düzenlenen bu etkinlik, farklı bölgelerle ilişkili çeşitliliği vurgulamakta ve yöre halkını üretimi yapılan ürünlerin mirası hakkında eğitmeyi amaçlamaktadır (Mayer ve Knox, 2006).

Slow Food’ un Salone del Gusto ve Terra Madre projeleri, tanıtım, organizasyon, iletişim ve ekonomik gücün sağlanmasında oynadığı rolün kanıtı niteliğindedir. Küçük ölçekli üreticileri ve tüketicileri bir araya getiren bu projeler, küreselleşmenin etkilerini dönüştürmeyi sağlayarak yerel kültürlerin ve ekonomilerin çıkarları

doğrultusunda yerel mutfak geleneklerini yeniden gün ışığına çıkarmaktadır (Schneider, 2008).

Dünya Disko Çorbası Günü (World Disco Soup Day): Slow Food Gençlik Ağı'nın, çorba ve dansla yemek israfına karşı mücadele etmek için dünya çapında düzenlediği halk etkinliğidir.

Slow Food Hareketi'nin, yalnızca yemek yeme zevkleriyle ilgili olmadığı görülmektedir. Topraktan sofraya tüm gıda sisteminin süreçlerini kapsamaktadır. Fiziksel gıda ürünleri ve yemeklerin ötesine taşınarak, kültürel anlam ve kimliklere kadar ulaşmaktadır. Tüketiciler ve üreticiler arasında sağlanan ortaklık, Slow Food'u sadece bir "tüketim politikası" değil, aynı zamanda bir "üretim politikası" haline getirmektedir (Kinley, 2012).

3. Cittaslow (Yavaş Şehir) Hareketi

Gelişen teknoloji ile birlikte sağlanan hızlı bilgi akışı küreselleşmenin etkileriyle, sermaye hareketlerinin serbestleşmesine, üretimin küresel nitelik kazanmasına, çok uluslu şirketlerin oluşmasına ve dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet göstermesine neden olmaktadır. Küreselleşmenin yarattığı tek kutuplu dünya sistemine adapte olan şehirler, küresel oluşumların sunduğu değer ve tarzları benimseyerek kendi özgün varlıklarına uzaklaşmışlardır. Şehirlerin kendi yaşam tarzları, tüketim kalıpları ve sahip oldukları değer yargıları küreselleşmeden etkilenirken, küreselleşmenin tekelleştiği ve tikellikleri yok ettiği görülmektedir. Yaşanılan bu sürece tepki olarak başlayan "yavaş şehir hareketi", şehrin sahip olduğu değerlerin, farklılıklarının korunmasını amaçlamakta ve yerel gücünün varlığını kullanarak rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Dolayısıyla ekonomik kalkınma ve sürdürülebilirlik açısından yarar sağlamaktadır. Bunlara ek olarak, yerel paydaşların işbirliğiyle yerel potansiyelin belirlenmesinde katılımcılığı, çoğulculuğu ve müzakere ortamını oluşturarak demokratik yönetimi sağlaması açısından önem taşımaktadır (Soyocak Özalp, 2020). Teknolojideki gelişmelerin artmasıyla, çoklu görev dünyasında yaşayan insanların çoğu daha yavaş bir yaşam tarzı ile hayatın tadını çıkarmak istemektedir. Yavaş bir yaşam tarzını daha kaliteli bir yaşam tarzı olarak görmektedirler (Radstrom, 2011).

Slow Food kültürü, yetiştirilen ürünlerin üretim ve dağıtım aşamasındaki homojenleşmenin önlenmesini, buna dayalı olarak kültürel kimliğin korunmasını ve

ekonomik kalkınmada küresel kapitalist anlayış çerçevesinde endüstriyel üretim yapılmasına karşı çıkan bir harekettir. Cittaslow hareketi ise Slow Food uygulamalarının küçük şehir ve kasabaların tasarım ve planlamasında kullanmayı hedefleyen uluslararası bir oluşumdur (Eşitti ve Harputluoğlu, 2015). İtalya’da 1990lı yıllarda ortaya çıkan yavaş kent hareketinin temeli yavaş yemek hareketine dayanmaktadır. Slow Food felsefesine ek olarak kentleri de kapsayan yavaş kent (Cittaslow) hareketi, yerel kültürlerini ve kimliklerini korumayı hedefleyen küçük şehirlerin genişletilmesi amacıyla başlatılmıştır (Ak, 2017). Cittaslow anlayışı; yerel çevre ve gastronomi kaynaklarının kalitesi, teknolojilerden yararlanarak yörede yaşayan sakinler ve ziyaretçiler açısından refah yaşamın sağlanması şeklinde anlaşılmaktadır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 40).

3.1. Cittaslow Hareketi’nin tarihsel gelişimi

Cittaslow Hareketi 1999 yılında İtalya’da kuruldu. Kurucularının, “hız” ve küresel olarak homojen bir yapıya bürünen yaşam tarzlarına karşı tepki olarak Cittaslow, küreselleşme bağlamında yerel farklılığa dikkat çeker ve yaşam kalitesini yerel niteliklerle iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmalarını akredite (yetkili) üyeleri tarafından kabul edilen yerel yönetim modelini küresel bir biçimde yayarak gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Bir şehrin akredite olabilmesini sağlamak için, çevre ve altyapı politikaları, kentsel dokunun kalitesi, yerel üretim, konukseverlik ve Cittaslow bilincinin oluşturulması ile ilgili kriterlerden, değerlendirme sonucunun %50’nin üzerinde puan alması gerekmektedir. Daha sonra, Cittaslow yetkilileri tarafından inceleme işlemleri yapılır ve uygunluk sağlanırsa onaylanarak üyeliği gerçekleştirilir. Cittaslow şehirleri, uygulanan politikaları, projeleri, faaliyetleri ve düzenlenen etkinlikleriyle gelişimini sürdürmeye devam etmektedir. Cittaslow, kentsel sosyal hareket olduğu kadar yerel yönetimler içinde model bir oluşumdur (Pink, 2008).

3.2. Cittaslow Hareketi felsefesi

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler, nüfus artışı, tüketim eğilimi, trafik, çarpık kentleşme bireyleri kaçış yönelimine itmektedir. Bilhassa snobik ve hedonik yaşam tarzlarının yaygınlaşması, bireyleri daha yaşanabilir, otantik, kaliteli yaşamı istemesine yol açmaktadır. Yavaş hareketinin en bariz göstergelerinden olan yavaş

şehirler, şehirlerin yerel özelliklerinin korunmasını amaçlamaktadır. Cittaslow kavramı, küreselleşmenin meydana getirdiği tektürel mekânlardan ayrılarak, yerel kimliğine ve niteliklerine sahip çıkarak Dünya genelinde farkındalık yaratmak isteyen yerleşim yerlerinin komün şeklinde hareket etmesi olarak ifade edilmektedir (Sezgin ve Özdemir, 2016: 2-3).

Cittaslow, Slow Food felsefesini temel alarak küçük yerleşim yerlerinde kentsel tasarım ve planlamalar kapsamında uygulamaları olan uluslararası bir ağıdır. Yavaş şehirler, sakinlerinin ve ziyaretçilerinin yaşam kalitesinin iyileştirilmesini, ulusal ve uluslararası Cittaslow ağındaki üye şehirlerarasında iyi fikirlerin, deneyimlerin ve bilgilerin paylaşılmasını hedefleyen amaçlar yönünde çalışmalarını sürdürmektedir. Bir diğer hedef ise, Avrupa’da ve dünyada birçok yerde faaliyet gösteren, geleneksel restoranların yerini alan fast food zincirlerinin yayılmasına karşı önlemlerin alınmasının sağlanmasıdır (Miele, 2008).

Kent merkezlerindeki gelişimleri kapsayan eğilim ve modeller, küreselleşmenin etkisiyle giderek standartlaşan şehirler meydana getirmektedir. Küreselleşmede yaşanan artış, kentsel kimliğin homojenleşmesini sağlamaktadır. Özellikle bu durum, yerel kimliğe değer vermeyen yabancı çözümlere ilgi duyan küçük yerleşim birimlerinde görülmektedir. Üye küçük kentlerden oluşan organize bir ağ olan Cittaslow, kentlerin kendine ait karakteristik özelliklerini korumayı amaçlayarak, kentsel ve bölgesel planlamaların yer temelli kimliğini ön planda tutmaktadır. Cittaslow, kentlerin kendilerine ait kimliklerini sürdürmeyi, bununla birlikte şehirlerde yaşayan sakinlerinin yaşamaktan zevk alabilecekleri ve daha iyi bir çevre olabilmesini sağlamayı hedeflemektedir. Slow Food, Cittaslow felsefi açıdan örnek teşkil etmektedir. Slow Food, gıdaları, yerel çiftlikleri ve geleneksel mutfakı kültürel sürdürülebilirlikle bağdaştırmaktadır. Slow Food, dünya çapında yerel yiyecekleri yerel bölgelerde tanıtımı için çalışmalar yürütmektedir. Slow Food ve Cittaslow arasındaki işbirliği, yerele özgü ürünlerin teşvik edilmesini, geleneksel gıdaların önemi konusuna farkındalık bilinci oluşturmak için eğitimler sağlamaktadır. Cittaslow ağı, küreselleşen toplumda küçük şehirlerin sayılarının artmasıyla yerel yer algısında sürdürülebilirlik sağlamaktadır. Alınan destekleyici önlemler sayesinde yerel bölgelerin, artmakta olan küresel homojen kentsel merkezler karşısında gelişebilmesini temin etmektedir (Radstrom, 2011).

Bir yaşam stili olarak yavaş şehir, modern turizm ürünleri ve yerel sakinlerin yaşaması açısından üçüncü bir yer sunmaktadır. Yavaş şehirler, sağlıklı ve otantik çevre anlayışına erişebilmek için değişimden yana tavır sergilemektedirler (Shang, Qiao ve Chen, 2019). Hızlı endüstriyel gelişmelerin, makineleşmenin, dijitalleşmenin ve insanın her şeye hızlı bir şekilde sahip olduğu günümüzde, yavaş şehirlerin doğuşu veya “yavaş” a dönüşmesi tartışma konusudur. Şehirlerin “yavaş” olarak devamlılık göstermesi, gelişmenin kademeli olarak ilerlediği, yaşamın hızını yavaşlatan coğrafi ya da diğer sınırlamaların varlığını gösterdiği yerlerde uygun olduğu görülmektedir. Özellikle kırsal alanlar, dağlık bölgeler, adalar gibi yerleşim yerlerinin coğrafi konumdan uzak, kolay erişim sağlanamayan ve az gelişmiş yerler, coğrafi uzaklıkları ve çevre koşullarından kolaylıkla etkileşim yaşamadıklarından dolayı yavaş şehir cazibe merkezleri olarak ideal yerlerdir (Khan, 2015).



Görsel 2. *Cittaslow Logosu (http-9)*

Cittaslow üyesi olan ülkeler gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine ek olarak yavaş turizm, yavaş tur, yavaş gezi gibi kavramları pazarlama stratejilerinde kullanmaktadırlar. Dolayısıyla, turistler Cittaslow üyesi olmayan turizm destinasyonlarındaki deneyimlerini derinleştirebilmek amacıyla yavaş felsefesinin benimsendiği turizm faaliyetlerine katılım sağladıkları görülmektedir (Sezgin ve Özdemir, 2016: 19). Cittaslow şehirlerinin sahip olduğu kültürel zenginliklerin tanıtımlarının yapılmasına, yöresel tatların keşfedilmesine ve yeni turizm bölümlerinin ortaya çıkmasıyla yöre halkının kalkınmasına katkı sağlamaktadır (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021: 170).

Yavaş şehirlerde, yerel ürünlerin yıllık sayımlarının yapılması, yerel kültürel etkinliklerin korunması, şehrin dikkat çekici yerlerinde yerel pazarların oluşturulması, organik tarımın teşvik edilerek geliştirilmesi, yerel gastronomik gelenekleri artırma amaçlı programları ve yerel bölgenin sahip olduğu el sanatlarının korunmasını teşvik eden girişim çalışmaları yapılmaktadır (Mayer ve Knox, 2006).

3.3. Cittaslow kriterleri

Cittaslow Hareketi'nin yerel kimliği canlandırılması en bariz özelliği olarak görülmektedir. Yavaş Şehir Standartları aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

Çevre Politikaları:

- Hava temizliğinin kalitesi belirtilen yasal düzenlemeler çerçevesinde parametrelere uygunluğunun belgelenmesi,
- Su temizliğinin kalitesi belirtilen yasal düzenlemeler çerçevesinde parametrelere uygunluğunun belgelenmesi,
- Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalamayla karşılaştırılması,
- Kentsel ve özel atıkların sınıflara ayrılarak toplanmasının sağlanması,
- Evsel ve endüstriyel atıkların geri dönüşümünün desteklenmesi,
- Kentsel ya da toplu kanalizasyon filtreleri temin edilmesi (atık su arıtma tesisi bulunması),
- Binalarda ve kamu kullanım alanlarında tasarrufunun sağlanması,
- Kamunun alternatif enerji kaynakları kullanımını desteklenerek yenilebilir enerji kaynaklarından enerji üretiminin sağlanması,
- Görsel kirliliğin (reklam panoları ve dükkân vitrinlerinin düzenlenmesi) ve trafik gürültüsünün azaltılması,
- Kamusal ışık kirliliğinin (şehrin aydınlatılmasında sistemlerin geliştirilmesi) azaltılması,
- Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi,
- Biyoçeşitliliğin korunması.

Altyapı Politikaları:

- Kamu binalarına bağı verimli bisiklet yolları,
- Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması,
- Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri
- Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması,
- Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması,
- Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler,
- Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik,
- Kent merkezlerinde malların sürdürülebilir dağıtımı,
- Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı.

Kent Kalitesinin Arttırılmasına Yönelik Politikalar:

- Kentin direnci için planlamaların yapılması,
- Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezlerinin ve kamu binalarının değerlerinin arttırılması için programlar (sokak mobilyaları, turizm levhaları, kentsel peyzaj ve korunması) geliştirilmesi,
- Peyzaj çalışmaları yapılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi ve /veya oluşturulması,
- Kentsel yaşanabilirliğin arttırılması için çalışmaların yapılması,
- Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılır hale getirilmesi,
- Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması,
- Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması (biyo-mimari alanlarının kurulması, biyo-mimarinin geliştirilmesi ve tanıtılması için planlar yapılması.),
- Kentin internet ağına sahip olması (fiber optik, kablosuz sistemlerin kurulması),
- Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması (gürültü, elektrik sistemleri vb.),
- Tele çalışmanın geliştirilmesi (bilgisayar bağlantısıyla evden çalışmanın sağlanması),
- Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşvik edilmesi,

- Sosyal altyapıyı desteklemek,
- Kamusal sürdürülebilir kentsel planlamanın teşvik edilmesi,
- Kent içindeki kullanılabilir yeşil alanların verimli bitkiler ile değerlendirilmesi,
- Yerel ürünlerin ticari olarak kullanılması için alanların yaratılması,
- Atölyelerin korunması ve değerlerinin arttırılması – doğal/yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması (tarihi kent merkezlerinde yer alan geleneksel kasap, fırın, bakkal vb. dükkânların desteklenmesi),
- Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarının hesaplanması.

Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkârlara İlişkin Politikalar:

- Agro-ekolojinin geliştirilmesi (yerel ürünlerin sertifikalandırılmasını sağlamak),
- El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin koruma altına alınması,
- Geleneksel iş yöntemlerinin ve zanaatların değerinin arttırılması,
- Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini arttırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak (bölgedeki halkının hizmetlere ulaşımını arttırmak),
- Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb.) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılmasını sağlamak,
- Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi,
- Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin arttırılması,
- Otel yatak kapasitelerin arttırılması,
- Tarımsal üretimde GDO kullanımının yasaklanması,
- Daha önceleri tarım amaçlı kullanılmış alanların imar planları için yeni fikirlerin geliştirilmesi.

Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Politikalar:

Cittaslow kentlerinden beklenen misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için gerekli politikalar şunlardır (http-9, 2022):

- İyi karşılama (kenti ziyaret edenlere yönelik çalışacak bir karşılama/tanıtım görevlisinin belirlenmesi, görevlendirilmiş kişilerin eğitimi, yönlendirme levhaları, ziyaretçilere uygun altyapı olanakları ve tanıtım ofisleri gibi bu alanda çalışan noktaların mesai saatlerinin düzenlenmesi),
- Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarının artırılması,
- Yavaş güzergâhların mevcut olması (basılı veya internet sayfasında ve web üzerinde),
- Önemli yönetsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif yöntemlerin benimsenmesinin sağlanması,
- Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi,
- Sağlık eğitimleri (obezite, diyabet vb. sorunlara yönelik çalışmalar) sağlanması,
- Yöre halkına Cittaslow' un anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim verilmesi,
- Cittaslow üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı,
- Cittaslow kampanyalarının desteklenmesi,
- Cittaslow logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı.

Sosyal Uyum:

- Azınlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar,
- Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşamaları
- Engelli kişilerin entegrasyonu,
- Çocuk bakımının desteklenmesi,
- Genç neslin istihdam durumu,
- Yoksulluk,
- Toplumsal ortaklıklar/sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti,
- Farklı kültürlerin entegrasyonu,
- Politikaya katılım,
- Belediyenin kamu konut yatırımı,
- Gençlik faaliyetlerinin yürütüldüğü bir alanların ve bir gençlik merkezinin mevcudiyeti.

Ortaklıklar:

- Slow Food aktiviteleri ve kampanyaları için destek,
- Doğal ve geleneksel yiyecekleri Slow Food veya diğer kurumlar ile desteklemek,
- Eşleştirme projelerini desteklemek ve geliştirmekte olan ülkelerin Cittaslow ve Slow Food felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak.

Tablo 3. Türkiye’de Yavaş Şehir Ağına Kayıtlı Kentler (<http://9>)

Yavaş Şehir	Bulunduğu İl
Ahlat	Bitlis
Akyaka	Muğla
Arapgir	Malatya
Eğirdir	Isparta
Foça	İzmir
Gökçeada	Çanakkale
Gerze	Sinop
Göynük	Bolu
Güdül	Ankara
Halfeti	Şanlıurfa
İznik	Bursa
Kemaliye	Erzincan
Köyceğiz	Muğla
Mudurnu	Bolu
Perşembe	Ordu
Seferihisar	İzmir
Şavşat	Artvin
Uzundere	Erzurum
Vize	Kırklareli
Yalvaç	Isparta
Yenipazar	Aydın

Cittaslow üyesi şehirler, yerel üreticiler ve tüketiciler arasında iletişim sağlanmasını teşvik etmektedir. Bu şehirlerde çevrenin korunmasında, sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında ve kent hayatının kalitesinin iyileştirilmesinde doğal ve çevre dostu yöntemlerle yiyecek üretimine destek verilmektedir. Yavaş şehirler, yerel kültürler, şarap ve yiyeceklerin yavaş üretimi ve tüketimine, çevresel dengenin korunmasına, yerel ve organik ürünlere odaklanarak çalışmalarını yürütmektedir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 48). Geleneksel değerlerin korunması ve yaşatılması, yaşam anlayışında Slow Food'un varlığı şehirleşmede ise Cittaslow felsefesi açısından oldukça önem arz etmektedir (Güldemir, 2016: 198). Cittaslow hareketi yerel anlamda, sürdürülebilir gelişime olanak tanınmasına ve üye şehirlerin Slow Food hareketi ile gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamasına, şehirlerin ekonomik sürdürülebilirlik sağlamasına ve markalaşmasına alt yapı temin etmektedir (Güldemir, 2016: 203-204).

Yönetimler, çevre eğitiminin teşvik edilmesini ve yerel toplulukların projelere katılımlarının sağlanmasını gerçekleştirerek kasabaların sürdürülebilirliğine yardımcı olmaktadır. Belediyeler, yavaş şehirlerin gelişimlerini değerlendirebilmeleri ve birbirlerinden öğrenebilmeleri için sürdürülebilirlik ilkelerine yönelik iyileştirmeleri ölçen sistemleri geliştirebilmektedirler. Yerel düzeyde yapılan bu uygulamalardaki küçük değişiklikler, sakinlerin sürdürülebilirliğe yönelik tutumlarını, katılımlarını olumlu yönde değiştirebilmektedir. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınmanın uygulanmasında daha başarılı etkiler sağlayabilmektedir (Semmens ve Freeman, 2012).

3.4. Cittaslow şehri Köyceğiz

Köyceğiz, Cittaslow genel başkanı Stefano Pisani, Cittaslow genel sekreteri Pier Giorgio Oliveti, Cittaslow Türkiye koordinatörü Tunç Soyer ve Cittaslow Türkiye Teknik Koordinatörü Bülent Köstem'in katılımlarıyla 23 Mart 2019 tarihinde Cittaslow şehri olmuştur ([http-4](http://4)).



Görsel 3. Köyceğiz Gölü Kordon (araştırmacı, 2022)

Cittaslow Hareketi Kapsamında Köyceğiz’de Uygulanan ve Uygulanacak Projeler:

- Köyceğiz Aromatik Bitkiler Evi-Gelecek Turizmde
- Ailem Geleneğim, Gençliğim Geleceğim
- Köyceğiz Belediyesi Evde Bakım Hizmetleri Projesi
- Sığlalar Geri Dönüyor
- Köyceğiz’in Büyükleri Projesi
- Köyceğiz Kadın Akademisi Projesi
- SODAM Projesi
- Bağımlı Olma, Mutlu Ol Projesi
- OKU Projesi
- Gezici Sağlık Aracı Hizmeti Projesi
- Hayat Kolumda Her Şey Yolunda
- Neşeli Oyun Parkurları
- Bir Dilek Tut Projesi
- Meydan ve Park Düzenlemeleri Projesi
- Gençlik Merkezi ve 1000 kişilik Kapalı Spor Salonu Projesi
- Mehmet ÖZKAYA Kültür Merkezi
- Atatürk Kordonu Sahil Düzenlemesi Projesi
- Çevre Dostu Sokak Projesi
- Bisiklet Yolu Projesi
- Sultaniye Kaplıcaları Düzenlemesi ve Jeolojik Kubbe Yapımı

- Engelsiz Temalı Park
- Delta Plajı Düzenlemesi Projesi
- Çevre Düzenlemeleri Projesi
- Mesire Alanı Kent Park Projesi
- Ekincik Sahil Bandı Düzenlemesi
- Engelsiz Temalı Kaldırım Düzenlemesi
- Mahalle Parkları Projeleri (http-4).

3.4.1. Köyceğiz'in tarihi

Milattan önce 3400 yıllarına kadar dayanan Köyceğiz'in tarihi, yörede bulunan ilk uygarlık olan Karyalılar'dır. Daha sonrasında İskitler, Asurlar, İyonyalılar, Dorlar, Akalar, Persler, Hellenler, Seleykoslar, Romalılar, Selçuklular, Menteşeoğulları ve Osmanlılar yörede hamiyetlerini sürdürmüşlerdir. Tarihçi Herodot, coğrafyacı Strabon ve İngiliz arkeolog Hoskin tarafından Köyceğiz'in tarihine ilişkin ilk bilgileri vermektedir. Milattan önce 1000 yıllarında Karyalıların kolonileri gelişim göstermiş, Kaunos şehrinde bulunan limanlarından ve ticaret merkezleriyle önem kazanmıştır. Akropol, ünlü mabetler, Harab ve Susan kaleleri yörede bulunan önemli tarihi eserlerdendir (http-2).



Görsel 4. Kaunos Antik Kenti (http-6)

Osmanlı İmparatorluğu döneminde yöre Hurşit Paşa'nın Muğla Mutasarrıflığına getirildiği dönemde bugün bulunduğu yer olan Yüksekum'a taşınmıştır (1884). Yörede İstiklal Savaşı zamanında saldırıların gerçekleşmesi sonucunda Tahir

Ağa, Mehmet Zeki Osman Ağa ve Tevfik Bey'lerin öncülüğünde Kuva-i Milliye Teşkilatı kurularak yurt savunmasına dâhil edilmiştir (http-2).

Rivayetlere göre Köyceğiz, gölün alanı üzerinde bulunan bir ovada kurulmuştur. Bilinmeyen bir tarihte ovayı su basması sonucu şehir sular altında kalmıştır. Bu felaketi görenler gölün doğu kısmında kalan birkaç evi ve insanı görünce: "Bütün şehir batmış, sadece kıyıda bir Köyceğiz kalmış." demişler. Böylelikle yörenin adı "Köyceğiz" olmuştur. Günümüzde hala batık şehrin gölün altında olduğuna inanılmaktadır (http-2).

3.4.2. Köyceğiz'in coğrafi konumu

Muğla'nın 13 ilçesinden biri olan Köyceğiz 1,758 km² yüz ölçümüne sahiptir (http-3). Akdeniz ve Ege Bölgeleri'nin birleştiği yerde bulunan Köyceğiz, Muğla- Fethiye Karayolu'nun 60. kilometresinde yer almaktadır. İlçe güneyden Ortaca ve Dalaman, batıdan Marmaris ve Ula, kuzeyden Menteşe kuzey doğudan ise Denizli iline bağlı Acıpayam ve Beyağaç ilçeleri ile komşudur (http-2).

Bölgenin kıyılarında Akdeniz iklimi, dağlık bölgelerinde ise karasal iklim hâkimdir. Köyceğiz, Türkiye'de Rize'den sonra en çok yağış alan yerdir (http-2).

Konumu itibariyle Muğla-Fethiye-Antalya karayolu üzerinde bulunan Köyceğiz, şehirlerarası otobüs ve minibüslerle ulaşım kolaylıkla sağlanmaktadır. Ayrıca, Dalaman Havalimanı'na 32 km, Milas-Bodrum Havalimanı'na 137 km uzaklıktadır (http-2).

3.4.3. Köyceğiz'in turizm potansiyeli

Köyceğiz Gölün ve çevresinde kurulan Karia antik kentinin ticaret merkezi olan Kaunos şehri yörenin turizm önemini artırmaktadır. Kaunos Antik Kenti, 2014 yılında Unesco tarafından Dünya Miras Geçici Listesi'ne alınmıştır. Yöreyle bağlı Sultaniye Köyü'nde bulunan Sıcak-Soğuk Termal Kaplıcaları sağlık turizmi açısından oldukça önemli bir merkezdir. Sultaniye Kaplıcaları'nın tarihi milattan önceye dayanmaktadır. O dönemlerde kaplıcalar "şifa yurdu" olarak kullanılmıştır. Roma, Bizans, Osmanlı ve Selçuklu dönemlerinde halkın hizmetine sunulmuştur. Roma döneminde 400 hasta kapasiteli olarak hizmet veren gelişmiş bir hastane durumundaydı. İncelenen kaynaklara göre, "Tanrılar adına buraya ölüm giremez"

diye yazının olduğuna rastlanılmıştır. Alternatif turizm çeşitleri olan rafting, trekking, su sporları ve safari Gökçeova ve Yayla Köyü'nde yapılmaktadır. Çandır mahallesinde bulunan Kaunos Antik Kenti ve Kaya Mezarları mevkiinde çamur banyoları ve tesisleri bulunmaktadır. Ölemez Dağı'nın eteklerinde bulunana Ekincik Koyu, sahip olduğu yat limanı, plajı, Köyceğiz Belediyesi'nin işlettiği restoran ve dinlenme tesisi, otel, pansiyon ve kamp alanlarıyla yöreye gelen turistler için en gözde koylardan biridir. Köyceğiz'e 12 km uzaklıkta, 800 m yükseklikte bulunan Ağla Köyü kaynak sularıyla, asırlık çınar ağaçlarıyla doğayla iç içe olmak isteyen turistler için vazgeçilmez bir destinasyondur. Ağla Yaylası'nda yayla turizmi çalışmaları da sürdürülmektedir. Yörede bulunan Dalaman Çayı'nda rafting ve trekking yapılmaktadır. Köyceğiz-Dalyan arasında bisiklet parkuru için alt yapı çalışmalarına devam edilmektedir. 2015 yılında yörede, Şamanizm ve Tangrizim inancına sahip olanların katılımıyla Ayata Festivali düzenlenmiştir (http-1).

3.4.4. Köyceğiz'in yerel yemekleri

Köyceğiz'in en meşhur yemekleri yörede bulunan ot çeşitlerinden yapılmaktadır. “yoğurtlama” ya da diğer adıyla “borani” ise Köyceğiz'de yoğurt ile yapılan yemeklerdir. Sebze yemeklerinin yanı sıra Köyceğiz yöresinde yetişen ebegümeci, gelincik, kişkin, gazyak, devetabanı, köremen, deniz börülcesi, hardal (turp otu) boranisi de yapılmaktadır (http-4).



Görsel 5. “Yoğurtlama tabağı” (http-5)

Ot ve mantar yemekleri çeşitleri arasında sılıcan, sığla ve menengiç ağaçlarının filizleri, çintar, kuzugöbeği yer almaktadır. Yörede yapılan diğer yemek çeşitleri ise,

Köyceğiz usulü ekşili tavuk, günlük (sığıla ağacı filizleri) yoğurtlaması, sütlü yapık (yabani üzüm filizi), nezle (un) çorbası, kuru börülce ekşilemesi, deniz börülcesi yoğurtlaması, karışık ot kavurması, bal kabağı yemeği, soğanlı patlıcan, meneviş (çıtlık ağacı) yoğurtlaması, tavuklu ekşili çorba, sılıcan ekşilemesi, çıntarlı saç böreği, bal kabaklı saç böreği, balık pilaki, imambayıldı, kapama, sazan balığı yahnisi, yaprak sarması, kabak köftesi(mücver), pekmezli nişastalı helva şeklinde sıralanmaktadır (http-4).

Köyceğiz yöresel mutfağının en meşhur yemekleri arasında yer alan ekşili tavuk ve Köyceğiz usulü tavuk dolması yemeklerinin tarifleri aşağıda verilmiştir:

Ekşili Tavuk:

Gerekli Malzemeler: Köy tavuğu, baş sarımsak, tavuğun kendi yağı ya da tereyağı, tavuk suyu, limon, haşlanmış nohut, tuz

Yapılışı: Tavuk haşlanır. Haşlandıktan sonra büyük parçalara ayrılır, tavada ısıtılan kendi yağında ya da tereyağında arkalı önlü kızartılır. Kızaran tavukların üzerine dövülmüş sarımsak, tavuk suyu, haşlanmış nohut eklenir, pişirmeye devam edilir. Tavuk önceden haşlanmış olduğu için iki-üçtaşım kaynaması yeterlidir. Limon suyu da ilave edilip beş dakika kadar daha kaynadıktan sonra yemek servise hazır olur. İkram ederken üzerine karabiber serpilir (http-7).

Köyceğiz Usulü Tavuk Dolması:

Gerekli Malzemeler: Bütün tavuk, pirinç, tavuk ciğeri, dolmalık fıstık, kuş üzümü, maydanoz, karabiber, sarımsak, soğan, domates salçası, un, haşlanmış nohut, sıvıyağı

Yapılışı: Soğanlar yemeklik doğranır, maydanozlar ince ince kıyılır. Yağın kızdırıldığı tavada soğan ve fıstık hafif kavrulur. Üzerine tavuk ciğerleri ve pirinç eklenerek kavrulmaya devam edilir. En son da kuş üzümü eklenip biraz daha kavrulur. Karışım ocaktan indirildikten sonra maydanoz eklenir ve karıştırılır. Hazırlanan bu iç malzemesi tavuğun içine doldurulur ve dikilir. Daha sonra büyük bir tencerenin içesinde tavuk haşlanır. Pişen tavuk fırında kızartılır. Tavuk fırında kızarıırken bir tavada salça ve sarımsak sote edilir. Un ilave edilerek biraz kavrulur. Bunların üzerine haşlanmış nohut ve tavuğun haşlandığı sudan alınır ve kıvam alması sağlanır. Son

olarak fırından çıkarılan tavuğun dikişleri açılır ve üzerine bu sos eklenir (Şimşek ve Yıldız, 2017).

3.4.5. Köyceğiz’de düzenlenen faaliyetler

Köyceğiz yöresinde yılın çeşitli zamanlarında festivaller, yarışlar ve etkinlikler düzenlenmektedir:

- Aromatik Bitkiler Festivali (Haziran ayı)
- Briç Festivali (Temmuz ayı)
- Sakin Şehir Festivali (Temmuz ayı)
- Köyceğiz Yağlı Güreşleri (Eylül ayı)
- Yoga Festivali (Ekim ayı)
- Köyceğiz Belediyesi Durgunsu Kano Bahar Kupası Yarışları (Nisan ayının 2. haftası)
- Köyceğiz Portakal Çiçeği Günleri Bisiklet Festivali (Haziran ayının 1. haftası)
- Köyceğiz Belediyesi ve Ege Yolcu Motosiklet Festivali (Haziran ayının 3. haftası)
- Türkiye Üniversiteler Köyceğiz Yaşar Sevim Plaj Hentbolu Şampiyonası (Haziran ayının son haftası)
- Köyceğiz Kaunos Altın Aslan Türk Filmleri Festivali (Ağustos ayının son haftası), ([http-2](http://2)).

4. Yavaş Turizm

Genellikle klişeleşmiş turizm tanımlamaları ile karşılaştırıldığında, yavaş turizm, daha uzun konaklama sürelerini kapsayan ve gidilen yerdeki insanları, tarihi, kültürü ile etkileşim kurarak yaşayan sakinlerinin yaptığı gibi “yaşamaya” çalışmak olarak tanımlanmaktadır (Guiver ve McGrath, 2016). Yavaş turizm, esnek yapıya sahip, yavaş tempolu, özgün ve bununla birlikte ev sahibi toplumların kendileri ve misafirleri için en ideal uygulamalar olarak beğenisini karşılayan ziyaret deneyimi şeklinde ifade edilmektedir (Conway ve Timms, 2010). Yavaş turizm, seyahatin köklü değişimlerini kapsayan, yerel halkı ve yerel kültürün deneyimlenmesini birincil amaç gören turizm çeşididir. Eko-turizm ve özel ilgi turizm yaklaşımlarını bünyesinde barındırmaktadır. Yoga tatilleri, gastronomi turları, kültürel miras ile ilgili geziler vb. daha yumuşak faaliyetler gerçekleştirilmektedir (N. Kozak, M. A.

Kozak ve M. Kozak, 2017: 39). Yavaş Turizm akımı, kitle turizmine karşı sav şeklinde sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliği baz almaktadır. Bahsedilen özelliklere dayanılarak Yavaş Turizm, eko-turizm ve toplum temelli turizm çeşitleri ile aynı hedefleri taşıdığı ifade edilmektedir. Slow Food Hareketi'nde olduğu gibi yavaş turizm de kitle turizminin tek tipleşmeye karşı olarak ortaya çıkmıştır. Turistlerin niceliğine değil niteliğine odaklanmaktadır (Sezgin ve Özdemir, 2016: 9).

Yavaş turizm, kültür ve turizm bileşenli anlayış olarak yaygınlaşmakta, kültürel ve doğal kaynakların yerelde geliştirilmesi ve korunması ilkesini savunmaktadır. Yöresel ürünler, yerel kimlik, sürdürülebilirlik öneminde turizmin gelişmesinde çevre konusuna dikkat çekerek kalkınmayı destekleyen felsefeye sahiptir (Sezgin ve Özdemir, 2016: 19). Yavaş Turizm (Eko-Gastronomik Turizm), sürdürülebilirlik ilkelerine dayanmaktadır. Sürdürülebilir turizmde gastronomi; yerel, özgün ve geleneksel yiyecek ve içeceklerle sınırlı tutularak turistlere sunulmaktadır. Eko-gastronomi ise; insanlar için fizyolojik ihtiyaç olan yiyecek ve içeceklerin, karmaşıklaşan dünyanın ekolojik üretiminin tamamlayıcı unsuru olmaktadır (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 55).

Yerel ürünler, kültür, sağlık, ulaşım, pazarlama eğilimleri alanlarında yaşanan gelişmeler yeni turist profilinin ve yavaş turizmin meydana gelmesinde etkili olmaktadır. Yavaş turizmin turist profili, sık ve kısa süreli tatillere çıkan, tatil kararını geç veren, marka bilinci ve değer yargısı olan, teknolojiyi iyi kullanan, bilinçli destinasyon seçimi yapan, çevreye saygılı, uluslararası seyahatler hakkında bilgisi bulunan, kişiselleştirilmiş turları tercih eden, otantik tatil isteyen şeklinde sıralanan özellikleri kapsamaktadır. Diğer turizm çeşitlerinde meydana gelen betonlaşma, turizm işletmelerindeki bilinçsiz nicelik artışı ve niteliğin kalitesizleşmesi, kültürel ve doğal dokunun tahrip olması, hizmet kalitesindeki düşüş, her şey dahil sistemde yaşanan doygunluk yavaş turizme olan eğilimi artırmaktadır. Turistler, otantik, samimi, sade ve hesaplı turizm hizmeti talep etmektedirler (Sezgin ve Özdemir, 2016: 2-3).

Destinasyonlarda Yavaş Turizm teşvik edilerek, fiziksel çevrenin yenilenmesinde, ağ oluşturma ve bölge sakinlerinin bilgi ve becerilerinin geliştirilmesinde, destinasyon kimliğinin korunmasında ve destinasyon profilinin güçlendirilmesinde oldukça yararlı faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Yavaş Turizm kavramı, turizm bölgesinin

refahını artırmayı hedeflemektedir. Bu sebeple Yavaş Turizm, bölgenin gelişmesine yardımcı olan aracı güç olmaktadır (Svard, 2013).

Yavaş Turizm'e göre, yerel ürünleri satın almanın taşıdığı anlamlar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yerel çiftçilerin ve yerel ekonominin desteklenmesi,
- İş imkânlarının oluşturulması konusunda desteklenmesi,
- Turizmle arasındaki bağların güçlendirilmesi,
- Yerel tarım ve yiyecek sektörünün güçlendirilmesi,
- Yerel markaların ve ürünlerin tanıtımının teşvik edilmesi (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 59).

Yavaş turizm, dünyanın çeşitli bölgelerinde dikkate alınmamış ya da yerel otantik turizm destinasyonları şeklinde gelişim sağlanmamış, çevre duyarlılığı ve kapasite geliştirme potansiyeli olan “aşağından kalkınma” girişimi olarak ifade edilmektedir (Conway ve Timms, 2012).

Tablo 4. *Slow Travel (Yavaş Turizm) - Turist Deneyiminin Bütünü (Dickinson, Lumsdon ve Robbins, 2010)*

Destinasyon Deneyimi <---> Seyahat Deneyimi			Çevrecilik Bilinci
Yavaşlık -ağırdan alma -durağanlık -yaşam kalitesi	Yaşanan Deneyim -insanlarla ve yerel ile bağlantı -ortak üretim -paylaşılan sosyal deneyimler -seyahat bütünüleyici -seyahat deneyimlemeleri	Yerel -yerel ulaşım -yerellik önemli -konaklama yerinin yakınında kalmak -gastronomi	Çevre -çok sıkı veya az sıkı yavaş gezginler -daha az mesafe -daha uzun kalma süreleri -karbon azalımı

Yavaş turizmin önemli boyutları şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yer (yerellik, ayırt edicilik, peyzaj, miras, çevre, ürün)
- İnsanlar (topluluk, kültür, yerel girişim, mutfak, misafirperverlik, özgünlük)
- Zaman (hız, rahatlama, telaşsız, daha derinlemesine)
- Seyahat (mesafe, hız, mod, düşük karbon) ve
- Kişisel (esenlik, zevk, eğlence, şenlik, öğrenme, anlam, keyif alma, anlama) (Caffyn, 2012).

Yavaş ziyaretçiler, doğal ve kültürel miras, yerel mutfak, sahip olunan gelenekler ve destinasyonlara ait özel nitelikler hakkında bilgi edinmektedirler. Yerel pazarlarda gezinmeyi, ortamı özümsemeyi, insanları izlemeyi, zanaatkârların ürettiği ürünlerden satın almayı, yerel sakinlerle iletişime geçerek sohbet etmeyi, yerel restoranlarda otantik yemek yeme deneyimlemeyi istemeleri mümkün görülmektedir (Caffyn, 2012).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOW FOOD HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ

1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Slow Food Hareketi kapsamında Köyceğiz yöresel mutfağının, gastronomi turizmi içindeki uygulama koşullarını, göreceli önemini ve iyileştirme olanaklarına temel teşkil edecek verilerin derlenmesi ve saptanan verilere dayanarak, Köyceğiz’de gastronomi turizminin gelişmesinde verimli olabilecek etkinlik ve çalışmalar konusundaki yorumların irdelenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın sonunda, geliştirme amacına yönelik gerçekleştirilebilir ve sürdürülebilir stratejiler hakkında bir kavramsal çerçeve önermek amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında çalışmanın diğer ikincil amaçları ise şu şekilde belirlenmiştir:

- Köyceğiz yöresinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin Slow Food Hareketi’ne yönelik bakış açılarını belirlemek.
- Köyceğiz yöresine ait yemeklerin kayıt altına alınmasının ve tanıtımının yapılmasına katkı sağlamak.
- Köyceğiz yöresinde gastronomi turizminin geliştirilmesine katkı sağlamak.

İlgili alan yazın taraması sonucu, Cittaslow şehri olan Köyceğiz yöresinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek ve konaklama işletmeleri ile görüşülerek Slow Food ve Yöresel Mutfak hakkında bilimsel çalışmanın olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın ilgili literatüre katkı vermesi ve yiyecek-içecek sektörü açısından önem ve farkındalık oluşturulması önemlidir. Ayrıca araştırmanın bulguları gastronomi turizmine özgü pazarlama karmalarının oluşturulması açısından da önem taşımaktadır.

1.1. Araştırmanın varsayımları

Çalışmada veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında görüşmeler yüz yüze ve ses kayıt cihazı yardımıyla yapılmıştır. Görüşme yapılan katılımcıların, içtenlikle ve gerçeği yansıtacak şekilde cevap verdikleri ve araştırmaya katkı sağladıkları varsayılmaktadır.

1.2. Araştırmanın sınırlılıkları

Bu çalışma, aşağıda belirtilen sınırlılıklar kapsamında gerçekleştirilmiştir:

- Araştırmanın sonuçları, Köyceğiz ilçesinde faaliyet gösteren otel ve restoran (işletme sahipleri, müdürler, şefler) işletmelerinden elde edilen veriler ile sınırlıdır.
- Araştırmanın sonuçları, 21 Şubat- 01 Nisan 2022 tarihleri arasında Köyceğiz ilçesinde faaliyet gösteren otel ve restoran (işletme sahipleri, müdürler, şefler) işletmelerindeki görüşmeyi kabul eden kişilerin görüşleri ile sınırlıdır.
- Araştırmanın gerçekleştirildiği tarihlerde yörenin turizm sezonunun açık olmaması ve bazı işletmelerin kapalı olması nedeniyle görüşülen kişi sayıları sınırlıdır.

2. Araştırma Yöntemi

Nitel araştırma yöntemleri, farklı bilgilerin bir bütüne ya da kurama ulaşmasında birincil ya da ikincil verilerin toplanmasını sağlamaktadır (Kozak, 2018: 26). Nitel araştırma yöntemlerinde, görüşme yapılan kişiler birbirinden farklı olduğu kabul edilmektedir. Bunun sonucu olarak farklı kişilerden farklı bilgiler elde edilerek eksiklikler tamamlanır ve resmin bütününe ulaşılır (Kozak, 2018: 31). Nitel görüşmelerde derin ve detaylı bilgi edinme hedeflenir (Mil, 2007: 5). Araştırma probleminin niteliği ve konuya uygunluğu açısından, birincil verinin toplanması için nitel araştırma yöntemi ve keşifsel araştırma tasarımı kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda problemi ve problemin boyutlarını ortaya çıkarmaya yönelik olan keşifsel araştırma tasarımı kullanılmaktadır. Yaygın olarak araştırmanın problem ve konusuna yönelik çalışmaların olmadığı durumlarda keşifsel araştırmaların kullanılması öngörülmektedir (Gegez, 2019:34).

Araştırmanın yöntemi, yukarıdaki saptama ve ilkelerin entegre edildiği bir yapılanma olarak oluşturulmuş ve aşağıdaki öge ve süreçleri kullanarak sonuca ulaşılmıştır.

2.1. Evren ve örneklem

Evren, yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçların genellendiği elemanlar bütünüdür. Örneklem ise, belirlenmiş olan evrenden belli kurallar çerçevesinde seçilen ve seçildiği evreni temsil ettiği kabul görülen küçük kümelerdir (Karasar, 2019: 148). Araştırmada olasılık dışı örnekleme türlerinden amaçlı (yargısal) örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Amaçlı (yargısal) örnekleme, araştırmacının kendi iradesiyle ve araştırmanın amacına yönelik olarak örneklem seçimi yaptığı örnekleme türüdür (Balcı, 2018: 105). Araştırmada görüşme yapılan kişilerin belli özelliklere sahip olmaları gerekmektedir (Kavak, 2017: 225). Araştırmanın evreni Köyceğiz’de faaliyet gösteren otel ve restoran (işletme sahipleri, müdürler, şefler) işletmelerinden oluşmaktadır. Nitel araştırmalarda toplanılan verinin derinliği ve genişliği ile ilgili veri miktarı, sorulara verilen cevapların tekrar etmeye (doyum noktası) başladığı zaman ve araştırmanın odağı olarak tanımlanan üç kıstas örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 124). Araştırmada sorulara verilen cevaplar tekrar edilmeye başladığında doyum noktasına ulaşıldığı düşünülmüş ve görüşmeler sonlandırılmıştır.

2.2. Veri toplama aracı

Nitel araştırmalarda en yaygın kullanılan veri toplama yöntemi görüşme tekniğidir (Mil, 2007: 3; Yıldırım ve Şimşek, 2018: 129). Araştırmacı yarı yapılandırılmış görüşmelerde önceden hazırladığı soruları sorar. (Mil, 2007: 8). Araştırmada hazırlanan sorular Aliyeva (2020), Kızıldemir ve Şimşek (2021) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Nitel verileri saptamak üzere hazırlanan sorular, planlanan örnekleme çerçevesinde, araştırma alanında faaliyet gösteren restoran ve otellerde çalışan yetkili bireylere yöneltilmiştir. Görüşmeler 21 Şubat- 01 Nisan 2022 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanarak gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler daha esnek yapıdadır. Bunun nedeni, görüşmelerde hazırlanmış olan sorulara ilave yapılabilmesi ve belirli sıraya tabi olmaması gösterilmektedir (Bilim, 2007: 30). Araştırma kapsamında görüşmeler yüz yüze ve ses kayıt cihazı yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen kayıtların deşifresi ve değerlendirilmesi ise manuel olarak yapılmıştır.

2.3. Veri Toplama süreci

Araştırmanın verileri 21 Şubat- 01 Nisan 2022 tarihleri arasında Köyceğiz ilçesinde faaliyet gösteren otel ve restoran (işletme sahipleri, müdürler, şefler) işletmelerinde görev alan 11 kişi ile görüşülerek toplanmıştır. Veri toplama sürecinde görüşme yapılan kişilere kişisel verinin gizliliği hakkında bilgilendirilme yapılarak ses kaydı için izinleri alınmıştır. Görüşmelerin yapıldığı tarihlerde turizm sezonunun kapalı olması, hava

muhafeleti ve bazı işletmelerin görüşmeyi kabul etmemesi gibi nedenlerle aksaklıklar yaşanmıştır.

3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Bilimsel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan, araştırmada elde edilen sonuçların inandırıcılığı açısından “geçerlik” ve “güvenirlik” ölçütleri kabul görmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 269). Nitel araştırmalarda araştırılan konu ve olayların niteliği ön plana çıkmaktadır (Karataş, 2015). Araştırmalarda kullanılan *geçerlik* ölçütü, araştırılan konu ve olayların orijinal hali ve mümkün olduğunca tarafsız olarak gözlemlemesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 269). Diğer bir ölçüt olan *güvenirlik* ise, araştırmada elde edilen sonuçların tekrarlanabilirliği ile ilgilidir (Karataş, 2015). Araştırmanın geçerliliği, araştırmacı tarafından betimsel analiz tekniği kullanılarak görüşülen katılımcıların doğrudan ifadelerine yer verilerek sağlanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği ise, katılımcılarla yapılan görüşmelerin ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınması, daha sonra bilgisayar ortamında yorum yapılmadan deşifre işlemlerinin yapılması, bulguların betimsel analiz tekniği kullanılarak açıklanması ile sağlanmıştır.

4. Verilerin Analizi

Araştırmada görüşmelerin tamamlanması sonrasında, kayıt altına alınan katılımcıların ifadelerinin deşifreleri, bilgisayar ortamına aktarılan ifadelerin doğruluğundan emin olunana kadar dinlenip sonuçlandırılmıştır. Görüşmeye katılan katılımcılara K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 ve K11 şeklinde kodlar verilmiştir. Deşifre işlemleri sonucu görüşmeler rapor olarak hazırlanmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde nitel veri analizi yöntemlerinden betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Analiz yapılırken sade bir dil kullanılarak araştırmanın kavramsal çerçevesine paralel veriler kullanılmıştır. Görüşmelere katılan kişilerin de doğrudan ifadelerin yer verilmiştir. Araştırmanın konusu dışında kalan ifadeler analiz aşamasında kullanılmamıştır.

Betimsel analiz yaklaşımı, verilerin toplanması sonucu elde edilen bulguların orijinal halinin mümkün olduğunca korunarak ve gerektiğinde görüşülen kişilerin ifadelerinin de kullanılarak analiz yapılmasıdır (Karataş, 2015). Nitel veri analiz tekniği araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde kullanılmıştır. Araştırmada yararlanılan betimsel analiz, toplanan verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış olarak aktarılmasıdır (Şener vd., 2017). Betimsel analizde katılımcıların görüşlerini yansıtabilmek adına kişilerin

doğrudan ifadelerine sıklıkla yer verilmektedir. Betimsel analizde, düzenlenmiş ve yorumlanmış olan bulguları okura aktarmak amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 239).

5. Bulgular

Tez çalışmasının bu bölümünde analizi yapılarak elde edilen bulgular, hedeflenen amaçlar doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Tablo 5. *Katılımcıların Demografik Verileri*

Cinsiyet	Kadın 01 (n)
	Erkek 10 (n)
	Toplam 11 (n)
Mesleki konum	İşletme sahibi 02 (n)
	Yetkili (müdür) 07 (n)
	Şef 02 (n)
	Toplam 11 (n)
İşletme türü	Konaklama (otel) 04 (n)
	Restoran 07 (n)
	Toplam 11 (n)

Katılımcılara yöneltilen “*Slow Food kavramını nasıl tanımlarsınız?*” sorusuna verdikleri cevaplar, K4 “Genellikle ayaküstü Fast Food tarzı değil de yöresel olarak yemek yeme tarzı diyebilirim” ve K7 “Slow Food kavramını sadece iki cümleyle tanımlamak gerekirse, günümüzün hızlı dünyasında sindire sindire yemek yemek diye tanımlarım” olarak tanımlarken, K2 “Slow Food olayını açıkçası nedir ne değildir onu bilmiyorum. Slow Food yöresel yemek mi oluyor?” şeklinde ifade ederken, K3, K5, K6, K8, K9 ve K11 ise ilk kez Slow Food kavramını duyduklarını, kavram hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların ilk soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, Slow Food kavramı hakkında büyük çoğunluğun yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadığı, bazı katılımcıların ise Slow Food kavramını ilk kez duydukları anlaşılmaktadır.

“Yöreye gelen turistlerin tercih sebepleri nelerdir?” sorusuna katılımcıların yanıtları, K1, K3, K7 ve K8 “bölgenin sakinliği, sessizliği ve huzuru” için, K2, K6 ve K9 “Köyceğiz’in doğal güzelliği, doğası ve yörede bulunan göl” olduğundan dolayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. K10 “ Yöreye gelen turistlerin tercih sebepleri Köyceğiz olarak baktığımda ortada bulunduğu için bütün il ve ilçelerle genellikle Sultaniye Kaplıcaları olsun, deniz aktiviteleri olsun, spor faaliyetlerini ön planda bulundurarak biliyorsunuz ki göl bütün su sporlarına kürek, kano onlarla çalıştığımız için genel olarak su faaliyetleriyle geliyorlar buraya.” ve K11 “Yeşil, buradaki su sporlarını izlemek. Yakın yöreden gelenler oluyor, onlar da sadece günübirlik bir değişiklik yaşamak için ” olarak belirtmişlerdir.

Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, bölgeye gelen turistlerin tercih sebepleri yörenin sahip olduğu doğal güzellikleri, sakinliği, sessizliği, huzuru, yörede bulunan Köyceğiz Gölü ve gölde yapılan durgun su sporları olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen *“Menünüzde yöresel yemekler var mıdır?”* ve *“Daha önce menünüzde yöresel yemekler bulundurdunuz mu?”* sorularını, katılımcıların hepsi işletmelerinde yöresel yemek bulundurduklarını ifade etmişlerdir. K3 “Menümüzde yöresel yemekler buraya ait sadece şey var “yoğurtlama” var. Eskiden “çökertme” vardı ama çökertmenin daha çok Bodrum taraflarında yaygın olması gereğince daha çok yoğurtlama”, K5 “ Muğla’ya özgü Çökertme kebablarımız var, yoğurtlamalarımız var ” ve K10 “ Mesela bizim “yoğurtlama” dediğimiz kızartma patates, biber onları kızartıp sarımsaklı yoğurt üstüne döktüğümüz daha çok tercih ediliyor yazın özellikle ” şeklinde cevaplamışlardır.

Verilen yanıtlar değerlendirildiğinde, bütün işletmelerin menülerinde yöresel yemekler bulundurduğu, yöreye ait “yoğurtlama” yemeğinin yöresel yemek olarak sunulduğu görülmektedir.

Katılımcılara yöneltilen beşinci soru *“İşletmenizde yöresel yemekler/ürünler talep edilmekte midir?”* olmuştur. K1, K2, K5, K8, K9 ve K10 işletmelerinde yöresel yemeklerin talep edildiğini, K4 “Tabi ‘yoğurtlama’ çok talep ediliyor” şeklinde ifade ederken, K6 “Çok talep görmüyor” ve K7 “Pek öyle bir taleple karşılaşmadım” olarak görüşlerini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde, çoğu işletmede yöresel yemeklerin talep edildiği görülürken, diğer iki işletme sahibinin ifadeleriyle yöresel yemeklerin talep edilmediği tespit edilmiştir.

Katılımcılara sorulan “*Bilinen yöresel yemekler hangileridir? (Köyceğiz yereli deyince aklınıza hangi ana yemekler, tatlılar, salatalar, içecekler vs. geliyor?)*” ve alt sorusu olan “*Sunulmayan yemekler neden sunulmamaktadır? (tercih mi edilmiyor, yapımı mı zor, malzemeler mi pahalı vb.)*” soruları sorulmuştur. Bilinen yöresel yemeklerle ilgili cevaplar, K1 “Çok öyle yaygın bir mutfağı olan yer değil burası. Köyceğiz denilince ilk akla gelen şey ‘yoğurtlama’. Genel herkes ‘yoğurtlama’ yer. Onun haricinde ot ağırlıklı beslenme yaygın buralarda. Bizde misal ‘sılcan otu’ çok az bir yerde bulunur. Bunun mezesini yapıyoruz”, K2 “Burada şöyle bir şey var, burada ‘Köyceğiz yoğurtlama’ diye bir yemeğimiz var. Yoğurtlama işte bu kızartmalardan sarımsaklı yoğurt üzerine tereyağı ve acı biber konularak sunulan bir tabak. Burada yöresel olarak kullanılıyor. Sonra sac kavurmalar var. Kuzu kavurma, dana kavurma bunlar var”, K4 ‘Tavuklu çorba’ geliyor direkt. Ondan sonra ‘keşkek’ Ege olduğu için, ‘yoğurtlama’”, K5 “Yemek olarak yoğurtlama geliyor. Çökertme kebabımız var”, K6 “Daha çok bizim bu bölgede yeşillik çok seviliyor. Ama yoğurtlamayla örneğin yoğurtlama çok sevilir bu bölgelerde insanların dikkatini çekiyor. Başkada çok böyle yöresel bir yemeği yok zaten buranın”, K7 “Köyceğiz denince herkesin aklına geldiği gibi benimde aklıma gelen ‘yoğurtlama’ oluyor. Ondan sonra ‘keşkek’ oluyor, birde işte çorba olan ‘Muğla kebabı’ denilen şey geliyor. Onun dışında varsa da ben pek bilmiyorum”, K8 “Köyceğiz olarak efendim şey olarak güveçte kuru fasulyemiz ondan sonra tatlılardan da genellikle kabak tatlısı, sütlu tatlılar”, K10 “Yoğurtlama ilk başta geliyor. Çok tercih ediliyor. Onun dışında bizim patent aldığımız bir Köyceğiz’de tanıtım yaptığımız ‘Ekşili Tavuk’, ‘Ekşili Ördek’ sarımsaklı, nar ekşili veyahut limonlu tercih ediliyor” şeklinde olmuştur. Sunulmayan yemekler hakkındaki katılımcıların görüşleri ise, K3 “Sunulmayan yemek derken böyle bir algı varsa bilemem. Her gelen şeyi sorar yoğurtlama yenilecek bir yer, güzel yapan yerlisini soran var, yapan yer var mı hangi restoran, biraz daha popülarite olduğu için”, K6 “Tercih edilmediğinden dolayı” ve K7 “Yapımı zor ve ya malzeme pahalı anlamında pek bir önem taşıdığını zannetmiyorum. Genel manada söylemek gerekirse de Köyceğiz’in özelinde buranın bizim ülkemizin diğer bölgelerinde olduğu gibi çok ciddi bir yemek kültürü olmadığını düşünüyorum. Onun için de, yapımı basit çok komplike

olmayan şeylerle geçiştiriliyor. Buna da en taze örneği en canlı örneği de işte ‘yoğurtlama’ diye düşünüyorum” şeklinde olmuştur.

Katılımcıların ifadelerine dayanarak, Köyceğiz yöresinin bilinen yemekleri başta yoğurtlama olmak üzere, sac kavurmalar, keşkek, ekşili tavuk, güveçte kuru fasulye, çeşitli otlardan yapılan yemekler, kabak tatlısı şeklinde sıralanmaktadır. Katılımcıların sunulmayan yemekler hakkındaki genel görüşü, yöreye ait yemek kültürünün olmadığı ve bilinmediği yönündedir.

Yöresel yemeklerin hikâyelerine, nasıl yaşatıldığına ve unutulmaya yüz tutmuş Köyceğiz yöresel yemeklerini belirlemek amaçlı alt sorulardan oluşan yedinci soruya katılımcıların yanıtları, K2 “Yani burada tabi şimdi Köyceğiz’in kendi yerli halkı var. Burada yöresel yemek olarak daha çok işte bu kavurma ve yoğurtlama üzerine duruluyor. Belki başka yemekler de mutlaka vardır ama yani ben biraz dışardanım ama hiç duymadım. Yapılırken de görmedim açıkçası. Daha farklı yemekler belki yöresel olarak vardır ama onu bilemiyorum ben”, K3 “Bence yok. Hal süre gelen devam ediyor çünkü”, K5 “Çok şey değil. Bu konuda yöneticilerde de çok öncülük etmiyorlar” nasıl yaşatıldığına ve aktarıldığına dair görüşleri ise “Ağızdan ağıza daha çok. Daha çok buradaki satıştaki birebir müşterilerle olan arkadaşlarımız bu konuda”, K6 “Aslında dediğim gibi bu bölgede çok fazla böyle bir yerel yemek tercihi olmuyor. Daha doğrusu yerel bir yemeği yok buranın”, K7 “Bence mutlaka yani unutulmaya yüz tutmuş veya işte benden üç beş jenerasyon önce insanların bildiği fakat bugün çok az insanın bildiği yemekler mutlaka vardır. Diğer ilintilendirme veya hikâye kısmına gelince buraya dışarıdan gelmiş bir insan olarak o yemeklerle ilgili şunun hikâyesi bu veya şöyle şöyle bir şey ben bugüne kadar duymadım. Var ise de ben bilmiyorum”, K8 “Ağızdan ağıza. Kayıtlı bir şey yok” şeklinde aktarıldığını ve “Menülerde kısa notlar olarak genellikle” olarak ifadelerinde bulunmuştur. K9 “Zaten ağızdan ağıza birde yemek yerken zaten fotoğrafını çekiyorlar neresi orası derken ağızdan ağıza gidiyor yani. Birde sosyal medya daha avantajlı”, K10 “Genelde ağızdan ağıza aktarılıyor. Bizim misafirlerimiz mesela şu tarihte geldik kaldık çok beğendik. Örnek veriyorum, ekşili ördek yedik ki 2-3 saat pişmesi gerekir çok özenle yapılan bir yemek ve Köyceğiz’de tek. Bu duyulduğu zaman önceden siparişlerle işte şurada yemiştik işte tekrar seneye geldiğimizde yiyebiliriz diye misafirlerimiz arkadaşlarını da toplayıp getiren misafirlerimiz var yani. Ağızdan ağıza” ve unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklere dair görüşleri ise “Bence var. Mesela eskiden fırında güveç,

fırında kuru fasulye bunlar daha çok önem veriliyordu” şeklinde olmuştur. K1 “Bilmiyorum varsa da benim bilgim yok. Bunların da hikâyesi varsa ben bilmiyorum” ve K9 unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin olmadığını ifade etmişlerdir.

Yöresel yemeklerin hikâyelerine, nasıl yaşatıldığına ve unutulmaya yüz tutmuş Köyceğiz yöresel yemekleri hakkında katılımcıların verdiği yanıtlar değerlendirildiğinde, eski kuşaklar tarafından bilinen fakat günümüzde çok az bilinen ya da hiç bilinmeyen yöreye ait yemeklerin olduğu, bazı işlemecilerin görüşleri ise unutulmaya yüz tutmuş ya da unutulmuş yöresel yemeğin olmadığı yönündedir. Köyceğiz yöresel yemekleri genellikle ağızdan ağıza ve sosyal medya aracılığıyla aktarıldığı tespit edilmiştir. Kayıt altına alınmış herhangi bir hafıza, doküman, belge vb. rastlanılmamıştır.

“Köyceğiz restoranlarında menülerde daha fazla yöresel yemekler bulunmasına yönelik ne tür düzenlemeler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?” ve alt soruları olan *“Slow Food inisiyatifi ve diğerleriyle birlikte bu restoranların teşvik edilmesi için tanıtımlarına destek verilebilir mi? Belediyenin bu tür restoranlara yasaların izin verdiği biçim ve miktarlarda destek olması mümkün mü?”* soruları katılımcılara yöneltilmiştir. K1 “Mümkün. Eğer tedarik kısmını sağlayabilirlerse bizim için yeterli olur. Biz tedarikte sıkıntı çekiyoruz”, K2 “bu yöresel yemekleri ortaya çıkartıp buradaki restoran sahipleriyle iletişime geçebilirler... Yani onların buradaki yerel yöneticiler ve yerel halk tarafından derlenip sunulması lazım” şeklindeki görüşlerinden, bölgedeki turizm veya tarım müdürlüğü gibi kurumların yöreye ait yemeklerinin tespit edilip, kayıt altına alınarak yöredeki işletmelerle paylaşılması gerektiğini ifade etmektedir. K3 “Her etkinlikte örneğin ‘yoğurtlama’ işte ‘ekşili tavuk’ adına katalog olur, yemeğin tarihçesi olur. İmkân sağlanabilir yani” ifadeleriyle yöredeki restoranların teşvik edilmesi için tanıtımlarına destek verilebileceğini belirtmiştir. K4 bölgedeki restoranlara desteğin verilebileceğini fakat “Yani pek yöresel yemek açısından düzenlenme yapılacağını düşünmüyorum” görüşünü ifade etmiştir. K5 belediyenin restoranlara destek olmasının mümkün olabileceğini ifade ederken, şu an gereken desteğin verilmediğini dile getirmektedir. K6 restoranların teşvik edilmesi için tanıtımlarına destek verilmesinin yöredeki yemeklerin tarihi araştırılarak verilebileceğini ve belediyenin bu konuda desteğinin olmadığını ifade etmiştir. K7 “yapılması gereken tek şey şu, ilkönce ciddi bir ar-ge çalışması yapıp ondan sonra o doğrultuda hareket edilmesi gerekir diye düşünüyorum” görüşünü belirtirken, belediyenin yöredeki restoranlara destek vermesinin

pek mümkün olmadığını ifadelerine eklemiştir. K10 “turizm derneği başkanları veya üyeleriyle bir araya gelip birlik olabilirler. İşte Köyceğiz’imize şu şekilde yöresel yemeklerini tanıtabiliriz diye” birlik olunabileceğini belirtmiştir. K11 “Birincisi turizmle ilgili devlet kurumlarının bu yolda çalışması gerekiyor. Yol açması, ufkunu genişletmesi gerekiyor. Ayrıca da sivil toplum örgütleri restoran, otelcilerin bu konuda çalışması gerekiyor ama bunlarda yok” şeklinde cevaplamıştır. K8, K9, K10 ve K11 restoranların teşvik edilmesi için tanıtımlarına destek verilebileceğini ve belediyenin yöredeki restoran işletmelerine destek olmasının mümkün olabileceğini ifade etmişlerdir.

Katılımcıların yanıtları incelendiğinde, yörede ürün tedariki konusunda sıkıntı yaşadıkları dikkat çekmektedir. Yöresel yemeklerin kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri tarafından araştırılıp, kayıt altına alınıp yöredeki otel ve restoranlar ile işbirliği yapılarak bölge turizminin ve yörenin markalaşması sağlanması mümkün görülmektedir. Belediyenin restoranlara teşvik ve tanıtım için destek vermesi gerektiği söylenebilmektedir.

Yanıtlaması için katılımcılara yönlendirilen dokuzuncu soru “*Yöresel yemeklerin malzeme tedarikini nereden yapmaktasınız?*” şeklinde olmuştur. K1, K3, K7 yörede kurulan pazarlardan malzeme tedarikini yaptıklarını, K2, K8 ve K10 Köyceğiz’deki esnaflardan ve manavlardan ürün temin ettiklerini, K5 ve K9 yöredeki köy halkının yetiştirdiği ürünlerden tedariklerini yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Dokuzuncu soruya katılımcıların verdiği yanıtların değerlendirilmesi ise, yörede bulunan pazar ve manavlardan, köy halkının yetiştirdiği ürünlerden malzeme tedarikinin sağlandığı anlaşılmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen “*Köyceğiz yöresel yemekleri hakkında yöreye gelen turistlerin bilgisi olduğunu düşünüyor musunuz?*” sorusuna verilen yanıtlar, K3 “Kısmen yani çoğu %70’i bilmiyordur. Çoğu müşteri ya da misafir buraya gelmeden önce buranın tarihçesine bakıyor. Baktığı zaman neyi meşhur neyi meşhur değil onu görerek geliyor yani. Genelde çoğu bilmiyor”, K5 “Ya tabi şu anda dünya globalleşen bir dünyayla beraber bir de sosyal medyayla beraber çok bunu görüyoruz, hissediyoruz. Bizimde sosyal medyamız olduğu için yemeklerimizi orada teşhir ediyoruz. Bilgili olarak geliyorlar insanlar”, K8 “Hayır. Çünkü hiçbir bilgisi yok. Tanıtım yok”, K1, K2, K4, K6, K7, K10 ve K11 yöreye gelen turistlerin yöresel yemekler hakkında bilgilerinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde, genel olarak yöreye gelen turistlerin yöresel yemekler hakkında bilgilerinin olmadığı, gerekli tanıtımların yapılmadığı, sosyal medya kullanan turistlerin yöresel yemekler hakkında bilgi elde edebildikleri anlaşılmaktadır.

Katılımcılara “*Yörenin gastronomik ürünleri ve yemekleri tur broşürlerinde yer alıyor mu? (tanıtımında kullanılan başka araçlar var mı?)*” diye sorulduğunda, K5 “Tur operatörlerinde kullanılıyor”, K6 “Tanıtımlarda daha çok manzara fotoğrafları paylaşıyor. Doğa fotoğrafları paylaşıyor. Böyle herhangi bir yöresel yemek paylaşıldığını ben hiçbir broşürde görmedim”, K9 “Sosyal medya var. Eskiden mesela broşürler, kartvizitler vardı ama şimdi sosyal medya olduğu için insanlar yediği şeyi kendileri çekip atıyor yani”, K10 “Bizim broşürlerimizde var. Elimizden geldiğince tanıtım yapmaya çalışıyoruz”, K11 “Sanırım var. Az da olsa var”, K1, K2, K3, K4, K7 ve K8 yörenin gastronomik ürünlerinin ve yemeklerinin tur broşürlerinde yer almadığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde, yörenin gastronomik ürünlerinin ve yemeklerinin tur broşürlerinde yeterince yer almadığı, daha çok yörenin doğal güzelliklerine yer verildiği görülmektedir.

Katılımcıların “*Tur rehberlerinin yöresel yemekler için turistlere yönlendirme yaptığı görülüyor mu?*” sorusuna verdikleri yanıtlar, K1 “Tur rehberinin kendisi çok zor görülüyor. Tur rehberi pek buraya yemeğe insan getirmiyor”, K2 “Şimdi onu daha çok biz yapıyoruz. Rehberler değil de biz tavsiye ediyoruz”, K7 “Bugüne kadar ben hiç şahit olmadım”, K10 “Yani çok fazla görülüyor. Eksiklik var”, K4, K6 ve K8 tur rehberlerinin yöresel yemekler için yönlendirme yaptıklarını görmediklerini, K5 ve K11 rehberlerin yöresel yemekler için yönlendirme yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların on ikinci soruya ilişkin cevapları incelendiğinde, çoğunluğunun yörede tur rehberlerini görmediği, herhangi bir yönlendirme yapılmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla rehber hizmetlerinin yörede gerçekleşmediği tespit edilmiştir.

Katılımcılara “*Köyceğiz yöresel yemeklerini tanıtmak için neler yapılmalıdır? (festival, kurs vb.)*” sorusu yöneltildiğinde verilen cevaplar, K2 “Tabi ki festival olabilir. İşte sosyal medya kullanılabilir. Broşürler bastırılabilir. Bunlar yapılabilir. Ama işte öncelikle o yöresel yemekler nedir onların ortaya çıkması lazım. Yani bir tane iki tane yöresel

yemekle olmaz”, K3 “Yani festival oluyor burada. Film festivali oluyor. Alakasız olabilir ama araya sıkıştırılabilir. Ondan sonra birçok spor etkinliği yapılıyor. Buna nasıl bir bağlama olabilir bilmiyorum. Genelde etkinliklerin çoğu durgun su şampiyonaları oluyor”, K4 “Zaten oluyor burada. Yöresel festival oluyor. Ama çok yoğun ilgi görmüyor diye düşünüyorum ben”, K5 “Yani belli bir dönemlerde bu yapıldı. Daha iyi olabilirdi”, K6 “Festivaller yapılabilir. Yine dediğim gibi hep sorunuz yöresel yemeklerden gidiyor. Yöresel yemeklerin tarihi araştırılarak böyle bir araştırma içine girilerek unutulmaya yüz tutmuş yemekler gündeme getirilebilir”, K7 “En makul ve mantıklı görünen şey festival veya işte burada belediyenin kendi portföyü çerçevesinde Köyceğiz tanıtım günleri yapılabilir”, K11 “Öncelikle festival yapılmalı ve belediyenin tanıtım çalışmaları olmalı. Sosyal medyada, youTube’da, vb. yerlerde tanıtım yapılmalı”, K1, K8, K9, K10 ve K11 yöresel yemeklerin tanıtımı için festivallerin düzenlenmesi şeklinde ifade olmuştur.

Katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde, Köyceğiz yöresel yemeklerinin tanıtımında genel görüşün, yöresel yemekler ile ilgi etkinlik, tanıtım günleri ve festivallerin düzenlenebileceği, hali hazırda gerçekleştirilen festival ve spor etkinliklerinde yöresel yemeklere yönelik tanıtımın da yapılabileceği, sosyal medya aracılığıyla tanıtım çalışmalarının yürütülebileceği sonucuna ulaşılmaktadır.

Yöresel yemeklerin ana tema olduğu gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi ve sağladığı somut katkıları hakkındaki düşüncelerini öğrenmek amacıyla hazırlanan ve alt sorulardan oluşan soru “*Slow Food ve yöresel yemeklerin ana tema olduğu gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi konusundaki düşünceleriniz nelerdir?*” katılımcılara sorulmuştur. K1 “Öyle etkinlik yok. Gastronomi anlamında herhangi bir etkinlik Köyceğiz’de bu zamana kadar yapılmadı. Yapılabilir mi yapılabilir. İşte belediye mesela bunu yapabilir”, K2 “çok güçlü bir yemek kültürü olsa çok güçlü bir gastronomi olsa burada yapılır. Tabi ki yapılır. İnsanlarda koşa koşa gelir zaten. Ama burada ben bunu göremiyorum. Burada yok yani. Yeme içme ile ilgili fazla güçlü bir mutfakları yok Köyceğiz’in benim gördüğüm kadarıyla”, K3 “Olabilir. Önce ülkede gastronomi bilincinin geliştirilmesi gerekiyor. Biraz zayıf. Gastronomi dediğim zaman beş kişiye sorsan ikisi cevap verebilir yani”, K4 “Olsa güzel olur ama yapacak insan yok Muğla genelinde”, K7 “Etkinlik olacağını düşünüyorum. Belediyenin kendi iletişim organlarıyla tanıtmasının, anlatmasının çok doğru olacağını düşünüyorum”, K8 “Öyle bir program

düzenlenir şey olursa çok iyi olur. Köyceğiz içinde restoranlar içinde” şeklinde soruları yanıtlamışlardır.

Yöneltelen soruya ilişkin katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde, Köyceğiz yöresinde bugüne kadar gastronomi açısından herhangi bir etkinliğin yapılmadığını, yapıldığında hem Köyceğiz için hem de yöredeki işletmeler için yarar sağlayacağı anlaşılmaktadır.

Katılımcılara “*Gastronomi turizmi açısından Slow Food uygulamalarının hangi fayda ve fırsatları sağlayacağını düşünüyorsunuz?*” ve alt sorusu olan “*Özgünlük ve çekicilik konusunda neler olabilir?*” sorularına verdikleri yanıtlar, K1 “Yani evet. Bunları yani yöresel yemekleri öne çıkarmak bir kere bölgedeki diğer mekânlardan bizi ayrı bir yere koyar. Çünkü her yerde yiyemeyeceği yemekleri yemek onun tadına bakmak yani iyi bir şey insanlar böyle şeyleri seviyorlar. Yeni tatları denemek. Yapılabilirse güzel”, K2 “Yani tabi yani yöresel yemeklerin tabi ki çok faydası var. Hem turiste değişik damak tatları sunmak, değişik lezzetler sunmak sizin bulunduğunuz bölgeye büyük katkı getirir”, K7 “Vallahi gastronomi turizmi açısından buranın pek bir katma değer yaratacağını düşünmüyorum. Onu da ısrarla belirttiğim gibi buranın ciddi bir yemek kültürü olduğunu düşünmüyorum. Daha çabuk geçirtilen şeylerle yemek işi burada hallediliyor. O yüzden gastronomi söylediğiniz çok önemli ama en azından şu faydası olur; Köyceğiz dediğin zaman işte insanın aklına ‘yoğurtlama’yı yerleştirmenin onun Köyceğiz’e veya gastronomi anlamında Köyceğiz’e bir katma değer getireceğini düşünüyorum ama büyük şeyler büyük beklentiler olacağını da hiç zannetmiyorum”, K8 “Müşteri konusunda daha iyi daha tanıtılmış şey olarak düşünebilirim”, K10 “yöresel lezzetlerini tanıtımında daha faydalı olabilir”, K11 “Yöreyi tanımlar” şeklinde cevaplandırmışlardır.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde, gastronomi turizmi açısından Slow Food uygulamaları kapsamında işletmelerinde yöresel yemekleri ön plana çıkartmanın diğer işletmelere karşı rekabet avantajı sağlayacağını; yöreye gelen turistlerin değişik lezzetleri deneyimlemeleri işletmelerine büyük katkı sağlayacağını; yöresel lezzetlerin başında gelen ‘yoğurtlama’ yemeğinin markalaştırılması katma değer yaratacağını; yöresel yemeklerin tanıtımında faydalı olacağı anlaşılmaktadır.

Katılımcılara son olarak “*Yöresel yemeklere yönelik olarak gençlerde bir kültür ve farkındalık oluşturulması için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?*” ve alt

soruları olan “Köyceğiz’de Slow Food ile ilgili inisiyatiflerin okullarda etkinlik düzenlemesi mümkün olabilir mi?”, “Kamu birimlerinin (Belediye, Kaymakamlık vd.) yerel halkı ve esnafı bu konuda bilinçlendirecek etkinlikler düzenlemesi mümkün olabilir mi?” sorular yönlendirilmiştir.

K1 “Mümkün tabi. Yani hani yeni yeni birkaç yapıldı. Bizim belediyede yapıldı bir iki. Artık şey yani ‘Köyceğiz’in yöresel yemekleri nelerdir?’. Ya ben 7 yıldır restorancılık yapıyorum, ilk geldiğimde bu soruyu çok sordum yanıtı yoktu. Şimdi bugünlerde bir liste var. Bir 10 kalem filan liste var”, K2 “Yani tabi gençlerin şimdi günümüzde damak tadı onların çok değişti. Yani onlar bu bizim menümüzde sahip olduğumuz yemekleri pek yemiyorlar. Yemekte daha çok fast food tarzı tercih ediyorlar. Türk yemeklerine karşı çok ilgi alakaları kalmadığını açıkça gözlemliyoruz burada... E olur tabi. Yani neden olmasın. Yani burada bakın kocaman bir meydan var ileride oraya güzel bir yiyecek içecek standı kurarsınız tamamen bu yörenin sebzelerinden meyvelerinden yapılmış bir takım yemekler varsa onları orda sunarsınız hem gençler tanır hem buraya gelen dışardan insanlar tanır, tadar. Bunlar yapılır. Çok hoşta olur yani”, K6 “Tanıtımlar örneğin, ücretsiz bir sunum, ücretsiz sunumda tabi ki de tanıtım yapılacak. Halk Eğitim aracılığıyla, Milli Eğitim aracılığıyla, belediye aracılığıyla tanıtımlar, sunumlar yapılabilir”, K7 “Halk eğitim merkezinde bunları gençlere tanıtmak, sevdirmek ve hatta yapmasını öğretmek için bu işi bilen insanlarla ve organize bir ekip çalışması yapılacağını düşünüyorum. Bu işte en az belediye kadar veya belediyeden çok daha etkin rol alan kısmın halk eğitim evleri olacağını düşünüyorum... Kesinlikle mümkün olur. Dediğim gibi kaymakamlığın veya belediyenin mihmandarlığında halk eğitim evleriyle bu iş çok kolaylıkla ve sifıra yakın bir maliyetle de organize edilebilir”, K11 “Okullarda beslenmenin ne demek olduğunun anlatılması gerekiyor, öğretilmesi gerekiyor öncelikle... Slow City için herhangi bir çalışma hiç yapılmıyor. Onun için yemek içinde böylece yapılmamış oluyor. Sadece Slow City’nin adı var burada... Çok mümkün ama yapılmıyor” , K3, K4, K8 ve K10 etkinliklerin düzenlenebileceğini ifade ederken, K5 ve K9 etkinliklerin düzenlenebileceğini fakat yapılmadığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların son soruya yönelik verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, günümüzde gençlerin yöresel yemekler hakkında bilgi sahibi olmadıkları, gençlerin tercihlerinin daha çok fast food tarzı yemekler olduğu anlaşılmaktadır. Gençlerde farkındalık oluşturulmasına yönelik olarak, öncelikle okullarda beslenmenin, yemek kültürünün

öğretilmesinin hedeflenmesi; yörede bulunan halk eğitim merkezi aracılığıyla yöresel yemeklerin yapımının öğretilmesi; gençlere ve yöreye gelen ziyaretçilere yönelik ücretsiz sunumlarla tanıtımının yapılması gerektiği söylenebilmektedir. Yörede Cittaslow unvanının sadece isim olarak kaldığı, Cittaslow kapsamında herhangi bir çalışmanın yürütülmediği katılımcıların ifadelerine dayanılarak tespit edilmiştir. Kamu birimlerinin bu kapsamda etkinlikler düzenleyebileceği fakat yapılmadığı görüşünde oldukları kanaatine varılmıştır.

Görüşmeler sonunda katılımcılardan elde edilen veriler değerlendirildiğinde, Slow Food kavramı ve yöreye ait yemekler hakkında genel olarak katılımcıların yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir. Bu doğrultuda yörede bulunan ilgili kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği sağlanarak yöreye ait yemeklerin araştırılıp gün yüzüne çıkarılması ve kayıt altına alınması, halk eğitim merkezi vb. kuruluşlarda yöresel yemeklerin eğitim kurslarının sağlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Gençlerde farkındalığın oluşturulmasına yönelik etkinliklerin düzenlenmesi; ürün tedariki konusunda üreticilerin desteklenerek ürün çeşitlendirilmesi ve ürün kapasitesinin artırılmasına ilişkin çalışmaların yapılması; yöresel ürün ve yemeklere yönelik etkinlik ve festivallerin düzenlenerek tanıtımının yapılması gerektiği düşüncesine varılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turistler, yalnızca deniz, kum, güneş için değil farklı deneyimler yaşamak için seyahat etmektedirler. Bir turizm destinasyonunda en önemli çekicilik unsurlarının başında bölgenin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerleri, doğal güzellikleri, sanatsal faaliyetleri, spor aktiviteleri, düzenlenen festival ve etkinlikleri ile yöreye ait mutfak gelmektedir. Destinasyon tercihinde bölgeye özgü yöresel mutfak turistler için önemli bir çekicilik unsuru olmaktadır. Gastronomi turizminde yöresel mutfaklar, farkındalık yaratan etkisiyle birlikte yerel halkın kalkınması, destinasyon imajına katkı sağlaması, yöresel mutfakın oluşturduğu farklılık sayesinde diğer bölgelere rekabet üstünlüğü sağlaması ve sürdürülebilirlik açısından stratejik öneme sahiptir. Bölgeye has yöresel yemekler, destinasyonların tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik çok önemli rol oynamaktadır. Yöresel mutfaklar, seyahat deneyiminin en önemli unsurlarından birisi olarak destinasyonun kimliğinin oluşmasında katkı sağlamaktadır. Son yıllarda turizm bölgeleri diğer bölgelere rekabet üstünlüğü sağlamak için kendi yörelerine ait yemeklerin tanıtımını ve sunumunu yapmaktadırlar. İlk olarak 1986 yılında başlatılan Carlo Petrini ve destekçilerinin öncülüğünde İtalya’da oluşum gösteren Slow Food Hareketi, yerel gıdaların geleneksel yöntemlerle üretimini, yöresel lezzetlerin geleneksel pişirme yöntemleri kullanılarak sunulması ve tüketilmesini, yerel değerlerin gelecek kuşaklara aktarılmasını, gıdaların iyi-temiz-adil olması ilkelerini savunmaktadır. Slow Food hareketinden sonra ortaya çıkan Cittaslow hareketi ise, yerel kültürü, yerel ve organik ürünleri, ekolojik dengeyi ve sürdürülebilirliği ele almaktadır. Köyceğiz 2019 yılında Cittaslow şehri unvanını almıştır.

Araştırmanın temel amacı, Cittaslow şehri olan Köyceğiz yöresel mutfaklarının uygulama koşulları, mevcut durumu, yörede bulunan konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin Slow Food kavramı ve yöresel mutfak hakkındaki görüşlerini belirlemektir. İlgili alan yazın incelendiğinde, Köyceğiz bölgesinde yöresel mutfak ve Slow Food kavramları hakkında çalışmanın yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, çalışma ilgili alan yazına katkı sağlaması, önem ve farkındalık oluşturması açısından önem taşımaktadır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak yöresel mutfakların Slow Food hareketi ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırmada elde edilen bulguların değerlendirilmesi ile aşağıdaki sonuçlara varılmıştır.

Katılımcılardan elde edilen bulgular sonucunda Slow Food kavramı hakkında genel manada yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları belirlenmiştir. Görüşme yapılan iki katılımcının ise asgari düzeyde bilgi sahibi oldukları belirlenmiştir. Bu sonuçlar, Aliyeva (2020)'nin çalışması ile benzerlik göstermemektedir.

Yöreye gelen turistlerin tercih sebeplerinin araştırma verilerine dayanarak değerlendirilmesi sonucunda, yörenin doğası, sakinliği, sessizliği, yörede bulunan göl ve gölde gerçekleştirilen su sporları olduğu anlaşılmaktadır. Kızıldemir ve Şimşek (2021)'in çalışmasıyla benzer sonuçlar elde edilmiştir.

İşletmelerin menülerinde genellikle yöresel yemekler bulundurduğu, yöreye gelen turistler tarafından yöresel yemeklerin talep edildiği belirlenmiştir. Çoğu işletme sahibi tarafından menülerinde kullandıkları 'yoğurtlama' yemeğinin yöresel yemek olarak sunulduğu fakat işletmecilerin yöresel yemeklere dair çeşitlilik ve yöreye ait yemeklerin bilgilerine ulaşamaması konusunda sıkıntı yaşadıkları görülmektedir. Köyceğiz'in en bilinen yöresel yemekleri ise, yoğurtlama ve ekşili tavuk yemeğidir. Yoğurtlama ve ekşili tavuk hem evlerde hem de restoranlarda yapılmaktadır. Köyceğiz'de yöresel yemeklere ilişkin hikâyelerin ağızdan ağıza aktarıldığı, herhangi bir şekilde kayıt altına alınmadığı tespit edilmiştir. İşletmeler, yöresel yemeklerin malzeme tedarikini Köyceğiz'de kurulan yöre pazarından, civar köylerdeki üreticilerden ve esnaflardan sağlamaktadır. Köyceğiz'e gelen turistlerin yöresel yemekler hakkında yeteri miktarda bilgi sahibi olmadıkları, tanıtımının yeterli düzeyde olmadığı, tanıtım araçlarının etkin kullanılmadığı, bölgede rehberlik hizmetine rastlanılmadığı tespit edilmiştir. İşletmeciler, kamu birimleri tarafından yöresel yemek temalı etkinlik ve festivallerin düzenlenmesinin, restoranlara ve konaklama işletmelerine gerekli teşvik ve desteklerin yapılmasının mümkün olduğu görüşünde oldukları anlaşılmaktadır.

Araştırma sonunda elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Yörede bulunan ilgili kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütlerinin işbirliği ile Köyceğiz'in yöresel mutfağının araştırılıp, unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerinin gün yüzüne çıkarılması ve kayıt altına alınması için gerekli çalışmaların yapılması önerilmektedir.
- Cittaslow şehri olan Köyceğiz'de Cittaslow ve Slow Food hareketleri hakkında yörede bulunan işletmeleri bilinçlendirmenin gerekli olduğu düşünülmektedir.

- Yörede faaliyet gösteren restoran ve konaklama işletmecileriyle işbirliği yapılarak yöresel yemekler hakkında farkındalık bilinci geliştirilebilir.
- İşletmelerde yöresel yemek olarak sunulan yoğurtlama yemeğine ek olarak ekşili tavuk, Köyceğiz usulü tavuk dolması, geleneksel keşkek yemeklerinin menülerde yer alması çeşitlilik sağlaması açısından önerilmektedir.
- Köyceğiz Belediyesi öncülüğünde konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine menülerinde yöresel yemekler bulunmasına yönelik teşvik ve tanıtımları için destek verilmesi tavsiye edilmektedir.
- Köyceğiz’e ait yöresel yemeklerin sosyal medya ve diğer iletişim araçları üzerinden tanıtımları yapılmalıdır.
- Yöresel yemeklerin ana tema olduğu etkinlik ve festivallerin düzenlemesi önerilmektedir. Ayrıca hali hazırda düzenlenen etkinlik ve festivallerde yöresel ürünlerin kullanılması tavsiye edilmektedir.
- Coğrafi işaretli yöresel ürün olarak tescillenen Köyceğiz Çam Balı ile ilgili yörede festival düzenlenebilir. Düzenlenen festivalde yöreye ait olan diğer yöresel ürün ve yemeklerin tanıtımı yapılabilir.
- Gençlerde yöresel yemekler hakkında farkındalık oluşturulması için halk eğitim merkezlerinde ilgili kursların açılması, düzenlenen etkinliklerde ücretsiz sunum, tadım yapılması, etkinliklerde aktif rol verilerek bilinçlendirilmesinin sağlanması önerilmektedir.
- Gelecek kuşakların geleneksel yemekler hakkında farkındalıklarının oluşturulması için özellikle turizm ve gastronomi okullarında gençlere geleneksel yemek kültürümüzü tarihiyle, yöresel yemekleri tanımları sağlanabilir, çocuklar için ise okullarda çeşitli yöresel yemekler etkinlikleri düzenlenebilir.
- Slow Food uygulama etkinliklerinden Yeryüzü Pazarı’nı örnek model alarak, üretici, yerel halk, restoran işletmeleri gibi birçok paydaşı bir araya getirerek yöresel ürün tedarikinde yaşanan sıkıntıları asgari ölçüde tutmak mümkün olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada örneklem büyüklüğü ve temsil edilebilirliği açısından sınırlılıklar bulunmaktadır. Çalışmanın amaçlı (yargısal) örnekleme tekniği kullanılarak Köyceğiz ilçesinde faaliyet gösteren 11 konaklama ve restoran işletmesiyle görüşmeler yapılması ve görüşülen kişilerin işletme sahibi, işletme yetkilisi/müdürü, işletme şefi olarak sınırlandırılmasıdır.

Gelecek alışmalar için aşağıdaki öneriler tavsiye edilebilir:

- Muğıla iline bağılı diğıer Cittaslow şehri olan Akyaka'da çalışma yapılarak farklı sonuçlar elde edilebilir.
- Köyceğız bölgesinin turizm sezonu tarihlerinde, yöreye gelen turistlere yönelik yöresel mutfak ve Slow Food kavramları hakkında çalışma yapılarak farklı açılardan konu ele alınabilir.
- Çalışmayı genelleştirebilmek adına nicel araştırma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilebilir.



KAYNAKÇA

- Ak, D. (2017). Yavaş Kent (Cittaslow) Hareketi ve Türkiye Örnekleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi (The Journal of International Social Research)*, 10(52), 884-903.
- Akdağ, G. ve Üzülmaz, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme (A Research on Authentic Foods Within the Scope of Sustainable Gastronomy Tourism). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 301-309.
- Akdemir, N. (2020). Anadolu Selçuklu Döneminde Yemek Kültürü. N. Çetinkaya (Editör), *Yemek, Kültür ve Toplum* içinde (145-175). Ankara: Nobel Yayınları.
- Aliyeva, N. (2020). *Slow Food Hareketinin Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliği ile İlişkisi: Foça Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alonso, A. D. ve Kok, S. K. (2020). Sense of place and certainty in uncertain socioeconomic conditions: contributions of local cuisine to culinary tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 247-262.
- Anton, C., Camarero, C., Laguna, M., Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 28 (7), 743-764.
- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği (The Role of Local Cuisine in the Process of Destination Branding: Case of Nevşehir). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-13.
- Atsız, O., Çifçi, I. ve Law, R. (2021). Understanding food experience in sharing-economy platforms: insights from Eatwith and Withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20 1 (2), 131-156.
- Avcıkurt, C. (2020). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Avcıkurt, C. ve Sarıoğlu, M. (2019). Gastronomi Sosyolojisine Genel Bakış. C. Avcıkurt ve M. Sarıoğlu (Editörler), *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış* içinde (s. 1-14). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balcı, A. (2018). *Sosyal Bilimlerde Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Bayındır, S. M. (2019). Gastronomi Turizmi. Ş. Şen Demir (Editör), *Turizmde Ürün Çeşitlendirme* içinde (s. 237-262). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Belge, M. (2018). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Berkley V. R. (2012). The slow food story: Politics and pleasure. *Community Development*, 43 (5), 683-684.
- Beşirli, H. (2017). *Yemek Sosyolojisi Yiyeceklere ve Mutfığa Sosyolojik Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bilim, Y. (2007). Nitel Araştırma Tekniği Olarak Görüşme. A. Yüksel, B. Mil ve Y. Bilim (Editörler), *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?* içinde (s. 27-42). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Björk, P. ve Kauppinen-Raisanen, H. (2014). Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44 (4), 294-309.
- Bucak, T. (2016). Slow Food Akımı. O. N. Özdoğan (Editör), *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler- I Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikâyeleri* içinde (s. 19-42). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Buiatti, S. (2011). Food and tourism: The role of the “Slow Food” association. K. L. Sidali, A. Spiller and B. Schulze (Eds.), In *Food, Agri-Culture and Tourism* (p. 92- 101). Berlin: Springer.
- Büyükmehmetoğlu, N. ve Oktay, K. (2021). Yöresel Mutfak Turistik Ürün Olarak Pazarlanması: Kastamonu Örneği (Marketing of Local Kitchen as a Touristic Product: Case of Kastamonu). *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24 (2), 241-259.
- Caffyn, A. (2012). Advocating and Implementing Slow Tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 1-4.

- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 755-778.
- Conway, D. ve Timms, B. F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for ‘ slow tourism ’. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (4), 329–344.
- Conway, D. ve Timms, B. F. (2012). Are Slow Travel and Slow Tourism Misfits, Compadres or Different Genres?. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 71-76.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği (The Importance of Regional Cuisine in Tourism Marketing with a Case Study: Hatay Cuisine). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (1), 64-70.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi (The Importance of Turkish Cuisine in Gastronomy Tourism). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2), 62-66.
- Çekiç, İ. (2021). Gastronomi Temalı Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turizmde Kullanımı. Ş. Karabulut (Editör), İktisadi, Sosyal ve Kültürel Yönleriyle Turizm içinde (s. 405-426). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Değişgel, S. (2021). Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri. S. Şengül ve A. Kurnaz (Editörler), *Gastronomi Turizmi Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar* içinde (s. 261-279). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirtaş, Ü. ve Akkuş, G. (2020). Otel İşletmelerinde Yöresel Mutfak Etkinlikleri: Durum Analizi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4.
- Dickinson, J. E., Lumsdon, Les M. ve Robbins, D. (2010). Slow travel: issues for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (3), 281-300.
- Eşitti, B. ve Harputluoğlu D., D. (2015). Cittaslow Şehirlerde Yerel Halkın Earth Markete Yaklaşımı: Gökçeada Destinasyonu Örneği (The Approach of Local People to Earth Market in Cittaslow Cities: The Case of Imbros Destination). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 64-71.
- Gegez, A. E. (2019). *Pazarlama Araştırmaları*. Beta Yayıncılık, İstanbul.

- Gruber, P. C. (2015). Slow Food Gardens In Uganda A Contribution to Capacity Development and Empowerment for Sustainable Food and Nutrition Security and Food Sovereignty. 1-33.
- Guan, J. ve Jones, D. L. (2014). The Contribution of Local Cuisine to Destination Attractiveness: An Analysis Involving Chinese Tourists' Heterogeneous Preferences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 416-434.
- Guiver, J. ve McGrath, P. (2016). Slow tourism: Exploring the discourses. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27, 11-34.
- Gupta, V., Roy, H. ve Promsivapallop, P. (2020). Local cuisine image dimensions and its impact on foreign tourist's perceived food contentment in Delhi. *Tourism Recreation Research*, 46 (4), 487-499.
- Güldemir, O. (2016). Geleneksele Dönüşün Öyküsü: Slow Food. H. Yılmaz (Editör), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* içinde (s.193-212). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2018). *Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2019a). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Gürsoy, D. (2019b). *Yiyelim içelim, tarihini bilelim: diünden bugüne gastronomi*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Güven, E. (2011). Yavaş Güzeldir: "Yavaş Yemek"ten "Yavaş Medya"ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. *Selçuk İletişim*, 7 (1) , 113-121.
- Hall, S. (2014). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik. (Çev: Hakan Tuncel), *Mülkiye Dergisi*, 38(2), 133-150.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2012). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3 (1): 6-11.
- Heper, F. Ö., ve Karaca, E. (2019). Türk Mutfağı. M. Sarıışık ve G. Özbay (Editörler), *Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler-Örnek Menüler ve Reçeteler)* içinde (53-97). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Hjalager, A. M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food for Tourists-Determinants of an Image. *International Journal of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Hjalager, A. M. ve Kwiatkowski, G. (2017). Entrepreneurial implications, prospects and dilemmas in rural festivals. *Journal of Rural Studies*, 63, 217-228.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve Gastronomi. H. Kurgun ve D. Bağiran Özşeker (Editörler), *Gastronomi ve Turizm (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaclar-Reçeteler)* içinde (s. 45-64). Ankara: Detay Yayıncılık.
- İçli, G. (2001). Küreselleşme ve Kültür. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 25 (2), 163-172.
- Kalenjuk, B., Tesanovic, D., Gagic, S., Erdeji, I., Banjak, M. (2015). Offer of authentic food as condition for gastronomic tourism development. *The European Journal of Applied Economics*, 12 (2), 27-34.
- Karasar, N. (2019). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 62-80.
- Karim, S.A. ve Chi, C.G. (2010). Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19, 531-555.
- Kavak, B. (2017). *Pazarlama ve Pazar Araştırmaları: Tasarım ve Analiz*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kaygalak, S., Usta, Ö. ve Günlü, E. (2013). Mardin’de Turizm Gelişimi ile Otantik Olgusu Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 237-249.
- Kızıldemir, Ö. Ve Şimşek, E. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Restoranlarda Sunulması Üzerine Bir Araştırma: Şarköy Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*, Cilt 18(1), 224-239.

- Kim, S., Choe, J. Y., King, B., Oh, M., Otoo, F. E. (2021). Tourist perceptions of local food: A mapping of cultural values. *International Journal of Tourism Research*, 1–17.
- Kinley, A. (2012). Local Food on a Global Scale: An Exploration of the International Slow Food Movement. *Journal of Integrated Studies*, 1(3), 1-14.
- Kivela, J., ve Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4 (2/3), 39–55.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- Khan, S. (2015). How slow is ‘slow’. Dilemmas of slow tourism. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 11(1), 39-49.
- Koban, E. (2020). *Gastronomik Turizm: Pazarlama ve Rekabet Yaklaşımıyla*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Koçaş, B. (2019). Küreselleşme-Yerelleşme Arasındaki Diyalektik İlişkinin Kente Yansıması Olarak Cittaslow (Yavaş Kent) Hareketi. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (18), 470-482.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N., Kozak Akoğlan, M. ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, I. ve Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. *International Journal of Tourism Research*, 13, 355–367.
- Li, X., Kong, W. H. ve Yang, f. X. (2021). Authentic food experiences bring us back to the past: an investigation of a local food night market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38 (3), 233-246.
- Lotti, A. (2009). The commoditization of products and taste: Slow Food and the conservation of agrobiodiversity. *Agric Hum Values*, 27, 71–83.

- Mayer, H. ve Knox, P. L. (2006). Slow Cities: Sustainable Places In A Fast World. *Journal of Urban Affairs*, 28 (4), 321–334.
- Miele, M. (2008). CittàSlow: Producing Slowness against the Fast Life. *Space and Polity*, 12 (1), 135-156.
- Mil, B. (2007). Nitel Araştırma Tekniği Olarak Görüşme. A. Yüksel, B. Mil ve Y. Bilim (Editörler), *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?* içinde (s. 3-26). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nilsson, J. H., Svard, A. C., Widarsson, A. and Wirell, T. (2011). ‘Cittaslow’eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14 (4), 373-386.
- Oktay, S. (2018). *Gastronomi Bilimine Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özgürel, G. ve Avcıkurt, C. (2018). Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı (Perception of Slow Food Movement by Indigenous Tourists-‘Academicians’). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 568-587.
- Paksoy, M. ve Özdemir, B. (2014). Yeni Bir Gıda Tüketim Alışkanlığı Olarak Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, 1510-1519.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy. *Sustainability*, 13 (12), 6692.
- Payandeh, E., Allahyari, M. S., Fontefrancesco, M. F., Surujlale, J. (2020). Good vs. Fair and Clean: An Analysis of Slow Food Principles Toward Gastronomy Tourism in Northern Iran. *Journal of Culinary Science & Technology*, 20, 51-70.
- Pink, S. (2008). Sense and sustainability: The case of the Slow City movement. *Local Environment*, 13 (2), 95-106.
- Pizzichini, L., Andersson, T. D. ve Gregori, G. L. (2021). Seafood festivals for local development in Italy and Sweden. *British Food Journal*, 124 (2), 613-633.
- Rand, G. E. D., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing. *Journal of Travel Tourism Marketing*, 14, 97-112.

- Radstrom, S. (2011). A PlaceSustaining Framework for Local Urban Identity: an Introduction and History of Cittaslow. *IJPP Italian Journal of Planning Practice*, 1 (1), 90-113.
- Ritzer, G. (2020). *Toplumun McDonalddlaştırılması Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme* (Çev: Akın Emre Pilgir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sabbağ, Ç. ve Boğan, E. (2019). Türk Mutfağının Gelişim Sürecine Genel Bakış. M. Sarıışık ve G. Özbay (Editörler), *Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı* içinde (3-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sağır, G. (2017). Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food ve Cittaslow Hareketi. *The Journal of Social Science*, 1(2), 50-59.
- Schneider, S. (2008). Good, Clean, Fair: The Rhetoric of the Slow Food Movement. *College English*, 70 (4), 384-402.
- Semmens, J. ve Freeman, C. (2012). The Value of Cittaslow as an Approach to Local Sustainable Development: A New Zealand Perspective. *International Planning Studies*. 17 (4), 353–375.
- Seongseop, K., Munhyang, O., Young, C. J., Youngjoon, C. (2020). Influence of local food attributes and perceived benefits on post-tasting responses through tourists' local food consumption. *International Journal of Tourism Research*, 23 (2), 164-177.
- Sezgin, M. ve Özdemir, S. (2016). Yavaş Turizm. E. Akgöz (Editör), *Turizm Paradigmaları* içinde (s. 1-24). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Shang, W., Qiao, G. ve Chen, N. (2019). Tourist experience of slow tourism: from authenticity to place attachment – a mixed-method study based on the case of slow city in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25 (2), 170–188.
- Skuras, D., Dimara, E. ve Petrou, A. (2006). Rural Tourism and Visitors' Expenditures for Local Food Products. *Regional Studies*, 40 (7), 769-779.
- Smith, A. ve Hall, C. M. (2003). Restaurants and local food in New Zealand. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B. (Editörler), *Food Tourism*

Around the World: Development, management and markets içinde (s. 249-267).
Oxford: Elsevier Publishing.

Soner, F. (2020). *Gastrodiplomasi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Soyocak Özalp, S. (2020). Küresele karşı yerel: Yavaş kent yaklaşımı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(61), 3297-3303.

Stalmirska, A. M. (2021). Local Food in Tourism Destination Development: The Supply-Side Perspectives. *Tourism Planning & Development*, 1-18.

Svard, V. (2013). *Features of Slow Philosophy In Kajaani: Slow Tourism As A Tool In Destination Development In The Land of Hunger*. Yayımlanmamış Turizmde Derece Programı Tezi. Kajaani: Rovaniemi ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences.

Şener, S., Bahçeci, V., Doğru, H., Sel, Z. G., Ertaş, M., Songür, S., Tütüncü, Ö. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1), 7-26.

Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 79-89.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 86-99.

Şengül, S. (2017). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tedarikçi Değerlendirmeleri: Yöresel Mutfak Ürünlerinin Satınalma Süreçleri Hakkında Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (18), 218-233.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2017). *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Şimşek, A. ve Yıldız, S. (2017). Kültürel Miras Açısından Yöresel Yemekler: Muğla İli Örneği. *Avrasya Bilimler Akademisi Sosyal Bilimler Dergisi*, özel sayı, 56-67.

- Şimşek, A. (2020). Slow Food-Fast Food. A. Akbaba ve N. Çetinkaya (Editörler), *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi* içinde (296-309). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, A. ve Güleç, E. (2020). Orta Asya Döneminde Yemek Kültürü. N. Çetinkaya (Editör), *Yemek, Kültür ve Toplum* içinde (131-144). Ankara: Nobel Yayınları.
- Taşpınar, O. ve Demirkol, Ş. (2019). Düünden Bugüne Dünya Mutfakları. M. Sarıışık (Editör), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* içinde (69-95). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tez, Z. (2021). *Lezzetin Tarihi: Geçmişten bugüne yiyecek, içecek ve keyif vericiler*. İstanbul: Hayy Kitap.
- Türkay, O. ve Genç, K. (2019). Gastronomi Turizmi. M. Sarıışık (Editör), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* içinde (211-235). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urry, J. (2018). *Mekânları Tüketmek*. (Çev: Rahmi G. Ögdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ünal, M. ve Zavalı, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşıtı Bir Hareket: Yavaş Hareketi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (4), 889-912.
- Üzölmez, M. (2021). Yöresel Mutfak ile Destinasyon ve Gastronomi Turizmi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir İnceleme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3 (1), 23-36.
- Yeşilyurt, B. ve Kurnaz, A. (2021). Gastronomi Uygulamaları. S. Şengül ve A. Kurnaz (Editörler), *Gastronomi Turizmi: Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar* içinde (s. 165-196). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve H. Şimşek. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, Ö. (2020). Yiyecek, Kültür ve Turizm İlişkisi. A. Akbaba ve N. Çetinkaya (Editörler), *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi* içinde (73-92). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. Şengel, S. (Editör), *10. Aybastı Kabataş Kurultayı: Yerel Değerler ve Yayla Turizmi* içinde (s. 28-34). Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.
- Zrnic, M., Brdar, I. ve Kilibarda, N. (2021). The importance of traditional food quality - the viewpoint of the tourism. *Scientific Journal Meat Technology & quot*, 62(1), 69-76.



E- Kaynaklar

http-1: <https://www.mugla.bel.tr/sayfa/koycegiz-hakkinda> (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-2: <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-296356/genel-bilgiler.html> (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-3: <https://tr.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6yce%C4%9Fiz> (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-4: <https://cittaslowturkiye.org/cittaslow-koycegiz/> (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-5: https://www.tripadvisor.com.ph/LocationPhotoDirectLink-g312736-d10678744-i394648595-Avangart_Cafe_Restaurant-Koycegiz_Mugla_Province_Turkish_Aegean_Coast.html (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-6: <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-295891/foto-galeri.html> (Erişim tarihi: 06.04.2022).

http-7: <https://www.kulturportali.gov.tr/> (Erişim tarihi: 13.04.2022).

http-8: <https://www.slowfood.com/> (Erişim tarihi: 28.04.2022).

http-9: <https://www.cittaslow.org/> (Erişim tarihi: 28.04.2022).

EKLER

EK-1 Araştırma Gönüllü Katılım Formu

Araştırmaya katılmayı ve bana zaman ayırmayı kabul ettiğiniz için teşekkür ederim. “GASTRONOMİ TURİZMİNDE YÖRESEL MUTFAKLARIN SLOWFOOD HAREKETİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ: KÖYCEĞİZ ÖRNEĞİ” başlıklı yüksek lisans tez çalışmam kapsamında görüşlerinize gerek duymaktayım.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, görüşmeler yüz yüze ve ses kayıt cihazı yardımıyla gerçekleştirilecektir. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğı ile toplanarak gerçekleştirilecektir.
- İsmınızı yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliğı bölümünden Rıdvan KOZAK' a yöneltebilirsiniz.

Mukaddes AKSADE

Anadolu Üniversitesi

Turizm Fakóltesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

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

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

Ad-Soyad:

Tarih:

İmza:

EK-2 Görüşme Soruları

Kendinizi tanıtabilir misiniz?

- Hangi alanda faaliyet gösteriyorsunuz? (otel/restoran)
- İşletmedeki unvanınız nedir? (işletme sahibi/müdür/şef)

1. Slow Food kavramını nasıl tanımlarsınız?

2. Yöreye gelen turistlerin tercih sebepleri nelerdir?

3. Menüünüzde yöresel yemekler var mıdır?

4. Daha önce menüünüzde yöresel yemekler bulundurdunuz mu?

5. İşletmenizde yöresel yemekler/ürünler talep edilmekte midir?

6. Bilinen yöresel yemekler hangileridir? (Köyceğiz yereli deyince aklınıza hangi ana yemekler, tatlılar, salatalar, içecekler vs. geliyor?)

(varsa)

- Sunulmayan yemekler neden sunulmamaktadır? (tercih mi edilmiyor, yapımı mı zor, malzemeler mi pahalı vb.)

7. Köyceğiz’de yöresel yemeklere ilişkin hikâyeler Slow Food çalışmaları açısından nasıl değerlendiriliyor?

- Nasıl yaşatılıyor? (Ağızdan ağıza ya da kayıtlı hafıza ile)
- Nasıl kullanılıyor-sunuluyor (Menülerde kısa not, şefler aktarıyor vb.)
- Unutulmaya yüz tutmuş ya da unutulmuş yöresel yemekler var mı?

8. Köyceğiz restoranlarında menülerde daha fazla yöresel yemekler bulunmasına yönelik ne tür düzenlemeler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?

- Slow Food inisiyatifi ve diğerleriyle birlikte bu restoranların teşvik edilmesi için tanıtımlarına destek verilebilir mi?
- Belediyenin bu tür restoranlara yasaların izin verdiği biçim ve miktarlarda destek olması mümkün mü?

9. Yöresel yemeklerin malzeme tedarikini nereden yapmaktasınız?

10. Köyceğiz yöresel yemekleri hakkında yöreye gelen turistlerin bilgisi olduğunu düşünüyor musunuz?

11. Yörenin gastronomik ürünleri ve yemekleri tur broşürlerinde yer alıyor mu? (tanıtımında kullanılan başka araçlar var mı?)

12. Tur rehberlerinin yöresel yemekler için turistlere yönlendirme yaptığı görülüyor mu?

13. Köyceğiz yöresel yemeklerini tanıtmak için neler yapılmalıdır? (festival, kurs vb.)

14. Slow Food ve yöresel yemeklerin ana tema olduğu gastronomi etkinliklerinin düzenlenmesi konusundaki düşünceleriniz nelerdir?

- Etkinliklerin sayısı, sıklığı, büyüklüğü ve etkinliği nedir?
- Etkinliklerin Slow Food çabalarına sağladığı somut katkılar nelerdir?

15. Gastronomi turizmi açısından Slow Food uygulamalarının hangi fayda ve fırsatları sağlayacağını düşünüyorsunuz? Özgünlük ve çekicilik konusunda neler olabilir?

16. Yöresel yemeklere yönelik olarak gençlerde bir kültür ve farkındalık oluşturulması için neler yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?

- Köyceğiz’de Slow Food ile ilgili inisiyatiflerin okullarda etkinlik düzenlemesi mümkün olabilir mi?
- Kamu birimlerinin (Belediye, Kaymakamlık vd.) yerel halkı ve esnafı bu konuda bilinçlendirecek etkinlikler düzenlemesi mümkün olabilir mi?

EK-3 Etik Kurul Belgesi

Etik Kayıt Tarihi: 05.01.2022	Protokol No: 240829	Tarih: 27.01.2022
		
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARAR BELGESİ		
ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Yüksek Lisans Tez Çalışması	
KONU:	Sosyal Bilimler	
BAŞLIK:	Gastronomi Turizmde Yöresel Mutfakların Slow Food Hareketi ile Değerlendirilmesi Köyceğiz Örneği	
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Rıdvan KOZAK	
TEZ YAZARI:	Mukaddes AKSADE	
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-	
KARAR:	Olumlu	

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Mukaddes AKSADE

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim Geçmişi

2022, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı-Tezli YL

2013, Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü

Mesleki Geçmişi

2021, Yolcu Hizmetleri Memuru, Turkish Ground Services, Muğla

2016, Yolcu Hizmetleri Memuru, Havaş Ground Handling Company, Muğla