

**T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**SLOW FOOD HAREKETİ'NE YÖNELİK ETNOGRAFİK BİR
ARAŞTIRMA: GERMİYAN KÖYÜ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN





MERVE KOCABAŞ

DANIŞMAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ. MEHMET ŞEREMET

VAN – 2020

KABUL VE ONAY SAYFASI (EK-4)

<p>Merve KOCABAŞ tarafından hazırlanan "Slow Food Hareketi'ne Yönelik Etnografik Bir Araştırma: Germiyan Köyü Örneği" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU ile Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.</p>	
<p>Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ŞEREMET Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, Van Y.Y.Ü. Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>	
<p>Başkan : Doç. Dr.Serhat HARMAN Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Mardin Artuklu Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>	
<p>Üye: Dr. Öğretim Üyesi Mehmet ŞEREMET Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği Anabilim Dalı, Van Y.Y.Ü. Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>	
<p>Üye : Dr. Öğretim Üyesi Emine CİHANGİR Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>	
<p>Yedek Üye : Doç. Dr. Erol DURAN Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>
<p>Yedek Üye : Dr. Öğretim Üyesi Hasan BUĞRUL Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum</p>
<p>Tez Savunma Tarihi:</p>
<p>Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini ve imzaların sahiplerine ait olduğunu onaylıyorum.</p> <p>..... Doç. Dr. Bekir KOÇLAR Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü</p>	

ETİK BEYAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. (10.01.2020)

MERVE KOCABAŞ

Yüksek Lisans Tezi
MERVE KOCABAŞ

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Ocak, 2020

SLOW FOOD HAREKETİ'NE YÖNELİK ETNOGRAFİK BİR
ARAŞTIRMA: GERMİYAN KÖYÜ ÖRNEĞİ

ÖZET

Yiyecek turizmi kapsamında değerlendirilecek olan “Slow Food Hareketi” lokal değerleri ön plana çıkaran, yerel kültürün günlük yaşam pratiklerini deneyimlemeye ve korumaya yönelten bir arz oluşturması, bu hareketin ortaya çıkış amacının vurgulanması adına önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı Slow Food Hareketi aracılığıyla Germiyan Köyü’ndeki turizmin gelişimini ve tarım toplumundan hizmet üreten bir turizm köyüne dönüş sürecini etnografik bir bakış açısıyla eleştirel olarak irdelemektir. Yerel halkın bu sürece yönelik deneyimleri ve günlük yaşam pratikleri incelenmektedir.

Bu çerçevede, Slow Food Hareketi’nin Germiyan köyündeki turizmin gelişimindeki rolü belirlenerek bu süreçte köyde yaşayan halkın sosyo-kültürel deneyimleri, yaşadıkları zorluklar, sosyo-kültürel kazanımları ve Slow Food Hareketi’nin başarı(sızlık) nedenleri ayrıntılı olarak ortaya konulmaktadır. Bu anlamda, Türkiye’deki Slow Food Hareketi’nin bir uygulama örneğine derinlemesine odaklanarak başarı ve başarısızlık hikâyelerini ortaya koymayı hedef edindiği için, literatüre önemli katkılar sunabileceği düşünülmektedir.

Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma dizaynı temel alınmıştır. Bu kapsamda, nitel verilerin toplanılmasında Germiyan köyünde yaşayan 42 kişiyle yüz yüze derinlemesine görüşmelerden ve 4 ay süreli etnografik gözlemlerden faydalanılmıştır. Araştırmada elde edilen bulguların çözümlenmesinde sosyal deneyim teorisi temel alınarak yorumsayıcı ve eleştirel bir bakış açısı izlenmiştir.

Bu tez araştırmasında ulaşılan sonuçlar şu şekildedir: Slow Food Hareketi’nin turizmin gelişmesine ve çeşitlenmesine yönelik önemli katkılar sunduğu ve yerelde de önemli fırsatlar yarattığı görülmektedir. Özellikle kadın girişimcilerin sayısının artması ile birlikte köy mekanlarının yeniden üretilmesi ve kadının güçlendirilmesi gibi temel sonuçlar doğurduğu ortaya konulmuştur. Ancak, Slow Food köyü olarak sürdürülebilir bir hale getirilememesi noktasında ise metalaşan yerel kültürel değerlerinin ortak amaçların önüne geçtiği ve metanın bir pazarlama aracı olmaktan çok bir amaç haline geldiğine yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Bu durumun sonucunda ise Slow Food Hareketi’nin ana prensipleriyle uyuşmadığı ve bir başarısızlık sürecine yönlendiği görülmektedir. Bu başarısızlık sürecinin ortadan kaldırılmasına yönelik, yerel halkın sosyo-kültürel birikimiyle elde ettiği bilginin yeniden üretimi ve

tekrar sürdürülebilir bir turizm odağına dönüştürülmesinin de başarı örnekleri ayrıca tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Slow Food, Yiyecek Turizmi, Germiyan Köyü, Etnografi, Sosyal Deneyim Teorisi

Sayfa Sayısı : X+125

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Ü. Mehmet Şeremet



M.A. Thesis
MERVE KOCABAŞ

VAN YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
January, 2020

**AN ETHNOGRAPHIC RESEARCH ON SLOW FOOD MOVEMENT: A
CASE OF GERMİYAN VILLAGE**

ABSTRACT

The “Slow Food Movement” to be evaluated within the scope of food tourism, is important for emphasizing the purpose of the emergence of the local culture, creating a desire that focuses the local values and encourages local culture to experience and protect daily life practices.

The main purpose of this research is to critically examine the development of tourism in Germiyan Village through the Slow Food Movement and the return process to a tourism village that produces services from the agricultural community with an ethnographic perspective. In this thesis, the application process of “Slow Food” movement and daily life practices of local people in the village Germiyan are examined. In this framework, the role of the Slow Food Movement in the development of tourism in Germiyan village is determined and the socio-cultural experiences, difficulties, socio-cultural gains and the reasons for the (un)success of the Slow Food Movement are explained in detail. In this sense, as this thesis provides in-depth stories by focusing on success and failure application of the Slow Food movement in Turkey, it has been considered to make important original contributions to the literature and knowledge.

Qualitative research design was employed. In this context, in-depth interviews with a total of 42 people and 4-month ethnographic observations were undertaken with the locals. In the analysis of the findings obtained in the research, interpretive and critical perspectives were followed based on the theory of social experience.

The conclusions in this thesis are as follows: It is seen that the Slow Food Movement provides important contributions to the development and diversification of tourism as well as creates important opportunities at the local level. With the increase in the number of women entrepreneurs, there have been such results as the reproduction of village spaces and empowerment of women. However, the result of not being as a Slow Food village is that the commoditised local cultural values prevail over common goals and that the commodity has become a goal rather than a marketing tool. Eventually, it is seen that the practice in the village does not comply with the main principles in that the application process was halted.

Nevertheless, having experienced this failure process, a few cases of success attempts have also been achieved by the reproduction of local knowledge with socio-cultural insight and they help again turning the direction back into a sustainable tourism focus.

Key Words : Slow Food, Food Tourism, Germiyan Village, Etnography, Social
Practice Theory
Quantity of Page : X+125
Supervisor : Lecturer Mehmet Şeremet



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	i
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
RESİM VE HARİTALARIN LİSTESİ.....	xi
ÖN SÖZ.....	xii
GİRİŞ	1
1. TEORİK ÇERÇEVE	16
1.1. Sosyal Deneyim (Uygulama) Teorisi	16
1.2. Yiyecek ve Yiyecek Turizmi.....	19
1.3. Gastronomi ve Yiyecek Turizmi	24
1.4. Yiyecek Turizminde Paradigma Değişimleri ve Alternatif Turizm İlişkisi	27
1.5. Yiyecek Turizmi'nin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	29
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	32
2.1. Yavaşlık ve Yavaş Hareketi	32
2.1.1. Slow Food Hareketi'ne Eleştirel Bir Bakış.....	33
2.2. Slow Food Hareketi'nin Doğuşu ve Ortaya Çıkış Süreci	34
2.3. Yavaş Şehir.....	35
2.4. Slow Food Hareketi'nin Tarihsel Süreci	36
2.5. Slow Food Hareketi'nin Felsefesi	38
2.6. Slow Food Manifestosu	39
2.7. Slow Food Hareketi'nin İlkeleri.....	41
2.7.1. İyi Gıda	41
2.7.2. Temiz Gıda	41
2.7.3. Adil Gıda.....	41
2.8. Slow Food Hareketi'nin Misyonu	41
2.9. Slow Food Hareketi'nin Organizasyon Yapısı.....	42

2.9.1. Konvivyum	42
2.9.2. Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı	43
2.9.3. Terra Madre Vakfı	43
2.9.4. Slow Food Gastronomi Bilimleri Üniversitesi	43
2.9.5. Slow Food Gençlik Ağı	44
2.10. Türkiye’de Slow Food Hareketi	44
3. ARAŞTIRMA DİZAYNI VE YÖNTEM	50
3.1. Araştırma Dizaynı	50
3.1.1. Neden Germiyan Köyü?	52
3.1.2. Kişisel Deneyimler ve Araştırmaya Yansımaları	53
3.2. Yöntem	55
3.2.1. Nitel Araştırma Yöntemi	56
3.2.2. Etnografya.....	56
3.3. Örneklem	57
3.4. Veri Toplama Araçları	58
3.4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme.....	58
3.4.2. Yapılandırılmamış Gözlem.....	59
3.4.3. Katılımlı Gözlem	59
3.5. Nitel Verilerin Analizi	61
4. BULGULAR	62
4.1. Katılımcılara Yönelik Bulgular	62
4.2. Germiyan Köyünde Günlük Yaşam Pratikleri ve Değişimler.....	65
4.3. Çoklu Eşzamanlı Dönüşümler: Ekonomik, Sosyo-kültürel ve Demografik Perspektif.....	69
4.4. Tarımdan Turizme Geçiş: Slow Food Hareketi’nin Rolü	72
4.5. Tarımdan Üretim Ekonomisine Dönüşüm: Yiyecek Turizminin Rolü	79
4.6. Mekânın Yeniden Üretimi: Turizm ve Slow Food Hareketi’nin Rolü.....	82
4.7. Germiyan Köyü’nün Slow Food Köyü Aday Olma Sürecini Etkileyen Sosyo- Kültürel Özellikleri	85
4.8. Germiyan Köyünde Slow Food Hareketi: Bir Başarı(sızlık) Hikayesi	89
4.9. Germiyan Köyünde Sosyal Girişimcilik Örneği: Nuran Erden.....	94

	Sayfa
5. SONUÇ, TARTIŞMA VE TEORİYE KATKI.....	100
5.1. Sonuç ve Tartışma	100
5.2. Teoriye Katkı.....	102
KAYNAKLAR	104
FOTOĞRAFLAR.....	120
EKLER.....	121
ÖZ GEÇMİŞ	
LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU	



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Bu çalışma da kullanılmış olan kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
GDO	Genetiği Değiştirilmiş Organizma
TÜROFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TDK	Türk Dil Kurumu
RES	Rüzgar Elektrik Santrali
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
TTS	Türkiye Turizm Stratejisi
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge

Sayfa

Çizelge 1: Yiyecek Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri..... 23



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1: Gastronomi Turizmi Geliştirecek Bölge Önerileri.....	25
Şekil 2: Slow Food Hareketi'nin Sembolü.....	39
Şekil 3. Türkiye'de Slow Food Yerel Birlikleri.....	49



RESİM VE HARİTALARIN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 1: Mülakat esnasından bir görüntü	64
Resim 2: Germiyan Köyündeki kafelerden görüntüler	70
Resim 3: Germiyan Köyü.....	71
Resim 4: Evinin önünde tezgah açıp, pazarlamasını yapan insanlar.....	73
Resim 5: Zeytin hasadı yapan yerel halk (erkekler).....	74
Resim 6: Kafe'nin önünde tezgah kurup satış yapan aile.....	77
Resim 7: Germiyan köy ekmeği	81
Resim 8: Germiyan köyünde korunan otantik bir ev.....	84
Resim 9: Germiyan Köyünde bir kafeden görüntü.....	84
Resim 10: Germiyan köyünde eylem için yapılan bir toplantıdan görüntü.....	86
Resim 11: Germiyan'a özgü ekme lokumu	88
Resim 12: Slow Food Hareketi'ne Yönelik Yapılan Toplantılardan Bir Görüntü... 93	
Resim 13: Slow Food Toplantılarından Bir Görünüm	94
Resim 14: Nuran Erden'in yaptığı ilk çalışma	96
Resim 15: Nuran Erden'in yaptığı 2. çalışması.....	97
Resim 16: Duvar resimleri.....	98
Resim 17: Duvar resimlerinden bir başka görüntü.....	98
Resim 18: Duvar resimleri.....	99
Resim 19: Slow Food Hareketi'nin simgesi olan salyangoz	99

ÖN SÖZ

Bana her zaman en büyük sevgiyi, desteği ve mutluluğu veren, ideallerime ortak olan ablam Asya TUNA'ya ve annem Ülker DEMİRLİ'ye; beni sevgiyle büyüten, her koşulda destekleyen, maddi ve manevi destek olan anneannem ve dedem Fatma ve Osman DEMİRLİ'ye ve beni içten kucaklayan, destekleyen tüm aileme; her zaman yanımda olan, olmaya çalışan, uzakta olup ve uzakları yakın eden arkadaşlarım, Türkan GÖKÇE, Esra VAN, Aslı ALAN, Hatice BAKIR, Zeynep KILIÇKAN'a; Germiyan Köyü'ndeki manevi ailem Nuran ERDEN, Yücel ERDEN, Yüksel ERDEN, Ülkü ERDEN, İklim ERDEN'e; paylaştığı bilgi ve deneyimleri için danışmanım Dr. Öğr. Ü. Mehmet ŞEREMET'e; manevi desteğini ve güleryüzünü esirgemeyen Dr. Öğr. Ü. Emine CİHANGİR' e; jüri üyesi olarak tezle ilgili değerli geri bildirimlerini benimle paylaşan Doç. Dr. Serhat HARMAN' a teşekkür ederim.

MERVE KOCABAŞ

GİRİŞ

İlk kez Profesör Theodore Levitt tarafından 1983 yılında kullanılan, 19. yüzyılın sonlarına doğru başlayan küreselleşme ile birlikte iletişim, haberleşme, ulaşım ve bilgiye ulaşma gibi imkânlar kolaylaştıkça farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşim ve iletişim süreci başlamıştır (Maviş, 2008: 13). Teknolojinin ilerlemesiyle endüstriyel gelişim, üretimin belirli bir noktaya kadar artmasına, daha sonra üretim öneminin azalmasına ve tüketimin ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Bu değişimin getirdiği post-modern düşünceyle kişi üretici konumdan çıkarak tüketici bir konuma gelmiştir. Baudrillard'ın yaklaşımıyla bir devrin (üretim toplumunun) son bulması, diğer bir sürecin (tüketim toplumunun) başlangıcını hazırlamıştır (Baudrillard, 2008).

Tüketim kültürünün başlamasıyla, tek tarz bir kültür ve yaşam tipinin ortaya çıkıp yaygınlaşması, toplumlar arasındaki kültürel farkların giderek azalması ile sosyal manada bir kutuplaşma olarak da karşımıza çıkmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi küreselleşmenin sadece ekonomik etkisi bulunmamaktadır. Bu sebeple 21. yy. her yönüyle (teknolojik, çevresel, sosyo-kültürel, ekonomik) tüketim çağı olarak anılmaktadır (Demirel ve Yegen, 2015).

Günümüzde ise küreselleşme milli sınırları aşarak toplumsal ve kültürel değişimler/dönüşümler üzerindeki en önemli etkenlerden birisi olarak, insanların yaşam tarzlarını ve gündelik yaşamlarını da önemli ölçüde etkilemektedir (Alptekin, 2013: 108-114). Bu durumda tek tip yaşam biçimiyle aynı tarz da giyinen aynı tarz da beslenen toplumları temsil eden bir popüler kültürün oluştuğu görülmektedir.

Kentsel mekanlarda kolayca yayılma fırsatı bulan popüler kültür, yerel kültür üzerinde önemli ölçüde baskın hale gelmektedir. Bu şekilde, toplulukların yaşam pratiklerinde ortaya çıkan kapitalist üretim ilişkilerinin yereldeki bireyleri ve toplumları kolayca etkilediği görülmektedir. Bu durum toplulukların çok kültürlü ve kimlikli olmasına sebep olduğu gibi günlük pratikler ve deneyimler aracılığıyla yerelden getirdikleri değerleri yitirmelerine de neden olmaktadır. Böylece dünya küçülürken aynı zamanda kimliksizleşmektedir (Sarioğlu, 2005: 38).

Ayrıca bu kimliksizleşme ve standardizasyon kültürel çeşitliliği de yok etmekte, ulusların mutfak kültürlerini etkilemekte, nispeten tatsız ve hızlı yiyecekler

(fast food) olan monotipler yaratmaktadır. Sonuç olarak, turistik yerler ve yerel mutfaklar, küreselleşme ve pazarlama eğilimlerindeki değişiklik nedeniyle benzersiz özelliklerini ve görüntülerini kaybetmeye başlamaktadır (Meriç, 2016: 1).

Kapitalizmin sınırsız bir şekilde büyümesine ve etkisine karşı bir alternatif olarak yerelleşme eğilimlerinin ortaya çıkması ve büyümesi de gözlemlenmektedir. Bu durumda turizmde yerelleşme eğilimlerine bakıldığında turizmin küreselleşme karşısında yerini aldığı görülmektedir. Yerelleşme süreci, “küreselleşmenin yarattığı tek tip ve merkezîyetçi yapılanmanın karşısında yerel kimliklerin ve yerel değerlerin yeniden üretilmesini ifade etmektedir” (Bayraktar vd., 2016: 70). Yeni turist profillerinin yerel kültür ve doğayı keşfetme isteği, bilinmeyi merak edip deneyimleme isteği, otantik ortamlarda tatil yapma isteğinin artması, turizmde yerelliğin önemini gündeme getirmektedir (İbrahimov vd., 2007: 2). Bu çerçevede yerellik yeniden şekillenirken, yerel yönetimler de yeni işlevler kazanmaktadır (Habitat II’ye Giderken, 1996: 188, aktaran Bayraktar vd., 2016: 70). Yerel kimliğin güçlenmesi durumunda, yerel değerlerin ön plana çıkacağı, yerel ekonominin canlanacağı ve doğal kaynakların sürdürülebilirliği gibi değerlerin kazanılacağını söylemek mümkündür. Bir köyde kırsal turizmin yapılması ve bölgenin geliştirilmesinde “ilçeye bağlı merkezi yönetim yerine”, “yerel aktörlerin” ön plana çıkması örnek olarak gösterilebilir (İbrahimov vd., 2007: 2).

Günümüzde klasik ve kitle turizm anlayışından farklı olarak kırsal turizm, kültür turizmi, özel ilgi turizmi, ekoturizm ve yiyecek turizmi gibi alternatif turizm çeşitlerinin tercih edilmesinde bu yönelişler bulunabilir. Ortaya çıkan bu yönelişler destinasyonun belirlenmesinde, karar verilmesinde önemli bir faktör olması sebebiyle toplumların yerel mutfakları ve özgün mutfak kültürlerini korumak için bütüncül bir yaklaşımı gerektirmektedir. Slow Food Movement (Yavaş Yemek Hareketi) bu çerçevede bir cevap olarak ortaya çıkan en etkili çözüm ve kamu oluşturan refleks olarak 1980’li yıllarda ortaya çıkmıştır. Hızlı yeme düşüncesinin bir anti tezi olarak İtalyan bir gurme olan Carlo Petrini, İtalya’nın Cuneo Eyaleti’nin Langhe Bölgesi’nde (Roma) 1986 yılında McDonalds Restoranı’nın açılmasını protesto ederek “Yavaş Yemek Hareketi’ni (Slow Food Movement)” başlatmıştır.

“Slow Food Movement (Yavaş Yemek Hareketi)” McDonalds’a karşı yapılan bu eylemin sonucunda doğmuştur (Sağır, 2017).

“Slow Food Hareketi’nin” resmi olarak ilan edilmesi süreci İtalya’nın Barolo kentinde Yavaş Beslenme Birliği oluşturulduktan sonra kurucu üye Falco Portinari’nin kaleme aldığı bildirin Paris’te 15 üye ülke tarafından onaylanmasıyla 9 Kasım 1989’da tamamlanmıştır (Sırım, 2012: 121). Düşünsel olarak bu akımın dayanak aldığı noktalar ise şu şekildedir: “kalite, güvenlik, kültür, sürdürülebilirlik, etik, güzellik, lezzet gibi unsurların yoksulların temin edemeyeceği birer lüks olduğu inancını ortadan kaldırmaktır” (Petrini ve Padovani, 2011).

Slow Food Hareketi (Yavaş Yemek Hareketi) için şu ana kadar üzerinde tam bir fikir birliğine varılmış olan tek bir tanımı bulunmamaktadır. Bu nedenle, adı geçen kavramın kapsadığı farklı anlamlar bulunmaktadır (Corsten, 2011). Bu anlamlardan bazıları şu şekilde açıklanmıştır:

“Slow Food Hareketi” hızlı yeme alışkanlığını ortadan kaldırmak ve yerel üreticileri korumak amacıyla 1986 yılında fast food’a tepki olarak; iyi, temiz ve adil gıdayı savunan, gönüllü üyelere dayalı kar amacı gütmeyen uluslararası bir organizasyondur (Yurtseven vd., 2010: 18).

“Slow Food Hareketi”, yereldeki geleneksel lezzetlere sahip çıkmayı, doğaya saygılı olmayı, sofraya zevkini korumayı, düzenli ve sağlıklı beslenmeyi, sürdürülebilirliği ve biyoçeşitliliği savunmayı, ne yediğini ve nasıl yapıldığını bilmekle birlikte mümkün olduğunca kendi yiyeceğini yetiştirebilmeyi, yemekten haz almayı, yeme sürecinde ve sonrasında sosyalleşmeyi prensip edinmiş bir düşünce akımı olarak görülmektedir (Sırım, 2012). Bu düşünce akımı yiyeceği üretenlerle, tüketenlerin ve sofrada bulunan kişilerin birbirleriyle iletişimini kapsamaktadır. Böylelikle yiyecekler ve yemekler insanları bir araya getiren en önemli etkenlerden birisi olmaktadır (Maviş, 2008: 13).

Burada yiyeceğin çok yönlü bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Çünkü yiyeceği tüketmek, temel besin ihtiyaçlarının karşılanması anlamında hem insan doğasına ait evrensel ve fizyolojik ihtiyaçlardan biri (Long, 2004: 7; Henderson, 2009) hem de psikolojik bir ihtiyaç olup, (Tikkanen, 2007: 721) tarih öncesi

dönemlerden bugüne kadar çeşitli yazılı kaynaklarda karşımıza çıkmaktadır (Cömert ve Sökmen, 2017: 7). Ayrıca yemeğin sosyal bir amaç taşıdığı da görülmektedir. Çünkü yaşamak için yemek yemenin, yemek için yaşamak algısına dönüşen günümüzde insanlar sadece yemek yemek için bile seyahat etmektedirler. Bu doğrultu da kırsal alanlara yoğunlaşan turizm hareketi ve buralarda tüketilen yerel ve yöresel yiyecekler birbirini tamamlamaktadır (Deveci vd., 2013: 29). Aynı zamanda yiyecek, turistleri seyahat etmeye zorlayan güçlü bir cazibe ve yoğun deneyimi de içermektedir (Quan ve Wang, 2004; Sert, 2019: 1611). Deneyime dayalı öncü örneklerden biri ise turizmdir. Turizm faaliyetlerinin deneyimi 1970'lerden itibaren dünyanın en güncel akademik konularından biri haline gelmiştir (Cohen, 2004; Dann ve Jacobsen, 2002; Wang, 1996; Urry, 2002; Mergen, 1986). 1990'lı yıllardan günümüze kadar kısa bir zaman içerisinde hızlı bir gelişim gösteren turizm sektörü, diğer sektörlerle nazaran değişim ve ilerleme içerisinde. Turizm sektöründeki faaliyetler ele alındığında gelişme ve büyüme hızını anlayabilmemiz açısından bazı niceliksel verilere bakılması gerekir.

Örneğin, Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO) 2018 verilerine göre dünyada 1,4 milyara yakın insan turizm faaliyetlerine katılmaktadır (UNWTO, 2019). Turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının yanı sıra en fazla turist çeken ülkeler de bu değişimi vurgulamaktadır. 2018 yılında en fazla turist çeken ülke 89 milyon ile Fransa olmuştur. Daha sonra İspanya ikinci sırada 83 milyon turist ülkesine çekerken, Amerika Birleşik Devletleri üçüncü sırada 80 milyon turist ağırlamıştır. Dördüncü sırada 63 milyon ile Çin yer alırken, 62 milyon ile beşinci sırada İtalya yer almıştır. Altıncı sırada ise 46 milyon turist ile Türkiye yer almaktadır. Ayrıca önceki yıla göre turist sayısını %22 oranında en fazla arttıran ülke Türkiye olmuştur (Turizm Günlüğü, 2019). Bu kapsamda önceki yıllara göre hem dünyanın diğer ülkelerine seyahat eden turist sayısının arttığı hem de Türkiye'ye seyahat eden turist sayısının arttığı görülmektedir. Bu paralelde yiyecek turizmi de öne çıkmaya başlamıştır.

Bu değişim ve ilerleme ile beraber özellikle son yıllarda turistlerin kitle turizmi eğilimi (deniz, kum, güneş) alternatif turizm türlerine doğru evrilmektedir (Çeken vd., 2008). Turistlerin özel ilgileri doğrultusunda ortaya çıkan bu alternatif

turizm türlerinden biri de yiyecek turizmidir. Özellikle yiyecek turizmi, “bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını ve sunulmasını; mutfağını, öğün sistemlerini ve yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır” (Can vd., 2012; Akgöl, 2012; Scarpato, 2002; Kivela ve Crotts, 2006).

Yiyecek turizminin önemini ortaya koyan, TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu’na göre öne çıkan ifadeler ise aşağıdaki şekilde verilmiştir:

“Dünyada turistlerin % 88.2’si destinasyon seçerken yemeğin çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. Yiyecek ya da gastronomi turizmiyle ilgili faaliyetlerin başında yemek etkinlikleri gelmektedir. Dünyada bu alanda faaliyet gösteren kuruluşların % 80’e yakını yemek etkinliklerine yönelik ürün ürettiklerini söylemektedirler. Dünyada Yemek turizmi için çalışan 94 topluluktan Türkiye, 23. sırada yer almaktadır. 2014 yılında turistlerin Türkiye’de yaptığı harcama için yemeğin payı % 19-20’lerdedir. Turist başına 828 dolar olan harcamanın 157 doları yemek için kullanılmıştır. Türkiye’nin hedefi, yiyecek turizmi ile bu rakamı 250 dolara yükseltmektir” (TÜRSAB, 2014). Verilen bu raporda turizm sektörünün içerisinde yer alan yiyecek turizminin gelişim ve ilerlemesini de göstermektedir.

TÜRSAB Gastronomi Turizm raporunun yanında 2023 Turizm Stratejisi Master Planına değinmekte gerekir. Türkiye’de resmi bir hükümet politikası olarak ilk defa 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın (KTB) hazırladığı Türkiye Turizm Stratejisi 2023 (TTS 2023) çalışması bulunmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ile Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013) 28 /02 /2007 tarih ve 2007/4 sayılı Yüksek Planlama Kurulu kararı ile onaylanmış olup, 02/ 03/ 2007 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu stratejinin 9. Kalkınma Planı (2007-2013) ile uyumlu olduğu görülmektedir. (KTB, 2007 Aktaran: Özkul, 2017: 34). Bu plan da ise tanıtımdan ulaştırmaya, altyapıdan insan kaynağına, nitelikli turist için nitelikli insan kaynağından turizm çeşitliliğine kadar sektörü yakından ilgilendiren konuların yer aldığı görülmektedir. Dünya’nın en hızlı büyüyen sektörleri arasında gösterilen turizm sektörünün Türkiye 2023 hedefi 75 milyon turist 65 milyar dolar turizm geliri olarak belirlenmiştir. Yine 2023 Turizm Stratejisi Master Planına göre ziyaretçi başına 867 dolar, kişi başı gecelik 86 dolar

harcama oranı hedefleri arasındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Türkiye 2023 Turizm Stratejisi Master Planı'nda belirtilen alternatif turizm gelişim hedeflerinden bazıları şu şekildedir:

Türkiye'nin her bölgesinde alternatif turizm geliştirilecektir. Bu çerçevede, yeni geliştirilmesi planlanan varış noktalarında konaklama kapasitesi geliştirilecek ve ulaşımın niteliği iyileştirilerek varış noktaları arasındaki seyahat olanaklarının geliştirilmesini hedefleyen çalışmalar yapılacaktır. Türkiye'deki iç turizm payının ve gelirinin artırılabilmesi için farklı turistik ürün, tesis ve program alternatiflerinin oluşturulması ve ülkede bulunan turistik değerlerinin tanıtılması sağlanacaktır. Türkiye'de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır. Türkiye'de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır. İç turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yurda yayılması ana politikası çerçevesinde kültür turizmine önem verilecek ve marka kentlerin oluşturulmasına çalışılacaktır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Alternatif turizm çeşitlerinden yiyecek turizmi, birçok etki alanının yanında, doğal ve sosyal çevreninde turistik faaliyetlerle beraber çekicilik unsuru haline geldiği ve ekonomik bir sektör olduğu için zaman içerisinde kompleks bir hal alan bu sektörel durum, gelişmeye ve buna bağlı olarak çeşitlenmeye devam etmiştir. Dünya genelinde artan çevre bilinci, sağlıklı beslenme, yerel ve kültürel değerlerin ön plana çıkması, yiyecek üzerine yapılan yayınlar ve programlar; insanların daha bilinçli olmasını sağlayarak alışılmış turizm faaliyetleri dışında yiyeceği odağına alan destinasyonları görüp keşfetmeye yönelmiştir. Dolayısıyla turizme yönelik yeni arayışlar da beraberinde gelmektedir. Değişen turistik talebi karşılamak üzere oluşturulacak yiyecek turizmi politikaları, turizm çeşitleri arasında önemli bir yer edinmektedir. Yiyecek turizmi literatürünün gelişmeye başlamasıyla, erken yönetim odaklı çalışmalardan, daha sağlıklı ve yeni keşfedilmiş yiyecek ve kültür tartışmalarına doğru "kültürel dönüş" olarak bir kayma yaşanmaktadır (Everett, 2008).

Bu çalışmanın yürütüldüğü bölge Slow Food Hareketi ve yiyecek turizmi açısından zengin veri sağlayacağı ve yerel halkın turizm hareketi içerisindeki günlük

pratiklerinin incelenebileceği uygun bir araştırma sahası olduğu için tercih edilmiştir. Disiplinler arası bir boyutta şekillenen bu araştırma, nitel araştırma teknikleriyle ilerleyerek Türkiye’de yapılan Slow Food Hareketi ve yiyecek turizmi açısından sosyal deneyim teorisi ve etnografya üzerinden yorumlayıcı ve eleştirel bir yöntemle yürütülmektedir. Bu anlamda literatürdeki önemli bir boşluğu tamamlayacağı düşünülmektedir.

Veri toplamak amacıyla Türkiye’de yiyecek turizm potansiyeli yüksek olan ve 2016’da Slow Food köyü olmaya aday olan Ege Bölgesi’nde İzmir İlinin Çeşme İlçesine bağlı Germiyan köyü etnografik temelli bir durum çalışması için alan olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında Germiyan köyünde bulunan yerel halkla yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılmış ve gözlem tekniğinden yararlanılmıştır. Bu gözlem ve görüşmelerle yerel halkın yaşamlarına ve yerel turistlerin neden bu bölgeyi ziyaret ettiklerine yönelik analizlerin derinleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma özellikle turizm faaliyetleri içerisinde yer alan yerel halkın, Slow Food Hareketi’ne nasıl katkı sağladıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu tür bir araştırma Türkiye’de yiyecek turizminin ve Slow Food Hareketi’nin yaygınlık gösterebileceği köylerden biri olan Germiyan köyü özelinde Slow Food Hareketi yerel halkın gündelik deneyimlerini o süreçte nasıl değiştirmiş ve başarısızlıklarının neler olduğunu ortaya çıkarmaya yönelik önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma Problemi

Endüstrileşen ve zamanla tüketim çağına dönen günümüzde, daha fazla gelir sağlamak için toplumların ve insanların sağlığını tehdit eden üretim ve hazırlama yöntemleri (gdo, hormonlu gıdalar vb.) kullanılmakta; geleneksel, doğal üretim, hazırlama ve pişirme yöntemlerinin hızla terkedilmesi, gelecek nesiller için sağlıklı yaşam, geleneksel değerlerin yok olması ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanamaması anlamına gelmektedir. Oysaki bir toplumun gelecek nesillere aktarması gereken kültürel değerleri arasında: Yerel, doğal gıdalar, üretim yöntemleri, geleneksel lezzetler ve yöresel yemekler yer almaktadır (Aytimur, 2015: 3).

Mevcut sistemler ise hazır gıdaların yaygınlaşmasına sebep olmaktadır. Bu durumlar sağlıklı beslenmeye teşvik eder ki bu durum; hem insan sağlığını tehlikeye atmakta hem de toplumların kültürel miraslarını yok etmektedir. Bu anlamda Türkiye’de şu ana kadar yapılan çalışmalarda Slow Food Hareketi’nin, yiyecek turizmi ile nasıl ilişkilendiği, yerel halkın Slow Food Hareketi’nden ve Slow Food köyü olmaya aday olmasıyla birlikte nasıl etkilendikleri konusunda niceliksel ve niteliksel olarak araştırılmadığı görülmüştür.

Bu temelde hızlı yemek yeme alışkanlığı ya da fast food satan zincirlerin ve mekanların insanlar arasındaki iletişimi zayıflattığı, aynı zamanda yemek yerken alınan hazzı da azalttığı düşüncesi ile bir tepki olarak Slow Food Hareketi, gelenekseli, yereli, yeme biçimini ve yerel ekosistemleri de koruduğu görülmektedir (Honore, 2008). Slow Food’un yemek yemeyi zevkli bir faaliyete dönüştürmesine ek olarak iyi, temiz ve adil gıdaya her insanın erişmesini sağlamaktır. Bu araştırma kapsamında Slow Food Hareketi’nin gelişimi ve Germiyan köyünde Slow Food Hareketi’nin neden sürdürülemediği ele alınmaktadır.

Öncelikle Sosyal Bilimler alanında yapılan çalışmalarda karşılaşılan problemlerin başında, yiyeceğin turizm ile tarihsel süreçte nasıl bir etkileşim içinde olduğuna yönelik gerekli sayıda çalışmanın literatürde yer almaması gelmektedir. Bundan dolayı, ilgili alanyazın detaylı bir şekilde incelendiğinde yiyecek turizmi çalışmalarında yiyeceğin sosyal, psikolojik ve kültürel bir unsur olarak algılanmamakta olduğu da görülmektedir (Çapar ve Yenipınar, 2016; Akkaya ve Özcan, 2019; Özleyen ve Tepeci, 2017). Bununla birlikte yiyecek turizmi ile Slow Food Hareketi arasındaki ilişki, yiyecek çeşitliliğinin Slow Food Hareketi’ne katkısı ve Slow Food Hareketi’nin gelişimi gibi konuların araştırılmadığı da görülmektedir.

Yapılan diğer çalışmaların bazılarında ise Türkiye’deki illerin gastronomik açıdan değerlerinin belirlenmesi, yiyecek alışkanlıkları ve kişilerin tatmin düzeyi, menü içerikleri, bazı bölgelere ait çeşitli mutfakların yöresel yemekleri, destinasyonların pazarlanmasında yiyeceğin etkisi, yerli turistlerin algıları, yiyecek turizminin ekonomik etkileri ve unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyecekler gibi konular çalışılmaktadır (Çimen, 2016; Cömert ve Sökmen, 2016; Durlu Özkaya vd.,

2013; Cömert, 2014; Güzel Şahin ve Ünver, 2015; Akkaya ve Özcan, 2019; Hatipoğlu vd., 2013).

Bu araştırma da ise Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın yiyecek turizmini etkileyen faktörler içindeki etkinliği incelenirken, diğer bir taraftan Slow Food Hareketi'nin bölgeye ve yerel halka katkısı veya rolü ortaya çıkarılacaktır. Ayrıca bu bağlamda alternatif turizm anlayışına sadık kalan yiyecek turizmi, Slow Food Hareketi ile son derece önem arz etmektedir. Kesici (2012: 33) “Yiyecek turizminin her turistik üründe olduğu gibi ancak yardımcı turistik ürünlerin iyi bir şekilde oluşturulması ve yönetilmesiyle bir destinasyonun yeterli çekiciliğe ulaşacağı” ifade edilmektedir. Bu ürünlerin başında ise dikkat çekici bir çeşitliliğe, kültürel miras ve tarihe sahip; yerel, doğal ve yöresel yiyecek-içecek kültürümüz yer almaktadır. Bu amaç ile gerçekleştirilen çalışmada, Slow Food Hareketi'ne bireysel üye olan öncü kişilerin ve köyde yaşayan yerel halkın sahip olduğu kültürel miras, yeme içme alışkanlıkları, yerel halkın deneyimleri, yaşadıkları zorluklar, fırsatlar ve sürdürülemezlik nedenleri sosyo-tarihsel bir perspektif içerisinde incelenecektir.

Bu tür bir araştırma Türkiye’de yaygınlık gösterebilecek köylerden biri olması adına yerel halkın Slow Food Hareketi’ni nasıl şekillendirmiş bu sürece nasıl dahil olduklarını ortaya çıkarmaya yönelik sunacağı katkılar açısından önem arz etmektedir. Slow Food Hareketi'nin gelişim süreci betimlenirken, mevcut literatürden analizler ön plana çıkarılarak kuramsal alt yapı oluşturmak amaçlanmaktadır. Veri oluşturmak ve bu veriyi analiz etmek için nitel araştırma stratejisi içerisinde yer alan etnografik araştırma geleneğine bağlı kalınacaktır, böylelikle araştırmacının subjektif durumu (duygu ve düşünce yapısı) ön planda tutulacaktır.

Bu araştırmanın temel olarak ortaya çıkarmak istediği ana konu ise Slow Food Hareketi'nin Türkiye'nin Ege Bölgesi'nin bir köyünde nasıl bir süreç izlediği, yerel halkın Slow Food Hareketi'ne bireysel üye olması ve diğer köylere örnek teşkil etmesi noktasında yaşadığı başarısızlığın nasıl telafi edilmesi noktasında çıkarılabilecek dersleri yerel halkın kendi doğal bağlamı olan kültürel, sosyal ve ekonomik faktörler içerisinde ele almaktır.

Araştırmanın Amacı

Haywood (1988) yerel toplumların, sağlıklı gelişen ve başarılı bir turizm sektörü için temel taşı (mihenk) olduğunu savunmaktadır. Yerel toplumlara yönelik bu önemin verilmesinin temel nedenini turizm planlama ve uygulamalarında; yerleşik değerleri, etnik öğeleri ve yerel kültüre ait çeşitli bileşenleri turizm hareketine katmak gerektiğine bağlamaktadır (Haywood 1988'den aktaran Harper, 1997; Özdemir ve Kervankıran, 2011). Bu perspektifle inceleyeceğimiz yiyecek turizmi kapsamında değerlendirilecek olan "Slow Food Hareketi" lokal değerleri ön plana çıkaran, yerel kültürün günlük yaşam pratiklerini deneyimlemeye ve korumaya yönelten bir arz oluşturması, bu hareketin ortaya çıkış amacının vurgulanması adına önem taşımaktadır (Slow Food, 2015).

Her toplumun kendine özgü kültürel özellikleri, gelenekleri ve alışkanlıkları bulunmaktadır. Toplumsal anlamda farklılık gösteren alışkanlıklardan birisi de beslenme ve yiyecek alışkanlıklarıdır. Beslenme ve yiyecek alışkanlıklarının doğrudan veya dolaylı olarak insan sağlığı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Tüketilen yiyeceklere veya beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak çeşitli hastalıkların ortaya çıktığı ya da çeşitli hastalıklara zemin hazırladığı bilimsel olarak da kanıtlanmıştır. Bu bağlamda doğal, temiz, sağlıklı ve dengeli beslenmek, hem insan sağlığını olumlu etkilemekte, hem de yaşam kalitesini artırmaktadır (Aytimur, 2015: 2). Slow Food Hareketi'nin önemi de işte tam bu noktada anlaşılmaktadır.

Yine günümüzde insanların yerel ve doğal yiyeceklere, katkısız içeceklerle, geleneksel değerlere, sağlıklı besinlere verdikleri önemin her geçen gün artmakta olduğunu görmekteyiz. Gazete, dergi, sosyal medya, akademik çalışmalar ve televizyon gibi basılı ve görsel birçok medya aracında hemen hemen her gün yiyecek ve içeceklerle, yerel değerler ile ilgili bir haberlerin, yarışma programlarının, belgesellerin ve bilgi yarışmalarında soruların olması da bu durumun en belirgin örneğidir. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde 1994 yılında 1775 olan yerel pazar sayısının 2010 yılında 6132'ye ulaşmış olması yerel ürünlere verilen öneminde arttığının göstergesidir (Kesici, 2012: 33). Yiyecek ve içecek kültürümüz her turizm şekliyle olduğu gibi yiyecek turizmi ile ilişkilendirilebilir ayrıca destinasyon

çekiciliğini arttırıcı bir kültürel tanıtım aracı olması Germiyan köyünün yiyecek turizmi potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda önem teşkil etmektedir.

Aynı ülkede bile bölgesel anlamda farklılıklar gösteren kültür, yerel değerler, beslenme alışkanlıkları ve yiyecekler; ülkeler, bölgeler, coğrafyalar ve kıtalara göre ise artan bir farklılaşma göstermektedir. Bu farklılaşmaya bağlı olarak hızla değişen beslenme ve yiyecek alışkanlıkları giderek sağlıksız, düzensiz beslenmeyi arttırması ve yaygınlaşan fast food tarzı beslenmeyi durdurma açısından önemli bir oluşum olan “Slow Food Hareketi”, halkın sağlığının korunması, sağlıklı yaşamı savunmayı, geleneksel gıdaları koruma altına almayı, biyoçeşitliliği korumayı, yemek eğitimi ve yereldeki ekonomiyi desteklemeyi amaç edindiği de görülmektedir (Bucak ve Turan, 2016).

Slow Food Hareketi, yemek zevki hakkını, yaşamın ritmini ve doğa ile uyumlu bir ilişkiyi korumak için çalışmaktadır. Aynı zamanda, yiyecek kültürünü keşfetmeyi, tanımlamayı ve geliştirmeyi, gıda-tarım biyoçeşitliliğini korumayı, çocukluktan gelen tat ve kokuların doğru eğitimini geliştirmeyi, tarım-sanayi mirasını korumayı ve savunmayı, her bir ülkenin mutfaklarına saygı duymayı amaçlamaktadır. Slow Food Hareketi, tüketici haklarını korurken çevreye karşı doğru bir tutum ile kaliteli ürünlerin yayılmasını teşvik etmeyi de amaçlamaktadır. Gıdaların, insan sağlığının ve iyiliğinin temel bir unsur olduğunu; gıda maddelerinin uygun bir şekilde kullanılmasını teşvik ettiğini kabul eden Slow Food Hareketi, insanın çevresiyle ve birbirleriyle olan ilişkisini geliştirmeye yardımcı olmayı da amaçlamaktadır (Jones vd., 2003: 299).

Aynı zamanda Carlo Petrini (2011) tarafından “kaliteyi üretecek tarım olmadan lezzete ve güzel yemeklere ait bir kültürün var olamayacağı” vurgulanmaktadır. Yerel üreticilerin ve doğal kaynakların korunması, beslenme sisteminde olumsuz sonuçlara yol açabilecek olan fast food kültürü yerine daha sağlıklı ve güzel yemek tüketme kültürünün (Slow Food Hareketi) yaygınlaştırılması da hedefleri arasında yer almaktadır. (Petrini ve Padovani, 2011).

Özellikle turizm çalışmalarında kültürel konulara ağırlık verilirken kırsal da yapılan çalışmalara çok fazla değinilmediği görülmektedir. Turizmin yeni gelişim

bölgeleri arasında sayılabilecek mekanlardan birisi olan kırsal alanlarda yaşayanların sosyal yaşamdan izole bir şekilde birçok sorun ve sorumluluğun birinci dereceden muhatabı olması karşılaşılan sıkıntıların başında gelmektedir. Bu araştırma, ilgili konularla şimdiye kadar yapılan çalışmalara bütüncül bir yaklaşım getirmekle beraber literatürdeki bu açığı kapatmaya yönelik bir adım olduğu düşüncesiyle önem taşımaktadır. Sosyal deneyim kuramıyla inceleyeceğimiz Slow Food Hareketi yerel, geleneksel ve doğal değerleri ortaya çıkaran, yerel kültürün yaşamdaki pratiklerini deneyimlediği ve yiyecek turizmi için arz oluşturması, Slow Food Hareketi'nin ortaya çıkış amacı, yürüttüğü faaliyetleri, felsefesini desteklediği için önemlidir.

Bu araştırmanın ana amacı şudur; karmaşık bir ilişki yapısına sahip olan turizmin; Slow Food Hareketi aracılığıyla, Germiyan köyü özelinde artan turizmin yarattığı etkiyi ve değişimi eleştirel bir perspektifle ortaya çıkarmaktır. Bu çerçevede aşağıdaki şu alt amaçlara da odaklanılmaktadır.

- Yerel halkın Slow Food Hareketi ile turizmin gelişim sürecinde sosyo-kültürel ve ekonomik anlamda nasıl bir deneyim yaşadığını ortaya koymak.
- Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın gelişen turizmin etkisiyle toplumsal yaşamdaki karşılaştıkları zorluklar ve fırsatları ortaya çıkartmak.
- Slow Food Hareketi'nin Germiyan köyündeki yiyecek turizmi potansiyelini nasıl etkilediği ve karşılıklı olarak nasıl bir etkileşime girdiğini değerlendirmektir.

Araştırma Soruları

Yukarıdaki ifade edilen temel noktalardan hareketle Germiyan köyündeki toplumsal pratik ve ilişkilerini anlamak amacıyla yerel halkın Slow Food Hareketi hakkındaki bilgileri, hareketin temel unsurları, sosyo-kültürel alt yapı, bölgenin diğer bölgelere göre sahip olduğu farklılıklar, iş gücüne katılım ve tüm bu imkanlara erişimi gibi hizmetlerden yararlanma deneyimlerini inceleme ihtiyacı duyulmuştur. Bu çerçevede aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır.

- Araştırma sahasında Slow Food Hareketi'nin temel unsurları olan iyi gıda-temiz gıda-adil gıda neden sağlanabilmektedir?

- Araştırma sahasında Slow Food Hareketi'ne öncü olabilecek bir potansiyele sahip olmasının sosyo-kültürel ve tarihsel nedenleri nelerdir?
- Slow Food Hareketi bölgenin yeme-içme değerlerinin ve kültürün korunmasına yönelik ne tür etkileri olmuştur?
- Slow Food Hareketi aracılığıyla yöredeki turizm gelişiminde nasıl bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır?
- Slow Food Hareketi'nin araştırma sahasındaki başarı(sızlık) nedenleri nelerdir?

Araştırmanın Önemi

Öncelikle araştırmanın önemini vurgulamak amacıyla Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planına değinmekte fayda vardır. Eylem Planına göre “turizm alanları bütün dünyada desteklenen ve teşviklerin sürdürüldüğü yatırım alanları arasındadır” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 6). Turizm sektörü, “diğer birçok sektör gibi uluslararası, ulusal veya bölgesel kalkınma için bir araç olarak kullanılmaktadır” (Çimat ve Bahar, 2003: 2). Dünya'da ve Türkiye'de de bu açıdan belirli yerler ve destinasyonlar planlama ve politika yönünden “Turizm Bölgesi” veya “Kültür Merkezi” olarak adlandırılmakta ve turizmin geliştirici etkisinden faydalanılmaktadır (Hussein ve Saç, 2008: 121).

Zamanla geleneksel turizm anlayışının değişerek, 1990'lı yıllarda artan çevresel ve sosyo-kültürel etkilerden dolayı bir fikir olarak alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Günümüzde turizmin geliştirici etkileri ile beraber destinasyonların turizm hareketliliğini yönlendiren turistik arz ve talebi arttıran yeni turistik ürünlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Artan rekabet şartları göz önünde bulundurulduğunda destinasyonların farklı özellikleriyle yöreye ait yemeklerle farkındalık yaratılması, yöreye özgü yerel yiyecekler, yöresel yemekler ve bu lezzetlerin tadımının yapılması hem turist için bölge hem de yerel yiyecekler için yörenin tercih edilmesinde önemlidir. Yerel yiyeceklerin turizmde yer bulmasının bir sonucu olarak yemek gibi yerel kültürel miraslar korunup evrensel bir nitelik kazanmakta ve bölgenin/yörenin kültürel anlamda tanıtımını sağlamaktadır.

Ayrıca destinasyonların Slow Food Hareketi gibi gastronomi organizasyonlarıyla desteklenmesi gerçekleştirilen turizm etkinlikleri ve gidilen yerdeki yerel ürünlerle birbirini tamamlamaktadır. Doğal güzelliğinin yanı sıra kültürel çekicilikler açısından da zengin olan Germiyan köyü, kendine özgü zengin bir mutfağı ve yerel yiyecekleri de bünyesinde barındırmaktadır. Aynı zamanda üreticilerin ve biyoçeşitliliğin korunması, beslenme sisteminde zehirli gıdalardan oluşan fast food kültürü yerine doğal, yerel ve sağlıklı yiyecekler yeme kültürünün yaygınlaştırılması hedefini güden Slow Food Hareketi'ne geçişin önemli bir safhasını oluşturduğu için bu tür çalışmaları gerekli ve önemli kılmaktadır.

Yine bu araştırmanın önemini vurgulamak amacıyla 2. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı, Gastronomi Turizm Raporuna göre; turizmin bu alanında yerel, bölgesel ve ulusal ekonomilerin canlandırılmasında, sürdürülebilirliğin sağlanmasında ve kapsayıcılığı arttırmada büyük bir potansiyel sunduğu bilgisi yayınlanmıştır (TÜROFED, 2017). Burada Slow Food Hareketi'nin prensiplerine değinmekte fayda bulunmaktadır. Çünkü Slow Food Hareketi'nin prensipleri 2. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı raporu destekler niteliktedir. Slow Food Hareketi, kaliteyi üretecek tarım olmadan lezzete ve güzel yemeklere ait bir kültürün var olamayacağını kabul etmektedir. Tarıma verdiği emek kadar yiyeceğe ve yiyeceğe şekil veren öğelerin tümüne biçim veren aslında kültürdür. Bu doğrultuda düşünüldüğünde kaynakları hızla tükenmekte olan dünyamızda doğanın da kültürün de tükendiği ve kültürün olduğu kadar doğanın da sürdürülebilirliğinin toplumla ilişkili olduğunu görebiliriz.

Bu anlamda bu araştırmanın önemi aşağıdaki maddelerde vurgulanmıştır:

- Bu konularla ilgili şimdiye kadar yapılan çalışmalara bütüncül bir yaklaşım getirmekle beraber gerek metodoloji gerekse de Germiyan köyünde yaşayan halkın yiyecek turizmini etkileyen faktörler içindeki etkinliği incelenirken diğer taraftan Slow Food Hareketi'ne aday olan yerel halkın katkısı veya rolü ortaya çıkarılacaktır.
- Slow Food Hareketi'nin gelişimi ve yiyecek turizmi ile ilişkisinin Germiyan Köyü'ndeki turizmin gelişimine ve tarım toplumundan hizmet üreten bir turizm köyüne dönüş süreci etnografik bir bakış açısıyla irdelenecektir.

- Yapılan araştırmaların yiyecek turizmiyle nasıl ilişkilendikleri ve yiyecek turizminden nasıl etkilendikleri konusunda önemli katkılar sağlayacağı düşünölmektedir. Bu katkıların özellikle Slow Food Hareketi'nin diğer illerde, ilçelerde, köylerde nasıl uygulanabileceğini gündelik deneyimlerin turizm hareketini nasıl değiştirdiğini ve dönüştürmekte olduğunu ortaya koymayı hedef edindiği için literatüre önemli katkılar sunabileceği düşünölmektedir.
- Türkiye' de yapılacak olan yiyecek turizmi araştırmalarına Slow Food Hareketi'ni dahil eden yorumsamacı ve nitel araştırmanın derinlemesine inceleme yöntemlerinden etnografik yöntem aracılığıyla literatürdeki boşluğu tamamlayacağı düşünölmektedir.

1. TEORİK ÇERÇEVE

Tezin bu bölümünde literatür çerçevesinde ele alınan konunun, alt yapısına yönelik bir teorik çerçevesi oluşturulmuştur. Bu kapsamda Sosyal Deneyim Teorisi, Yiyecek ve Yiyecek Turizmi, Gastronomi ve Yiyecek Turizmi, Yiyecek Turizm’inde Paradigma Değişimleri ve Alternatif Turizm İlişkisi, Yiyecek Turizm’inin Sosyo-Kültürel Etkileri’ne yönelik konular ele alınmıştır.

1.1. Sosyal Deneyim (Uygulama) Teorisi

Bu bölümde Sosyal Uygulama Teorisi ele alınacak ve çevre dışı geçişleri (sosyal dünyayı) analiz etme yaklaşımı açıklanacaktır. Sosyal teoriler, teorik ifadeler oluşturmak için sosyal dünyayı sistematik olarak yorumlamak için kullanılırlar. İnsanlara; etik, kültürel ve politik boyutları içeren sosyal dünyayı anlama ve konumlandırma yolu sağlarlar (Reckwitz 2002’den aktaran Pakarinen, 2015: 10). Sosyal teoriler, eski anlayış modellerini kırmak ve yenilerini tanıtmak için somut araçlar sağlamaktadırlar (Reckwitz, 2002). Dolayısıyla, çevreye duyarlı eylemlerle ilgili olarak sosyal teoriler, davranış kalıplarındaki değişimin nasıl ortaya çıktığını anlamada anahtar rol oynamaktadır. Ayrıca eylem ve toplumsal düzeni (günlük pratik ve yaşam dünyası) açıklayan veya anlayan yorumlayıcı kültürel bir sembolik bilgi yapılarının önemini vurgulamaktadır (Reckwitz, 2002).

1970’lerde "uygulama teorileri" veya "sosyal uygulama teorileri" diğer sosyal ve kültürel teorilere daha kavramsal bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Uygulama teorisi, insan eylemlerine ve toplumsal düzene olan ilgiye dayanan; teoriyi geliştiren ve diğer sosyal teorilerin fazla rasyonel hale geldiğini algılayan çeşitli sosyal teorisyenlerin katkılarıyla oluşturulmuştur (Reckwitz 2002’den aktaran Hargreaves, 2011). Dolayısıyla uygulama teorisi, eylemi açıklamanın; amaç ve norm odaklı modellerine karşıdır.

Uygulama teorisi özünde, kültürel faaliyetlerin insan bilişine ve sosyal faaliyetine önemli etkiler olarak görüldüğü kültürel teorilerin bir alt türüdür. Uygulama teorisi kültürel teori örneği olsa da, tüm kültürel teoriler aslında uygulama teorileri değildir (Reckwitz, 2002: 246). Sembolik ve bilişsel yapılara; “gerçekliğin

sosyal inşasına” atıfta bulunarak eylem ve sosyal düzeni açıklamaya veya anlamaya çalışırlar (Pakarinen, 2015: 11). Diğer kültürel teorilerin aksine, sosyal deneyim teorisi; eylemi, dünyanın insan yorumu üzerinde etkisi olan sembolik bilgi yapılarının yeniden yapılandırılması yoluyla analiz eder ve bu da eylemleri tanımlar. Dolayısıyla sosyal uygulama, insan zihninde içselleştirilen anlamların aktarılması sürecini ifade eder.

Uygulama teorisi sosyal olanı zihinsel niteliklere, söyleme veya etkileşime yerleştirmez. Kişinin önce hangi uygulamaların ya da başlıkların açıklanacağını bilmesi gerekmektedir. Yani pratik ve uygulama arasında ayırım yapmasını gerektirir. Burada bahsedilen pratik, insan eylemlerinin tamamını (hareket, anlama, bilme, hissetme ve anlamayı isteme) ifade ederken, uygulama ise rutin bir davranış türü olan aynı eylemin ya da durumun tekrar etmesini ifade etmektedir.

Uygulama denilen kavram, birkaç unsurdan oluşmaktadır. Bedensel ve zihinsel faaliyet biçimleri, duygu durumları, motivasyonel bilgi kaynağı olarak sıralanabilir. Uygulamaya örnek verecek olursak yemek pişirme, çalışma, araştırma bunlardan birisidir. Dolayısıyla, sosyal düzenin ve dünyayı anlamının ortak yolu “paylaşılmış bilgi” tarafından oluşturulduğu söylenebilir. Bu bilgi neyin arzu edildiğini ve hangi normların uygulanabilir olduğunu tanımlamaktadır (Reckwitz, 2002).

Sosyal deneyim teorisinde, kişinin fiziksel ve zihinsel eylemleri ile toplum tarafından anlaşılan anlamları, sembolleri, yeterlilikleri, prosedürleri, materyalleri ve kullandığı teknolojilerden oluşmaktadır. Sosyal uygulamadaki bilgi ise insanın kendisinin, çevresinin, nesnelere ve soyut olgular dahil olmak üzere “dünyayı anlamak” olarak algılanır. Bu dünyayı anlama, çoğunlukla örtülü, kolektif, tarihsel ve kültürel bağlamda iç içedir (Hargreaves, 2011).

Pratikte ise sosyal deneyim teorisi, oluşan sosyal yapıları rutinlerle inşa etmektedir. Uygulama teorisindeki sosyal dünya, bireyler tarafından oluşturulan çeşitli sosyal uygulamaların hakimiyetindedir. Uygulama teorisindeki birey farklı deneyimler ile oluşan deneyimlerin arasındaki geçiş noktasıdır ve deneyimler bireyin değerleri ile birlikte gelişmektedir (Pakarinen, 2015: 10-11).

Sosyal uygulama teorisinde; etik, adil ve iyi bir yaşam olarak algılanan şeylere göre sosyal rutinlerin oluşturulması ve bu konular arasındaki ilişkilerde kendini göstermektedir. Bu algı sürekli gelişmektedir: demokrasiyi ön planda tutarak, sosyal hareketlerle daha güçlü bağlantılar kurarak ve yerel, ulusal ve küresel düzeylerde çalışarak; istediğimiz dünya için sebat, hayal gücü, diyalog ve tartışma yoluyla yeniden bir vizyon oluşturmaktadır (Hill ve Clover, 2003: 14).

Sosyal pratik teori de, çevre ile paralel bir davranış ortaya çıkabilir ve sadece bireylerin değerlerinin değişmesi ile değil; yapısal, güç, yasal ve sosyal ilişkiler yoluyla da gelişebilir (Hargreaves, 2011).

Uygulama teorisi araştırmacıya ise sosyal uygulama ile belirli bedensel ve belirli zihinsel faaliyetlerin oluşturulmasını sağlamaktadır. Araştırmacı bir nevi kendini sosyal etkileşimlerin içinde bulur. Sıradan bir dil kullanmalıdır. Araştırmacı burada bir uygulamayı gerçekleştirir ve uygulamayı oluşturan bedensel ve zihinsel kalıpları anlamlandırır. Oluşan bu zihinsel kalıplar, sosyal pratiğin bir parçasıdır.

Ayrıca uygulama teorisi için nesnelere, tıpkı bedensel ve zihinsel faaliyetler kadar vazgeçilmez olan birçok uygulamanın gerekli bileşenleridir. Araştırmacı nesnelere anlamak için belirli nesnelere belirli anlamlar yüklemelidir. Burada ele alınacak konuların ve davranış biçimlerinin kurucu unsurlarıdır (Reckwitz, 2002: 252).

Sosyal deneyim teorisi bu araştırma da geleneksel, bireysel ve rasyonel yaklaşımların aksine bireyleri analizlerden ayırıp, Slow Food Hareketi'nin adaylık sürecinde yerel halkın tutum ve davranışlarında bir değişime neden olup olmadığı ve Germiyan köyünün tarihsel ve kültürel bağlamı içinde yiyecek turizmini yerel halkın nasıl anlamlandırdığı, sosyo-kültürel bağlamda algıları, yorumları ve eylemlerini şekillendiren geniş kültürel varlıkları ve durumları açıklamaya çalışmaktadır (Hargreaves, 2011).

Yerel halkın tutum ve değerleri baz alındığı için Slow Food Hareketi'ne ve yiyecek turizmine bütünsel ve temellendirilmiş bir bakış açısı sunmaktadır. Aynı zamanda diğer adıyla sosyal uygulama teorisi yerel halkın gündelik yaşamlarına

değınme noktasında avantaj sağlamaktadır. Çünkü uygulama teorisi, yerel halkın yakından incelenmesine fırsat sunarak daha fazla yönlerine değınmeyi ve karmaşıklığını ortaya koymak için kültürel bağlamda derinlemesine incelenmesini sağlamaktadır. Sosyo-kültürel yapı ve kültürel bağlamlar da sosyal deneyim teorisi köprü işlevi görür denilebilir.

Sosyal Bilimlerin çalışma alanı ne bireysel deneyimler ne de herhangi bir toplumsal bütünlüğün varlığıdır. Bu noktada sosyal uygulama teorisi bireylere değil bireylerin çevrelerinde olup bitenleri anlamaya, sosyal dünyayı anlamaya ve az çok tutarlı benlik duygusu geliştirmeye ve bunun paylaşımlar, etkileşimler yoluyla ortaya koymaktadır (Warde 2005'den aktaran Hargreaves, 2011: 82). Bu çalışma da sosyal uygulama teorisinin de test edilmesine olanak sağlayacak şekilde, Germiyan köyündeki yiyecek turizm potansiyelini ve köyün deneyimlediği Slow Food Hareketi'ni etnografik bir örnek olay çalışmasından hareketle derinlemesine ve eleştirel bir anlamlandırma ortaya konulmasını hedeflemektedir.

1.2. Yiyecek ve Yiyecek Turizmi

Yiyecek, yenmeye elverişli olan her şeydir (TDK, 2019). Diğer bir ifadeyle canlıların mevcudiyetlerini sürdürebilmeleri için tüketmeleri gereken maddelerdir. Yiyecekler, doğada var olan yenilebilir maddelerin, belli bir kültürle ve o kültüre ait pişirme teknikleriyle üretilmektedir. Yiyecekler, inorganik ve organik maddelerden meydana gelmektedir. Burada yiyeceğin içinde bulunan protein, vitamin, mineral gibi canlıların yaşamını sürdürmesi ve gelişmesi için var olan maddelere besin veya gıda denmektedir. Yiyecekler, çoğunlukla karbonhidrat, yağ, su ve proteinlerin mahlûtundan oluşmaktadır.

Belli bir kültüre ait olan yiyecekler zamanla destinasyonlar da turistik ürün haline gelip, yörenin turistik çekiciliğini arttırmaktadır. Turistik ürünün temel özelliği, bir araya gelen birçok somut ve soyut faktörlerden oluşmasıdır. Bu faktörler; rekreasyon, konaklama, ulaştırma, yeme- içme gibi hizmetler somut faktörleri ifade ederken, turistlerin yukarıda bahsedilen hizmetleri satın alırken, deneyimlerken üreticiden-tüketiciye doğru oluşan psikolojik ve sosyolojik olumlu ya da olumsuz yansımaları ise soyut faktörleri oluşturmaktadır.

Yiyecek kavramı, Long (2004: 23) tarafından aşağıdaki şekilde “3 ana başlıkta incelenmektedir”:

1. Egzotik Olan Yiyecek: “Alışlagelen yiyecekten bilinmeyen yiyeceğe kadar, sosyal olarak inşa edilmiş evrenimizle benzerliğini tanımlayan sürekliliktir. Bireysel tarihimize (geçmişe) ve kişisel zevklerimize ek olarak toplu kültürel deneyime ve genel kabul gören mutfak estetiğine dayanmaktadır”. (Long, 2004: 32).
2. Yenilebilir Olan Yiyecek: “Gözlemlenerek neyin yenilip neyin yenilemeyeceğine dair toplumsal ve kültürel kategorileri kapsamaktadır. Yenilebilir olma durumu, çekici olma durumunun son aşamasında ortaya çıkmaktadır. Çünkü bilinmeyenle karşılaşmak, “yiyeceğin yenilebilir olması” sorusundan çok “yenmeli midir” sorusunu ortaya koymaktadır” (Long, 2004: 32-33).
3. Lezzetli Olan Yiyecek: “Kavramsal bir durumdan öte, bir mutfak sisteminde neyin memnun edici olduğuna dair estetik bir olgudur. Yiyecekler, yenilebilir olabilirler ama tüketilmek üzere seçilmeleri için lezzetlerinin nasıl kabul göreceği de önem kazanmaktadır. Lezzet, yenilebilir olmanın gölgesi gibidir” (Long, 2004: 33).

Yiyecek konusuna değindikten sonra yiyecek ile yiyecek turizmi arasındaki ilişkinin sorgulanması gerekir. Belisle (1983) ise yiyecek ve turizm araştırmalarının son otuz yıldır yiyecek ve turizm veya yiyecek turizmi arasındaki yakın ilişkinin gözle görülebilen bir araştırma alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu konuların son yıllarda 2008 yılı ile 2015 yılları arasında literatürde benzeri görülmemiş bir şekilde büyümesine ve popülerleşmesine tanık olunmaktadır. Bu popülerleşme, kültürel mirasa ilişkin Kültürel Miras Turizmi Dergisi'nin (2013) özel baskısı ve yiyecekleri araştıran İskandinavya Ağırlama ve Turizm Dergisi (2014) gibi bir dizi yeni turizm akademik dergilerinde de özel sayılarıyla da gösterilmektedir (Belisle 1983'den aktaran; Ellis vd., 2018: 250).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Organizasyonu (UNWTO, 2012), Gıda Turizmi Küresel Raporu ve dünyada yiyecek turizmi gibi popüler akademik kitaplar, (Hall ve Sharples, 2003) yiyecekler ve yiyecek turizmi (Getz vd., 2014), yiyecek

turizminin geleceği (Yeoman vd., 2015) gibi tüm bu bilimsel ve akademik çalışmalar yiyecek ve turizme veya yiyecek turizmine artan ilgiyi göstermektedir.

Yiyecek turizmi; “seyahat ve yiyecek-içecek endüstrisinin birleşiminde yer alan, uzun süredir iç içe olmasına rağmen yeni tanımlanan bir turizm çeşididir. Yeni olan bu kavram, ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri yiyecek yoluyla ifade etmek amacıyla kullanılmıştır” (Wolf, 2006: 1). Daha sonra başlangıç noktası olarak, öncelikle yiyecek turizmini tanımlamak anlamlı olacaktır. Yiyecek turizmi, turizm faaliyetlerini birincil ve ikincil gıda üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve belirli gıda yerlerine yiyecekleri tatmak ve yemek yeme amaçlı ziyaret etmek olarak tanımlanmaktadır (Ellis vd., 2018: 250). Chang ve Yuan, (2011), Park, Reisinger ve Kang (2008), Presenza ve Iocca (2002), Sanchez Canizares ve Lopez Guzman (2012), Smith ve Costello (2009) gibi pek çok yazarın bu tanımı benimsediği görülmektedir.

Yiyecek turizmi bir başka tanımda ise, “bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki; yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını ve sunulmasını, mutfağını, öğün sistemlerini ve yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şekli olarak tanımlanmaktadır” (Long, 2004: 21).

Yukarıda verilen yiyecek ve yiyecek turizmi kavramlarından yola çıkılarak insanların kültürlerine göre “yiyecekleri bir bakıma karmaşık ve karışık hale getirmekte, eşsiz zenginlikte sayısız çeşitlilikte ürünler ile yeni yiyecek deneyimleri yaratmaktadır” (Gezmen Karadağ vd., 2014: 25). Ayrıca yiyecekler hakkında toplumsal ve kültürel sınıflandırmaları, yerel kültürü, gelenek ve görenekleri, toplumların yaşam biçimlerini göz ardı edip genellemeler yapmak doğru bir yaklaşım da olmaz. Bunun temel nedenine değinmek gerekirse Gezmen Karadağ (2014) bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: “ Bir toplumun sahip olduğu kültürel değerler, geçim kaynakları, gelenekler, küreselleşen dünyanın etkileri toplumların yaşam biçimlerini ve insan davranışlarını etkilemektedir”. Araştırmacı tarafından “bu etkiler, toplumlarda gıdaların üretilmesinden, hazırlanıp pişirilmesine, sunulmasından depolanmasına kadar yeme içme kültürünün her aşamasını etkilemektedir” (Gezmen Karadağ vd., 2014: 25). Yiyecekleri oluşturan maddeler çeşitlilik ve yapıları bakımından toplumdan topluma, kültürden kültüre göre

değişiklik göstermektedir. Öyle ki, aynı toplum içinde yerel olarak da farklılıklar görülebilmektedir.

Ayrıca yiyecek turizmi, yiyeceklerin konusunu, ortamını, üretimini, tüketimini, yönünü ve araçlarını da içermektedir. Bölgeyi ziyarete gelen misafirlerin bu bölge de yetişen ürünleri bilmek istemesi, öğrenmesi ve deneyimleyerek buradaki yeni kültürü tanımak istemeleri, geçmişlerini ve özlelerini; ürettiği ürünleri pazarlayarak bir kimlik yaratmak isteyenlere, bu yollarla meraklarını gidermek isteyenlere ilişkindir. Yani sıradışı bir şekilde yiyecekleri deneyimlemek, diğer yiyeceklerle karşılaştırmak, aralarındaki farkı ortaya koymak ve uzlaştırmak için yiyeceğin gücünü böylece ortaya koymaktadır (Ümit Hamlacıbaşı, 2008: 1; Long, 2004).

“Tarımsal ürünler ve turizm arasındaki etkileşim potansiyeli nedeniyle doğan, yiyecek turizmi stratejileri, bölgesel gelişimde kullanılacak başlıca kalkınma araçlarını da oluşturmaktadır. Turizmin bir parçası olarak yiyeceğe yapılan harcamanın giderek artması, hem işletmelerin hem de devletin bu alana ilgi göstermesinin kaynağını oluşturmaktadır (Erdek, 2011; Kılıç, 2019; Arslan, 2018).

Çizelge 1: Yiyecek Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri

Yiyecek Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri-Dörtlü Hiyerarşi	
1.Derece Göstergeler	Web Sitesi
	Broşürler
	Yerel Ürünlerin Tanımı/ Promosyonu
	Yerel Ürünlerin Marka Sayısı
	Restoran Sayıları
	Restoranların Tanınmışlığı/İmajı
	Planlaması Yapılana Yeni Restoranlar
	Konaklama Tesisleri (Kentsel ve Kırsal)
	Yerel Ürünlerin Sunum Tarzları (Estetik, Paketleme)
	Yerel Gastronomi Aktivite ve Etkinlikleri
	Turistlere Yerel Ürünleri Tanıtma Çabası
2.Derece Göstergeler	Yerel Ürünlerin Sunum Kalitesi
	Ürünlerin ve Restoranların Kalite Standartlarını Belirleyen ve Denetleyen Kurumların Varlığı
	Sertifikalı Kaliteli Ürünlerin Turizm Broşürlerinde Yer Alması
	Broşürlerin Bölgesel Turizm Sorumlularınca Turistlere Ulaştırılıyor Olması (Ajans, Müdürlük)
	Yerel Yiyeceklerin Günümüz Koşullarına ve Taleplerine Hitap Edecek Şekilde Uyarlanmış Olması
3.Derece Göstergeler	Yemeğin Yerel Aktivite ve Etkinlikler ile Tanıtımı
	Turistleri Restoranlara Çekecek Yarışma, Eğlence Gibi Çekiciliklerin Varlığı
	Gerçek Doğal Yemek - Çiftlik Konseptli Tatil Opsiyonlarının Varlığı
	Turistik Gastronomi Broşürlerinin, İnternet Sitelerinin Kaç Sayıda Yabancı Dile Çevrildiği
	Gastronomi Broşürlerin Görsel Açından Zenginliği
	Turistlere Yönelik Yöresel Yemekleri Pişirme Kurslarının Varlığı
	Tarımsal Üretim Alanlarının Turizme Açılması
	Şarap Akıslarının Yaratılmış Olması
	Gastronomi Müzesi Varlığı
4.Derece Göstergeler	Turizm Eğitim Kurumları ve Gastronomi Konusunda ARGE Çalışmaları
	Yerel Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Topluluklarının Varlığı-Örgütlenme
	Yerel Gastronominin Ulusal ve Yerel Medyada Yer Alışı
	Yerel Gastronomi Üzerinde Yazılmış Akademik Çalışmalar ve Tezlerin Sayısı

Kaynak: (Hjalager ve Richards, 2002).

1.3. Gastronomi ve Yiyecek Turizmi

Gastronomi kavramının etimolojik olarak kökenleri incelendiğinde Yunanca “Gastro” veya “Gaster” ve “Nomos” veya “Nomas” sözcüklerinden geldiği bilinmektedir. “Gastro” veya “Gaster” sözcüğü mide ve onun uzantıları olan ağızdan başlayıp tüm sindirim sistemini kapsayan bir kavram olarak tanımlanırken, “Nomos” ve “Nomas” sözcüğü ise kurallar ve düzenlemeler şeklinde tanımlanmaktadır (Santich, 2004: 16; Santich, 2007; Katz, 2003; Akbaba ve Kendirci, 2016: 115; Altinel, 2009: 2; Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64). Genel anlamıyla gastronomi yeme ve içme ile ilgili kuram ve normlar şeklinde ifade edilebilir.

Bilindiği kadarıyla “gastronomi” kelimesinin ilk kullanımı Antik Yunan Döneminde kullanılmıştır. Gastronomi kelimesi M.Ö 4.yy’da Sicilya Yunan arşivinde Akdeniz Bölgesi’nde en eski yiyecek ve şarap rehberini temsil eden “Gastronomia” adında bir kitaptaki şiirde geçmektedir (Wilkins ve Hill, 1994: 35). Eski Akdeniz Bölgesine çok seyahat ettiği, dolayısıyla en iyi ne yiyip ne içebileceğini, gastronomi ile turizm arasında erken bir bağlantı kurulduğu bilinmektedir. Bununla birlikte Arcestratus’un yazdığı kitabın bulguları daha sonrakilere de rehberlik etmektedir (Wilkins ve Hill, 1994: 59).

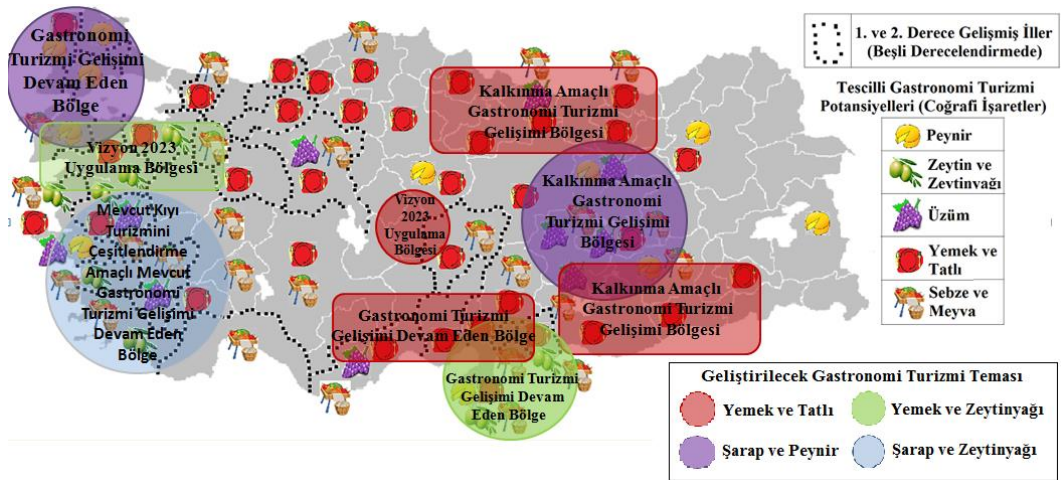
Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon kuralları çerçevesinde belirli bir sistematik düzen içinde hazırlanarak, önce göz sonra damak tadına hitap edecek şekilde sunulduğu yemek kültürü veya yemek sanatı olarak ifade edilmektedir (Dilsiz, 2010: 3). Tanımdan yola çıkılarak gastronomi insan sağlığına uygun, güzel görümlü, hoş ve lezzetli mutfak olarak tanımlanabilir. İnsanların yeme-içme olgusuna daha fazla ilgi göstermeye başlaması ‘gastronomi turizmi’ denilen yeni bir turizm hareketinin doğmasına neden olmuştur (Gökdeniz vd., 2015: 15).

Gastronomi turizmi, bazı kaynaklarda Fen Bilimleri bazı kaynaklarda Sosyal Bilimlerden yararlanan bir bilim dalı olarak (Dilsiz, 2010: 3), bazı kaynaklar da ise yeme içme sanatı olarak ifade edilmektedir (Sormaz vd., 2015: 69). Ancak gastronomi turizmi ile yiyecek turizmi arasındaki fark gözden kaçırılmamalıdır. Nitekim bu fark bir kumaşa bürünme ve giyinme arasındaki fark olarak düşünülebilir

(Altinel, 2009). Gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, tıp ve modern teknolojiler gibi çeşitli alanlarla ilişki içinde olarak sadece yiyecek ve içeceklerle sınırlı kalmadığını göstermektedir (Akbaba ve Kendirci, 2016: 115; Gülen, 2017: 33).

Gastronomi kavramı “oldukça köklü geçmişe sahip bir bilim dalını ifade etmesine rağmen gastronomi turizmi, özellikle son on yıldır tartışılan ve farklı bakış açılarıyla yeni çalışmalar kazandırılan bir alan olarak dikkat” çekmektedir (Sarıışık ve Özbay, 2015: 265). Önceki araştırmalar; “tanım denemeleri ve araştırma alanları konusunda farklılıklar sergileseler de genel olarak gastronomi turizminin varlığı ve seyahat motivasyonları arasında yer aldığı ortak noktasında birleşilmektedir” (Sarıışık ve Özbay, 2015: 264; Wilkins ve Hill, 1994; Santich 2004; Eren, 2012; Gillespie ve Cousins, 2001).

Gastronomi'nin diğer bilimlerle ilişkisine baktığımızda ise; insanların yemek yeme nedenleri, neyi tercih ettikleri ve bunlar üzerine etkili olan faktörler için psikoloji alanına; yiyecek ve içeceğin paylaşılması, toplumsal iletişimdeki yeri ve dışarıda yemek yeme nedenleri, tercih nedenleri açısından sosyoloji ve ekonomi alanına; kullanılan araç ve gereçlerin geçmişi, gelenek ve kültürel değerler söz konusu olduğunda ise tarih alanına dayandığı görülmektedir. Bununla birlikte gastronomi turizmi tarım, kültür ve turizmi de etkilediği görülmektedir (Akgöl, 2012: 22-23).



Şekil 1: Gastronomi Turizmi Geliştirecek Bölge Önerileri

Kaynak: (Çağlı, 2012: 93).

Yiyeceklerin bölgelere, illere, kıtalara ve kültürlerine göre dağılımı, üretim yöntemleri, tüketim şekilleri, pazarlanması ve sunulması; insan gruplarına ait yiyecek turizmini araştırmaya başlarken temel alınacak kaynakları oluşturmaktadır. Ayrıca yiyecek konusu, “Sosyal Bilimler alanında gerçekleştirilmiş çalışmalarda, bir turizm aracı veya turizme ait bir konu olarak ele alınmamaktadır. Bunun yanı sıra yiyecek, turiste ait göstergelerdeki herhangi bir kültürel unsur gibi algılanmaktadır. Restoranlarda veya festivallerde sunulan yemekler diğer turistik etkinliklerin arasında yer almakta ve bu sırada yiyeceğin ve onun etrafındaki etkinliklerin turistlerin tecrübelerini nasıl etkileyeceği veya aksine turizmin yiyecek kültürünü, toplumu ve bireyi nasıl etkileyebileceği konuları araştırılmamaktadır” (Ümit Hamlacıbaşı, 2008: 1).

Bir yemeği tüketmek, temel besin ihtiyaçlarının karşılanması anlamında; insan doğasına ait evrensel ve birincil ihtiyaçlardan biridir (Long, 2004: 7). Yiyecek turizmi, bu ihtiyacın turizm uygulamalarının geleneksel yapısından ayrılarak araştırılabileceği bir alandır. “Yiyeceğin kendine özgü doğası, turizm olgusuyla ilgili araştırmalarda sadece bir davranış biçimi kategorisinden çok bir duruş, bir süreç ve bir yaklaşım olarak katkı sağlamaktadır” (Ümit Hamlacıbaşı, 2008). Bu durum, yiyecek turizmi olgusunun, sadece yabancı topraklara seyahat gerekliliğiyle sınırlı kalmayarak, sayısız etkinlikler topluluğu içinde gerçekleşebileceğinin algılanmasını sağlayabilir.

Yiyeceğin seçiminde ekolojik, biyolojik ve ekonomik unsurlar etkilidir buna karşın yiyeceğin yenilebilir veya yenilemez olmasına karar veren ise kültür, kültürel anlayış ve sınıflandırmadır. Bu durumu “Fransız antropolog Claude Levi Strauss konuşma dili ve pişirme becerisi olmayan hiçbir kültür yoktur. Ancak, her kültürün yiyecek tarifi kendine hasır” (Meiselman, 2000: 7) diyerek açıklamaktadır. Mutfak kültürlerindeki farklılaşmalar ise; coğrafya, iklim şartları, savaşlar, ticaretler ve göçler gibi çeşitli nedenlerden kaynaklandığı görülmektedir (Taşpınar, 2017: 211).

1.4. Yiyecek Turizminde Paradigma Değişimleri ve Alternatif Turizm İlişkisi

Dünya genelinde, küreselleşmenin ortaya çıkardığı yeni gelişmelere bağlı olarak birçok sektörde olduğu gibi turizm alanında da bir takım değişmelerin olduğu görülmektedir. Giderek birbirine benzeyen yaşam da, yerli ya da yabancı turistler bildikleri, tanıdıkları kültürlerden bilmedikleri farklı kültürleri deneyimlemek amacıyla daha soyut olan yerel kültür varlıklarına merak duymaya, geçmiş kültürel miras ile değil geçmiş kültürü bugün hala yaşatan, hala geçmişteki kültürlerine göre yaşayan, bu yaşantıyı günlük yaşamına olduğu gibi taşıyan yerel halk ile ilgilendikleri görülmektedir. Uzun zamandan beri kültür mirasında somut kültür varlıkları üzerine çalışan uluslararası koruma örgütleri de artık soyut yerel kültür varlıklarını koruma altına almaya, bu konulara odaklanmaya başlamıştır (Çağlı, 2012: 1).

2000'li yıllardan itibaren kişi başına düşen gelirin artması, boş zamanın artması, uluslararası barışın hız kazanması, son yıllarda Doğu Avrupa ülkeleri ve güvenlik sorunu yaşayan ülkeler de sorunların çözülmesi ve seyahat kısıtlamalarının da kalkması uluslararası turizme ivme kazandırmaktadır (Gökdeniz, 1994: 112). Bu kapsamda oluşan soyut yerel kültür varlıklarına paralel alternatif turizm türleri son yıllarda turizm de büyüyen bir trend olmakta, günümüzde birçok ülke gelişmekte ya da az gelişmiş olan bölgelerin tanıtılmasında, pazarlamasında soyut yerel kültürleri ön plana çıkarmaktadır. Yerel yiyecek kültürü, yukarıda bahsedilen soyut yerel kültür varlıklarının şimdilerde turizm amaçlı kullanılan en mühim değerlerinden biri haline gelmektedir. Yerel yiyecek, dünyada ve ülkemizde kültürel çeşitlilik, turistik çeşitlilik yaratan toplumların geçmişlerine, kültürlerine ve yaşamlarına ışık tutmaktadır.

Yiyecek turizminin ivme kazanmasıyla ve yiyecek turizmi kapsamında yerel yiyeceklerin öneminin anlaşılmasıyla artan turizm talebinin neden olduğu turistik yerler üzerindeki yüksek baskı nedeniyle bazı bölgeler yerel yiyecekleriyle ön plana çıkarılmalıdır. Ulusal ya da uluslararası örgütler, topluluklar dünyada kültürel çeşitliliğin sürekliliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamak üzere yerel yiyecek varlıklarını koruma altına almalıdırlar. Bu şekilde kültür mirasının (yerel yiyecek)

korunması sağlanabilir. Ayrıca alternatif turizm türlerinin ortaya çıkmasıyla yiyecek turizmi bu zamana kadar geri kalmış ya da gelişmekte olan bölgeler için önemli bir kalkınma aracı haline gelmektedir. Aynı zamanda yiyecek turizmi, ekonomik etkisi nedeniyle bölgesel kalkınma aracı olma, yerel yiyeceği koruyup gelecek nesillere aktarılmasını sağlama, yerel kültürü koruyup sürdürülebilirliğini sağlama, turistlerin yöresel yiyeceklere olan ilgi ve beklentilerini karşılama özellikleri nedeniyle eşsiz yerel yiyecek kültürünü ön plana çıkarmaktadır.

Bu kapsamda ele alacağımız yiyecek turizminin kökeni tarım, kültür ve turizme dayanmaktadır. Bu üç unsur; yiyecek turizminin bölgesel bir çekicilik, turistik ürün ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına fırsat sağlamaktadır. Tarım, ürünü tanıtır ve sunmakta; kültür, tarihi ve otantikliği sağlamakta; turizm ise, alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar, yiyecek turizmi altında buluşmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Yiyecek turizmi, yerel mutfak ürünleri sayesinde kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımalarını sağladığı gibi bir turizm bölgesine ait özelliklerin en önemli parçasını oluştururken, turistlerin bu bölgede yaşayacakları deneyimlere, cazibe ve çeşitlilik de katmaktadır (Shenoy, 2005: 1). Bu yüzden özgün deneyimler yaşatmak, saygınlık ve statü kazandırmak, ürün farklılaştırmak ve destinasyonu diğerlerinden daha çekici kılmak gibi sebeplerle yiyecek bir araç olarak gösterilmektedir. (Aksoy ve Sezgi, 2015; Kaşlı vd., 2015; Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64). Ayrıca yiyecek turizmi kapsamında sunulan yerel yiyecekler, turistik özellik kazanmakla beraber etnik özelliklerini de sürdürebilmektedirler. Çünkü turistler gittikleri yerlerdeki geleneklere, kültüre ait ne varsa katılma imkanı buluyorsa; turizm mutfak geleneklerinin sürdürülmesine de yardımcı olmaktadır.

Dünyada yiyecek turizmiyle ilgili gelişmeler incelendiğinde ise, insanların daha fazla dışarıda yemek yediği görülmektedir. Bu iş bir sanat noktasına ulaşmış durumdadır ve bir sürü de yeni trendleri ortaya çıkmaktadır. Böylece turistik destinasyonların pazarlanmasında “yiyeceğin” önemli bir role sahip olduğu görülmektedir. Destinasyonlara ait yiyecek unsurlarının yoğun olarak kullanıldığı pazarlama faaliyetlerinde, turistlere sunulan bu yeni ürüne olan talep ve yiyecek turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir çok ciddi sayısal verilerle kanıtlanmaktadır.

En çok para harcanan kalemlere bakılınca konaklamadan sonra yiyecek ve içecek etkinliklerinin 2. sırada yer aldığı da bu önemi ortaya koymaktadır (Kılıç, 2019).

Dünya mutfakları denince akla ilk olarak önce Fransız mutfağı gelse de, aslında İtalyanların olduğu bilinmektedir. Çünkü günümüzde dünya da ‘pasta’ diye bilinen makarna neredeyse tüm genel restoranların menüsünde bulunan standart bir dünya yemeği haline gelmiş durumdadır. Çin restoranları zaten tüm dünyaya yayılmış ve kendini ispatlamış durumdadır. Bu mutfakları Fransız, Meksika, Japon, Hindistan ve Vietnam restoranları izlemektedir (Demir, 2011: 34-35).

Türkiye ise, gerek sahip olduğu turistik çekiciliğiyle, gerekse tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfağa sahip olmasıyla turistik destinasyon ve yiyecek turizmi açısından tercih edilebilecek önemli bir Türk Mutfağına sahiptir. Türk Mutfağı, hem Orta Doğu ve Balkan mutfaklarını etkilemiş hemde bu mutfaklardan etkilenmiş Osmanlı Mıtfığı’nın kalıtıdır denilebilir.

1.5. Yiyecek Turizmi’nin Sosyo-Kültürel Etkileri

Yiyecek turizmi, gıda üretimini, ürün çeşitliliğini, gıdaların üretilme yöntemlerini, gıdaların işlenmesini, depolanmasını, taşınmasını, gıdanın kimyasını, sindirimini, gıdanın fizyolojik etkilerini, yemek seçeneklerini, gelenek ve göreneklerini, mutfaklarını, kimliğini kapsamaktadır (Santich, 2004: 2).

Yiyecek ve içeceklerle toplumsal-kültürel yapılar arasında yakın bir ilişkinin olduğu bilinmektedir. Bu ilişki kapsamında bazı toplumlar yiyecek ve içecek konusunda çok fazla ürün çeşitliliğine sahipken bazı toplumlarda aynı çeşitlilik görülmemektedir. Sosyal bilimciler bu farkın oluşmasında kültürün ve coğrafi koşulların oynadığı rol üzerinde durmaktadır. Çünkü toplumun yaşam koşulları, coğrafyası, iklim şartları, savaşlar, ticaret ve göçler yemek kültürünü doğrudan etkileyebilmektedir (Ambrosio vd., 2011; Taşpınar, 2017: 211).

Yiyecek turizmi, yerli topluluklara bölgenin gelişimi; doğal kaynakların kullanımı, yerel kültürün ve yöresel yiyeceklerin ön plana çıkması için ayrıcalıklar vermektedir. Bu anlamda yukarıda bahsedildiği gibi bölgenin toprakları, iklim koşulları, coğrafyası, göçler ve yiyecekler arasındaki bağlantı önem taşımaktadır.

Yiyecekler, sadece turist deneyiminin merkezinde olduğu için değil, aynı zamanda yiyecek, toplumlarda önemli bir kimlik oluşturma kaynağı haline geldiğinden dolayı da önemli bir rol oynamaktadır. Yiyecek ile kimlik arasındaki güçlü ilişki göz önüne alındığında yerel ve doğal yiyeceklerin, turizmin tanıtımında olumlu ve önemli bir yer belirleyici haline gelmesi şaşırtıcı değildir. Bunun temel nedenlerinden biri, belirli yerler ve belirli yemek türleri arasındaki ilişkidir (Erdek, 2010). Ayrıca yiyecekler, kimlikleri biçimlendirmek ve desteklemek için kullanılmaktadır. Çünkü temelde ne yediğimiz ve ne şekilde yediğimiz kültürümüzün temel yönlerini oluşturmaktadır. Yemek yeme alışkanlıkları öğrenilen ve kültürel olarak ona bağlı davranışlarımızı oluşturmaktadır.

Mutfak geleneklerinde ise bölgesel farklılığı ve karakteristik mutfak kültürünün gelişimini sağlayan coğrafi çeşitliliklerdir. Lokasyon ve yiyecek arasındaki bu bağlantı, turizmde; ayırt edici veya tipik olma esasına dayalı tanıtım çalışmaları da dahil olmak üzere, çeşitli şekillerde kullanılmaktadır (Akdemir ve Selçuk, 2018). Turizm destinasyonları arasındaki rekabet arttıkça, yerel kültür ve yiyecek turistlerini bölgeye çekmek, güzel vakit geçirmek ve deneyimlerini daha anlamlı hale getirmek için daha önemli bir turistik ürün ve aktivite kaynağı haline gelmektedir. Bu yüzden Munster (1994) kültürel cazibe merkezlerini sınıflandırırken bölgesel yerel yiyecekleri, belirli bir kültürel turizm olarak sınıflandırmaktadır (Munster 1994'den aktaran Richards, 2003: 6). Munster'ın söylediklerine paralel olarak gidilen yerde, yalnızca fiziksel anlamda değil aynı zamanda gidilen yerde karşılaştıkları belirli mutfak türleriyle insanlar özdeşleştiği için “yediğimiz ne ise biz oyuz” düşüncesini dile getirmektedirler (Hjalager ve Richards, 2002). Yine yiyecek- içecek ustası Jean Anthelme Brillat-Savarin ise bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: “Bana ne yediğini söyle; sana kim olduğunu söyleyeyim” diyerek yiyecek ile kimlik arasındaki ilişkiyi de açıklamaktadır (Bober, 2003:12).

Yiyecek turizmin sosyo-kültürel etkileri ise temel olarak insan odaklıdır. Çünkü insan; değer sistemlerini, bireysel davranışlarını, geleneklerini, aile yapısını ve ilişkilerini, ahlaki kurallarını ve yerel topluluklardaki toplu yaşam tarzlarını var olan tüm değişiklikleri ifade etmektedir. Bunlar doğrudan ya da dolaylı olarak turistler ve turist-ev sahibi (yerel halk) ilişkisinden kaynaklanmaktadır (Wall ve

Mathieson, 2006). Bu değişiklikler, bölgede yaşayan toplulukların sosyo-kültürel anlamdaki yaşamında zenginleşme gibi olumlu etkileri olurken, kültürel kimliğin kaybı gibi olumsuz etkileri de olabilmektedir. Tabii bu etkiler yavaşça ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, değişiklikler uzun bir süre içerisinde kabul edilebildiğinden, bunların tespit edilmesi zor olabilir ve ayrıca geri döndürülemez de olabilirler (Lansing ve De Vries, 2007).

Yiyecek turizminin etkileri değerlendirildiğinde sosyal etkiler, ekonomik etkiler ve çevresel etkiler olarak sıralayabiliriz.

Sosyal Etkiler: Kültürel kimlik kaybı, kültürel yozlaşma, sosyal çatışma, geleneklerin bozulması, kaos gibi olumsuzlukların yanında, kültürel aktivitelerin artması, kültürel paylaşımların artması ve toplum hizmetlerinin artması gibi olumlu faydalar da sağlayabilir.

Ekonomik Etkiler: Vergilerin artması, yaşam pahalılığı, yaşam kalitesinin düşmesi olumsuz etkiler olarak sıralanırken, iş olanaklarının artması, istihdam imkanlarının artması ve kazancın artması olumlu etkiler olarak sıralanabilir.

Çevresel Etkiler: Hava kirliliğinin artması, su ve çevre kirliliğinin artması, doğal dokunun bozulması, bitki örtüsü ve ormanların tahribatı, boş alanların (kayda değer) satılması gibi sebepler olumsuz etkiler olarak sıralanabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tezin bu bölümünde araştırma soruları çerçevesinde ele alınan konunun, teorik alt yapısına yönelik bir kavram çerçevesi oluşturulmuştur. Bu kapsamda Yavaşlık ve Yavaş Hareketi, Slow Food Hareketi'ne Eleştirel Bir Bakış, Slow Food Hareketi'nin Doğuşu ve Ortaya Çıkış Süreci, Yavaş Şehir (Cittaslow), Slow Food Hareketi'nin Tarihsel Gelişimi, Slow Food Hareketi'nin Felsefesi, Slow Food Hareketi'nin Manifestosu, Slow Food Hareketi'nin İlkeleri, Slow Food Hareketi'nin Misyonu ve Slow Food Hareketi'nin Organizasyon Yapısı, Konvivyum (Convivium) ve Türkiye'de Slow Food Hareketi'ne yönelik konular ele alınmıştır.

2.1. Yavaşlık ve Yavaş Hareketi

Yavaşlık, kelime anlamıyla hızlı olmayan, ağır ve çabuk karşıtı demektir (TDK, 2019). Honore (2004: 16) yavaşlık'ı şöyle tanımlamaktadır: Hızlı hayatı basit bir reddediş veya gelişen teknolojik dünyaya karşıt bir cevap değildir; dünyayı çekici kılan bir durumdur. Yavaşlık “kendi hayatının ritmini kontrol etme anlamına gelen” yaşadığımız temponun düşürülmesi ile ilgilidir. Yani her şeyin ötesinde anlamlı, düşünceli ve zevkli bir şekilde yaşama sanatıdır.

“Yavaşlık hareketi” ise geçmişi koruma içgüdüleriyle ve geçmişin bir bölümüne duyulan hasret, geçmişe dair hüznün ya da pişmanlık yüklü bir anı ve yoğun ev hasretine (Legg, 2004'den aktaran Güven, 2011) gönderme yapan ve toplumsal, siyasi ve kültürel mücadelelerdeki karmaşıklığı kişiselleştiren (Moran, 2002: 156) nostalji duygusundan beslenmektedir. Ancak, yavaşlık hareketinin gönderme yaptığı nostaljik bakış açısı, modernitenin sonucu olarak ortaya çıkan, geçmişi gelecek için bir değer olarak gören ve hasrete değil, yuvaya gönderme yapan güçlendirici ya da yapıcı nostaljiye dairdir. Buradaki yuva kavramı bireyin, herhangi bir mekânı ya da bölgeyi yuva olarak adlandırabilmesi için yaşanan her günün, daha önce yaşanmış günlerle katlanarak artması demektir. Öyleyse tekrar, bir mekânın yuva haline gelmesindeki en gerekli unsurdur (Terkenli, 1995: 326).

“Yavaşlık Hareketi” ya da “Yavaş Hareket” şeklinde türkçeleştirilebilecek “Slow Movement” yalnızca yeme-içme kültüründe değil, farklı alanlarda da hızdan veya küreselleşmenin yıpratıcı etkisinden kurtulmanın yolları üzerine çalışılmasını

mümkün kılmaktadır. Bu alanlar; yavaş yemek (Slow Food), Cittaslow ya da Slow City (yavaş şehir), Slow Travel (yavaş seyahat), Slow Schools (yavaş okul), Slow Books (yavaş kitaplar) ya da Slow Word (yavaş okuma), Slow Money (yavaş para), Slow Living (yavaş yaşam) ve Slow Media (yavaş Medya) gibi ve benzeri konulardır.

Parkins (2004) Yavaş Hareketi'nin, "bireyselleşme denemesi olarak ve küresel kapitalizmin normatif yönüne meydan okumak olarak algılanabileceğini tartışmakta; yavaş yemek ideolojisinin temeliyle uyumlu olan bu tartışmayı ilerletmekte, böylece yavaşlamak için gösterilen herhangi bir çabanın tüm engelleri de yavaşlatacağı" anlamına geldiği şeklinde tanımlamaktadır.

"Yavaş Hareketi" hızlı modern hayatı sorgulayan, yeme içme biçimini, geleneksel yaşamı, yerel değerleri ön plana çıkartan modern tüketim kalıplarını değiştirecek ve dönüştürecek bir kültürel değişimi de savunduğu görülmektedir (Özmen vd., 2017: 40).

2.1.1. Slow Food Hareketi'ne Eleştirel Bir Bakış

Eleştirel kuram araştırmaları, epistemolojik olarak beşeri bilimler ve sosyal dünyanın bilgisiyle toplum ile kültür arasındaki ilişkiyi inceleme ve eleştirilmesine dayanır. Diğer adıyla sosyal teori, nesnelleştirici değildir aksine düşünsel olduğu için doğabilimsel teorilerden farklıdır. Eleştirel teorisyen Max Horkheimer'e göre bir teori; insanları buldukları sınırlayıcı koşulları değiştirerek onları özgürleştirdiği kadar eleştireldir (Horkheimer, 2005: 244). Burada sosyal teoriyi temel alan bir epistemoloji ile ilerleyerek Slow Food Hareketi eleştirel bir perspektifle değerlendirilecektir. Bu kapsamda güvenilir bilgiler elde etmek için yapılan çalışmaların ışığında Yavaşlık ve Slow Food Hareketi ele alınmaktadır.

Yaşamın hemen hemen her alanında görülen hız ve tüketime dayalı yaşam şeklini deneyimlemek, paralelinde birtakım zıt görüşleri beraberinde getirmektedir. Yaşamın her alanında görülen hız, yeme-içme geleneklerinden uzaklaşılmasına, tarımın sürdürülebilirliğinin ihmal edilmesine, gıdaların duyuşal özelliklerinin ve çeşitliliğin azalmasına, hızlı beslenmeyle aşırı yiyecek-içecek tüketimi sonucu çeşitli problemler ortaya çıkarmaktadır. Bu karşılaşılan olumsuzluklar bilinçli tüketicilerin;

kaliteli yerel gıdalara olan ilgisinin artmasına, organik ve sürdürülebilir tarımın artmasına ve hızın dayattığı düzene temelden karşı çıkan yavaşlık hareketinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Vega ve Ubbink, 2008: 373'den aktaran Özgürel ve Avcıkurt, 2018).

Gereğinden fazla tüketim, her gün artan meşguliyetler (Parkins ve Craig, 2006: 1) bir yandan toplumda huzursuzluk ve tükenmişliğe neden olurken; (Hatipoğlu, 2015: 20), diğer yandan doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermektedir. Yavaşlık Hareketi ise günümüzde hızlı olan yaşama bir tepki, anlamlı, sürdürülebilir, keyifli bir yaşam sürmeye yönelir. Gündelik yaşamımızda farklı olay ve olguları, dikkatli ve anlamlı bir biçimde farkına vararak deneyimlemeyi içerir (Parkins ve Craig, 2006; Pink, 2008: 99; Parkins, 2004; Pink, 2007: 64).

Öncelikle zaman ile doğrudan ilişkili olan Yavaşlık, Slow Food Hareketi'nin simgesi olan salyangoz gibi yavaş yapmak anlamına gelmemektedir. Yavaşlık, teknolojiyi ve yeniliği reddeden bir tutum da sergilememektedir (Honore, 2008: 15).

Eleştirel perspektifle ele alınan Slow Food Hareketi'nin geleneksel yemek kültüründe unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin ön plana çıkarılmasını, geleneksel kültürü koruyarak sürdürülebilirliğinin sağlanmasını, birlikte yemek yemenin hazzına varılmasını, yerel kültürdeki paylaşımların öneminin vurgulanmasını, yerel yiyeceklere olan farkındalığın arttırılmasını, geleneksel tarım ve yöntemlerinde bilinçlenmeye hizmet eden insan eylemlerine, geçmiş kültürün yaşatılmasına ve toplumsal düzene olan ilgiye dayandığı görülmektedir. Bu akım günümüzde gastronomi, turizm ve kent yönetimi gibi pek çok alanda kucaklanmaktadır. Yavaşlık Hareketi'ni benimseyen bu akımlardan ilkinin de Slow Food Hareketi'nin olduğu bilinmektedir.

2.2. Slow Food Hareketi'nin Doğuşu ve Ortaya Çıkış Süreci

Slow Food Hareketi'nin temellerine bakıldığında aslında sürecin 1980 yılında İtalya'nın Bra kentinde kurulan Libera e Benemerita Associazione Amici del Barolo (Hür ve Övülen Barolo Şarabı Dostları Derneği) ile başladığı görülmektedir. Bu kuruluş daha sonra Arcigola adını alacak derneğin temelini oluşturmaktaydı (Petrini vd., 2003: 2). “Arch“(baş) ve “la gola” (yemekten alınan haz, oburluk) kelimesinin

birleşiminden oluşmaktadır. Daha sonra bu hareket, kısa adı ARCI (Associazione Ricreativa Culturale Italiana) olan ve İtalyan Kültürünü Canlandırma Derneği şeklinde Türkçeye çevrilebilecek, ulusal canlanmayı ön planda tutan, sol görüşlü bir yapılanmayla yakından bağlantılıydı (Petrini vd., 2003: 3-4).

Daha sonra Carlo Petrini ve arkadaşları 1986 yılında Roma'daki Piazza di Spagna'da İspanyol Merdivenleri olarak bilinen mevkide McDonalds restoranının açılmasına karşı bir tabak İtalyan makarnası fırlatarak protesto etmiştir. Uluslararası Slow Food Hareketi böylelikle başlamıştır (Sağır, 2017: 52). Ardından Slow Food Hareketi İtalya'nın Barolo kentinde Yavaş Beslenme Birliği oluşturulduktan sonra 9 Kasım 1989'da kurucu üye Falco Portinari'nin kaleme aldığı bildirinin Paris'te 15 üye ülke tarafından onaylanarak resmen hayata geçmiştir (Sırım, 2012: 121).

2.3. Yavaş Şehir

İtalyanca "Citta" (şehir) ve İngilizce Slow (yavaş) kelimelerinin biraraya gelmesiyle oluşmaktadır. "Sakin şehir" ya da "yavaş şehir" anlamına gelen "Cittaslow" hareketinin temelleri, İtalya'nın Orvieto kentinde aynı zamanda Slow Food Hareketi'ne öncülük yapan Greve, Orvieto, Positano ve Bra şehrinin belediye başkanları tarafından 1999 yılında atılmıştır. Slow Food Hareketi'nin devamı olan Cittaslow da Slow Food'a yakın bir düşünce ile daha derinsel ve daha geniş bir perspektifle yerel birlikteliği savunan bir kalkınma hareketi yapısına sahiptir (Ergüven, 2011: 203-204).

Cittaslow Hareketi'nin amacı, şehirlerdeki yaşam kalitesini arttırma, şehirlerin tekdüzeleşmesini önleme, yerel şehirlerin çoğalmasını sağlama, yöresel ve bölgesel farkındalıklar yaratarak özgün değerlerinin vurgulanmasını sağlama, şehirlerin ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan sürdürülebilir olmasını sağlamaktır (Knox ve Mayer, 2009).

Bir şehrin cittaslow olabilmesi için ise öncelikle kentin nüfusunun 50.000'den fazla olmaması gereklidir. Daha sonra çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel kalite için teknolojiler ve tesisler, yerel üretimi korumak, misafirperverlik, farkındalık ve Slow Food faaliyetlerine, projelerine ve araştırmalarına destek olmak

gibi Cittaslow'un kriter listesi 7 bölümden ve toplam 59 kriterden oluşmaktadır (Ergüven, 2011: 204).

2.4. Slow Food Hareketi'nin Tarihsel Süreci

Arcigola'dan Slow Food Hareketi'ne tarihsel gelişim süreci aşağıdaki şekilde verilmektedir: (Slow Food Kronoloji, 2016; Paksoy ve Özdemir, 2014: 1512-1513).

- İtalyan gurme Carlo Petrini, Slow Food Hareketi'ni Roma'daki Piazza di Spagna'da McDoanld's restoranının açılışına tepki göstererek İtalya'nın Cuneo eyaletinin Langhe Bölgesinde **1986**'da başlatmıştır (Sağır, 2017: 52).
- Bir grup politik ve kültürel İtalyan aktivist, uluslararası Slow Food Hareketi Opera Comique, Pariste kurulduktan sonra Slow Food Manifestosu **1989**'da imzalanmıştır. Bu manifesto, bugün 130'dan fazla ülkede yaklaşık 100.000 üyesi olan yavaş yemek hareketinin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Slow Food, 2015).
- İlk uluslararası Slow Food Kongresi **1990** yılında Venedik'te yapıldı.
- Slow Food Almanya **1992**'de kurulmuştur.
- Slow Food İsviçre **1993**'te kurulmuştur.
- Slow Food Hareketi, 1996'da Kasım ayı sonunda Torino'da ilk Salone del Gusto'yu düzenledi ve Nuh'un Ambarı (Ark of Taste) projesini tanıttı. Slow Food International'in dergisi Slow'un ilk sayısı yine **1996** yılında yayınlanmıştır (Slow Food, 2015).
- Slow Food Hareketi'nin uluslararası artizan peynir fuarı Cheese ilk kez Bra'da **1997** yılında gerçekleştirilmiştir.
- Slow Food Presidia projesi hayata **2000**'de hayata geçirilmiştir ve Slow Food ABD kurulmuştur.
- Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı **2003** yılında kurulmuştur.
- 130 ülkeden 5000'i aşkın delegenin katıldığı Terra Madre, ilk kez 5. Salone del Gusto ile eş zamanlı olarak Torino'da **2004** yılında düzenlenmiştir. Dünyada bir ilk olan Gastronomi Bilimleri Üniversitesi

İtalya'da Bra da eğitimlere **2004**'de başlamıştır ve Slow Food Japonya kurulmuştur (Sağır, 2017).

- Brezilya'daki ilk büyük ölçekli geleneksel gıda etkinliği olan Salão das Comunidades do Alimento **2005** yılında düzenlenmiştir.
- Terra Madre yardım fonu **2006**'da oluşturulmuş ve Slow Food İngiltere kurulmuştur.
- 5. Slow Food Uluslararası Kongresi, dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen 600 delegenin katılımıyla Pueblo, Meksika'da **2007** yılında gerçekleştirilmiş ve ilk bölgesel Terra Madre toplantıları Brezilya ve Beyaz Rusya'da yapılmıştır. Ayrıca ilk Augusto etkinliği Bilbao, 2007 yılında İspanya'da gerçekleştirilmiştir (Paksoy ve Özdemir, 2014).
- Terra Madre Ağı, Etiyopya, Hollanda ve İrlanda'da ulusal toplantılar **2008** yılında yapılmış ve. Slow Food ABD tarafından San Francisco'da kaliteli gıdanın kutlandığı "Slow Food Nation" gerçekleştirilmiştir. Yine 2008 yılında Slow Food ve Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı dünya genelinde çiftçi pazarlarının bulunduğu Yeryüzü Pazarları'nı hayata geçirmiştir (Slow Food, 2015).
- **2009** yılında Tanzanya, Arjantin, Bosna Hersek, Norveç ve Avusturya'da ilk bölgesel Terra Madre toplantıları gerçekleştirilmiştir. İtalya'da Şefler ve Slow Food Presidia Ortaklığı kurulmuştur. Ayrıca 10 Aralık'ta Slow Food'un 20. Kuruluş yıl dönümünü kutlamak adına dünyanın dört bir yanındaki topluluklar ilk Terra Madre Günü'nü kutlamışlardır (Paksoy ve Özdemir, 2014).
- Arjantin, Azerbaycan, Brezilya, Kanada, Güney Kore, Gürcistan ve Kazakistan'da ilk bölgesel Terra Madre toplantıları **2010** yılında yapılmıştır. Torino'daki uluslararası Terra Madre toplantısında Afrika'da Bin Bahçe projesinin tanıtımı da 2010 yılında yapılmıştır.
- Sürdürülebilirliği, biyoçeşitliliğin korunmasını ve küçük ölçekli çiftçileri destekleyen Avrupa politikalarının uygulanması için bir çağrı niteliğinde olan Slow Avrupa kampanyası **2011** yılında başlatılmıştır. Ermenistan, Avusturya, Güney Kore, Kırım, Japonya, Rusya ve İsviçre'de bölgesel

Terra Madre toplantıları da 2011’de yapılmıştır (Paksoy ve Özdemir, 2014).

- Slow Food Başkanı Carlo Petrini, New York’ta düzenlenen ve Yerel Sorunlar başlıklı BM Sürekli Forumu’na **2012**’de katılmıştır. 25 Ağustos’ta kutlanan Gıda İsrafına Karşı Harekete Geçme Günü, Münih’te düzenlenen ve AB’nin Ortak Tarım Politikası’nın Avrupa’daki gıda sistemine olan etkilerine dair farkındalık yaratmak amacıyla Slow Food, diğer STK’lar ve kuruluşlar tarafından düzenlenen İyi Gıda Yürüyüşü’nün başlangıcı **2012** yılında kabul edilmiştir. Salone del Gusto ve Terra Madre ilk kez ayrı etkinlikler olarak düzenlenmiş ve 6. Slow Food Uluslararası Kongresi de 2012 yılında gerçekleştirildi (Slow Food, 2015).
- **2013** yılının Mayıs ayında Slow Food ve Birleşmiş Milletler Tarım Örgütü FAO, küçük ölçekli üreticilerin yaşam şartlarını iyileştirmek, gıda güvenliğini sağlamak ve dünyadaki açlığı azaltmak hedefiyle sürdürülebilir gıda ve tarım sistemlerini destekleyecek ortak girişimlerde bulunmak için bir anlaşmaya imza atmıştır. Ekim ayında Slow Food’un Asya’daki ilk büyük ölçekli etkinliği olan Asio Gusto, Güney Kore’de gerçekleştirilmiştir (Paksoy ve Özdemir, 2014: 1512-1513).
- Slow Food yayınevi yeni yayını olan Slow Wine Magazine’i Mayıs **2014**’de yayınlamaya başladı. Bu yayın İtalyan şarap sahnesine yeni bir bakış kazandırmak için yılda 6 kez İtalyanca, İngilizce ve Almanca olarak yayınlanacaktır (Slow Food, 2015).
- Carlo Petrini’nde katıldığı 13 ülkeden 350 temsilciyle Arnavutluk Tiran’da Terra Madre Balkanlar toplantısı **2016** yılında gerçekleştirilmiştir.
- Uluslararası Slow Food Kongresi Çin’de **2017** yılında gerçekleştirildi.

2.5. Slow Food Hareketi’nin Felsefesi

Slow Food Hareketi’nin sembolü salyangozdur. Slow Food’un adı ile özdeşleşmiş olan salyangozu seçme sebepleri “hayat içinde sürekli beslenerek, ağır ağır ilerleyen, geçtiği yerde iz bırakan salyangoz, bir anlamda insanoğlunun yaşam yolculuğunu temsil ettiği için” seçilmiştir.



Şekil 2: Slow Food Hareketi'nin Sembolü

Kaynak: Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi nedir? <https://www.eskitadinda.com/slow-food-hareketi-287-c>, Son Erişim Tarihi: 14.12.2019.

Salyangoz'a has en bilinen özellik, yavaş hareket etmesidir. Diğer bir özelliği ise salyangozun evini üzerinde taşımasıdır. (Nerede salyangoz varsa evi de oradadır) Besinleri yavaş tüketmesi de bu hareketin en iyi sembolü olmuştur. Salyangoz, patikası boyunca yol alabilmek için çok zaman harcar, acele etmez ve evini kolayca her yere götürür. Slow Food bu düşünsel yapıyı genişleterek; yavaşlığı uygarlık yerine doğanın tercih edilmesi olarak tanımlar. Salyangoz, insanlığın bugün için ulaştığı doğa bilgisinin değerini, akıl ve ağırbaşlılığı temsil ettiği için önemlidir (Slow Food, 2015; Paksoy ve Özdemir, 2014: 1517).

2.6. Slow Food Manifestosu

Slow Food manifestosu, "kurucu üye Folco Portinari tarafından kaleme alınmıştır. 10 Aralık 1989 tarihinde 15 ülke delegesi tarafından Paris'teki Opera Comique'de imzalanmıştır. Bu tarih aynı zamanda Uluslararası Slow Food Hareketi'nin resmen başladığı tarihtir. İmzalayan ülkeler; Arjantin, Avusturya, Brezilya, Danimarka, Fransa, Almanya, Macaristan, İtalya, Hollanda, Japonya, İsveç, İsviçre, ABD ve Venezuela'dır" (Slow Food, 2015).

Slow Food manifestosu şu maddeleri içermektedir:

“Endüstriyel uygarlaşmayla başlayıp gelişen yüzyılımız, önce makineyi icat etti sonra da onu kendine yaşam modeli olarak seçti” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Hayatın koşuşturma telaşı bizi köleleştirdi, sinsî bir virüse yenik düştü: bu telaş alışkanlıklarımızla aramıza giriyor, evimize, özelimize yayılıyor ve bizi hızlı yemek yemeye zorluyor” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Bu telaşın, türünün neslini tüketme tehlikesine karşı ve insan olmanın hakkını vermek adına, Homo Sapiens kendini kurtarmalıdır” (Petrini ve Padovani, 2011). “Hızlı hayatın evrensel çılgınlığına karşı direnmenin tek yolu sakin ve inatçı bir üslupla bedensel keyif unsurlarımızı sıkı sıkıya savunmaktır” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Uygun dozlarda, duysal hazları ve uzun soluklu keyifleri güvenceye almak; durmadan çalışmayı verimlilik zannetme çılgınlığına kapılmış kalabalığın hastalığını kapmaktan korur” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Bizim bu düzene karşı koyuşumuz, "yavaş yemek'le" sofrada başlamalı. Bölgesel yemeklerimizin lezzetlerini, kokularını yeniden keşfedelim ve "hızlı yemek'in" ezici etkisini kendimizden uzak tutalım” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Hızlı yaşam, üretkenlik adına, var olmamızın geleneklerini değiştirdi ve çevremizi, ufkumuzu tehdit etmekte. Bu duruma tek çözüm "Yavaş Yemek"tir” (Petrini ve Padovani, 2011).

“Gerçek kültür; lezzeti yok saymak yerine onu geliştirmektir. Bunun da yolu, uluslararası deneyim, bilgi ve proje değiş tokuşundan daha iyi ne olabilir?” (Petrini ve Padovani, 2011).

"Yavaş yemek" daha iyi bir geleceği emniyete alır". "Yavaş yemek", küçük salyangoz simgesiyle, "yavaş" kımlıtya devinim getirecek nitelikli desteğe ihtiyaç duyan uluslararası bir harekettir ” (Petrini ve Padovani, 2011).

2.7. Slow Food Hareketi'nin İlkeleri

Slow Food Hareketi, tüm insanların erişebileceği ve tat alabileceği kendileri için, yetiştirilenler için ve gezegenimiz için elde edilen deneyimlere dayalı bir kalite kavramı ortaya çıkarmaktadır. Bu kalite kavramı 3 boyutu içermektedir. Bu kavramlar yiyeceğin iyi, temiz ve adil boyutlarını içermektedir.

2.7.1. İyi Gıda

Yerel kültürün bir parçası olan ve duyuları tatmin eden yiyeceğin gerçek bir tat, aroma, lezzet, hoş ve temiz bir görünüme sahip olması vevaz vermesi boyutunu içermektedir. Gıdanın bu nitel özelliğinin keşfedilmesi; duyularımız uyarıldığında, farklı ürünleri karşılaştırdığımızda, daha doyurucu ve tatmin edici olanı seçtiğimizde farkına varılmaktadır (Yurtseven vd., 2010: 18).

2.7.2. Temiz Gıda

Ekolojik sisteme zarar vermeyen üretim-tüketim yöntem ve tekniklerinin kullanılması, biyoçeşitliliğe zarar vermemesi, saygı duyulması ve yiyeceğin insan sağlığı için tehlikeli olmamasını içermektedir (Yurtseven vd., 2010: 18). Ürünün sürdürülebilirlik boyutunu kapsamaktadır.

2.7.3. Adil Gıda

“Çalışanların emeğini sövmeyen üretim yöntemlerinin kullanılması, kaliteli ürünlerin hak ettiği değeri görmesi, gıda üreticilerinin emeklerinin sömürülmemesi, hem üreticiler hem de tüketiciler için eşit fiyat uygulamalarının sağlanması anlamına gelmektedir” (Yurtseven vd., 2010: 18). Ürünün sosyal sürdürülebilirlik boyutudur.

2.8. Slow Food Hareketi'nin Misyonu

Slow Food, insanların kaliteli, iyi yiyeceklerden lezzet ve haz almanın temel bir insanlık hakkı olduğunu ve bu zevki mümkün kılan yeme-içmeye ilişkin geleneklerin ve kültürel mirasın korunması bilinci ve sorumluluğuna inanmaktadır (Paksoy ve Özdemir, 2014: 1513). Slow Food, aynı zamanda yiyecek, doğa ve kültür

arasında çok güçlü bağlar olduğunu kabul etmektedir. Slow Food'un misyonları aşağıdaki şekilde verilmiştir:

- “Doğayı ve biyoçeşitliliği korumak” (Slow Food, 2015)
- “Hayatın ritmiyle uyumlu olmak” (Slow Food, 2015)
- “Kültürel mirası korumak” (Slow Food, 2015)
- “Geleneksel bilgiyi yüceltmek” (Slow Food, 2015a)
- “Yerel üreticiye destek olmak” (Slow Food, 2015)
- “Yiyeceği tanımak ve nasıl üretildiğini bilmek” (Slow Food, 2015)
- “Çiftçi, işçi ve köylünün ürettiği eşsiz ürünlere ulaşmaya çalışmak” (Slow Food, 2015)
- “Lezzet eğitimleri vermek ve bu eğitimleri yaygınlaştırmak” (Slow Food, 2015)
- “Sofraları bir şenliğe dönüştürmek” (Slow Food, 2015).

2.9. Slow Food Hareketi'nin Organizasyon Yapısı

Slow Food, üye destekli, kar amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluştur. Tüm gelirler,(üyelik aidatları, bağışlar, proje ve etkinlik destekleri) uluslararası tüzükte belirtildiği gibi derneğin faaliyetlerini belirleyen hedefleri gerçekleştirmek için kullanılır.

2.9.1. Konvivyum

Yavaş Yemek Hareketi'nin temelini konvivyumlar oluşturur. Konvivyum, yerel ürünleri ve gelenekleri teşvik etmek, basit genel açıcılık üzerine yemek yapma ve yemek yeme toplantıları düzenlemek, Slow Food Hareketi'ni yaymak ve eğlenmek amaçlarıyla düzenli buluşan, hareketin felsefe ve amaçlarını anlatan, yavaş yemek hareketinin (Slow Food Movement) üye gruplarıdır (Jones vd., 2003).

Günümüzde dünyanın dört bir yanındaki 1500'den fazla konvivyum, Slow Food'un belkemiğini oluşturmakta ve her yıl ortalama 6000 etkinlik

gerçekleştirmektedir. Dernek başkanından en alt grup üyesine kadar hepsi gönüllük ilkesiyle çalışmaktadır.

2.9.2. Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı

Slow Food Hareketi tarafından 2003 yılında kurulan bu vakıf, üreticilere ürün kalitesini artırma yolunda destek vererek biyoçeşitliliği korumaya katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı, dünya mirasını korumaya yönelik olarak; geleneksel yiyecek üretimini, tahıl üretimini ve hayvansal üretimi korumaya yönelik projeleri desteklemektedir (Slow Food Birlikleri, 2019).

2.9.3. Terra Madre Vakfı

Slow Food Hareketi tarafından 2004 yılında başlatılan ve dünya genelindeki yiyecek üretici topluluklarını bir araya getirmektedir. Terra Madre ağı gıda üretimine olan yaklaşımları çevreyi ve dünyayı koruyan küçük ölçekli çiftçilere, balıkçılara, hayvan yetiştiricilerine, akademisyenlere, aşçılara ve yiyecek üreten esnafına görünürlük kazandırmayı hedefler. Terra Madre Ağı 2 yılda bir Torino’da düzenlenen küresel bir toplantıyla buluşmaktadırlar. 2000 küçük ölçekli gıda üretimi yapan toplulukları, üreticileri, aşçıları, akademisyenleri bir araya getirip aralarında bilgi alışverişi sağlamak ve bu alışverişi sürekli hale getirmektir (Slow Food ve Terra Madre, 2012).

2.9.4. Slow Food Gastronomi Bilimleri Üniversitesi

Slow Food, 2004 yılında dünyanın ilk Gastronomi Üniversitesi olan, gıda bilimi ve kültürü üzerine akademik programlar sunan Gastronomi Bilimleri Üniversitesi’ni (UNISG) kurmuştur. UNISG; Slow Food’un, akademi ile bilim dünyasının yenilik ve araştırmalarını, çiftçilerin ve gıda üreticilerinin geleneksel bilgisiyle buluşturduğu örneklerden biridir (Slow Food, 2016; Sağır, 2017). Bu harekete göre her ülkenin ve o ülkedeki farklı yörelerin yiyecek kültürü yok edilmemelidir. Bu yüzden Gastronomi Bilimleri Üniversitesi’nde yerel lezzetlerin eğitimi verilmekte, İtalyan mutfağının yiyecek mirasını elde etmiş; tarihini özümsemiş gastronomlar yetiştirilmektedir (Yurtseven vd., 2010: 22).

2.9.5. Slow Food Gençlik Ağı

Slow Food Hareketi'nin ilkelerine (iyi temiz, adil) inanan gençlerin oluşturduğu uluslararası bir ağıdır. Slow Food Gençlik Ağı'nın yiyeceğin sürdürülebilir satın alımı ve tüketimi için bilinçli tercihler yapabilmeleri adına gençler ve tüketiciler arasında farkındalık yaratır, onları destekler ve gıda israfını azaltmayı amaçlar. Slow Food Gençlik Ağı, gençlerin gıda bağlantılı konulara katılımını sağlamak için gıda israfına dikkat çeken Schnippeldisko/Disco Soup gibi çeşitli etkinlikler düzenlemektedir (Slow Food, 2015).

2.10. Türkiye'de Slow Food Hareketi

Türkiye'nin Slow Food Birlikleri, buldukları coğrafyanın eşsiz tarım ve mutfak kültürlerinden yola çıkarak, Slow Food Hareketi'nin ve yavaş gıda kültürünün yaygınlaşması için çalışmaktadır.

- Slow Food **Yaveş Gari Bodrum** Birliği, Muğla'da **1997** yılında kurulmuştur. İnciri, susamı, balı, memecik zeytini, tıbbi aromatik bitkileri, narenciyesi, su ürünleri, küçükbaş hayvancılığı, zengin Yörük kültürü ve eşsiz koylarıyla tanınan Muğla İlinde ağırlıklı olarak Milas, Bodrum ve Köyceğiz de çalışan birliğimiz Bodrum Gemici Peksimetini, Gambilya Baklasını, Lokum Pilavını, Köyceğiz Kefal Havyarını ve Milas Isırganlı Eriştesini Nuh'un Ambar (Ark of Taste) listesine kayıt ettirmiştir.
- Slow Food **Ankara** grubu **2000** yılından beri Slow Food Hareketi'nin üyesidir. Aylin Öney Tan tarafından **2007** yılında Carlo Petrini'nin Türkiye'yi ziyareti sonrasında Ankara'da resmen kurulmuştur. Ankara'nın başkent olmasından dolayı, en başından beri Anadolu'yu kapsayıcı olması amaçlanmış ve farklı kentlerden üyelerin katılımıyla bölgeler arası iletişim kuran, bilgiyi paylaşan ve dayanışma içerisinde olan, kent ve kırsal arasında köprü kuran bir Anadolu ağı oluşturmuştur.
- Slow Food **Kars** Topluluğu olarak **2002** yılında kurulmuştur. Kuzeydoğu Anadolu ve Güney Kafkaslar arasında çok zengin doğal-kültürel çeşitliliğe sahip bir coğrafyadan beslenmektedir.

- Slow Food **Gaziantep, 2006** yılında Slow Food Hareketi'ne katılmıştır. Kireçli ve kıraç topraklarda yetişen fıstık ve zeytin ağaçlarının, asırlarca bir arada bulunduğu ve zengin yemek kültürlerine ev sahipliği yapan Mezopotamya Bölgesindeki diğer mutfak kültürlerinden etkilenmiştir. İpek Yolu üzerinde bulunması; şehrin önce ticaretine, sonra da sanayisine katkıda bulunmuştur. Doğu Akdeniz'e yakınlığı ve Orta Doğu'da stratejik öneme sahip konumu, kültürel mirasına, el sanatlarına, yöresel ürünlere ve yemek kültürüne yansımıştır. Gaziantep 2015 yılında, UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmıştır.
- Slow Food **İzmir Bardacık 2007** yılında Uluslararası Başkan Carlo Petrini'nin İzmir ziyareti sırasında kurulmuştur. Bir şehir birliği olarak, kurulduğu günden beri “ iyi, temiz, adil ” felsefesine uygun hizmet projeleri üretmektedir.
- **Yağmur Böreği, 2007** yılında kurulmuş İstanbul merkez (Beşiktaş) menşeli, 2007 yılında kurulan beş birlikten biri olarak kurulmuştur. Gün geçtikçe hızla tükenen ve yozlaşan geleneksel değerlerimizin korunması, gelecek kuşakların bilinçlenmesi adını çalışmaktadırlar. “Tohumdan sofraya” da eğitim projelerinin en önemlilerinden biridir.
- Slow Food **Fikir Sahibi Damaklar İstanbul'da 2009** yılında kurularak Slow Food Hareketi'ne dahil olmuştur. Tüketici olarak kabul edilen bireylerin üreticiyle daha doğrudan ilişkiler kurup, üretimin destekçisi birer tüketiciye dönüşebileceğine inanan gönüllülerden oluşmaktadır.
- Slow Food **Teos İzmir İline bağlı 2009** yılında kurulmuş olup, Türkiye'nin Cittaslow ünvanı kenti olan Seferihisar'da kurulmuştur. Adını, 1080'li yıllarda Akalı Komutan Athamas tarafından kurulan ve 12 İon kentinden biri olan Teos Antik Kentinden almıştır. Teos, yüzlerce yılın eskitemediği tarihi kalıntılara ve günümüze kadar gelen Anıt zeytin ağaçların ev sahipliği yapmaktadır. Bölge; bitki örtüsü ve canlı çeşitliliği ile göz kamaştırıcı varlıklara sahiptir. Beslenme kültürü, bereketli toprakların cömertçe sunduğu çeşitler ile kendini bulmuş ve yüzlerce yıldan taşınarak bugüne gelmiştir.
- Slow Food **Yenipazar Aydın'da 2010** yılında kurulmuştur. Yenipazar ve köyleri asırlık zeytin ve incir ağaçlarının, ata tohumunda yetiştirilmeye

devam eden sebze ve meyvelerin bir arada bulunduğu üretim alanlarından biridir. Ege Bölgesi için özel olan Memecik Zeytin'i Yenipazar ve köylerin tamamında yetiştirilmektedir. Yenipazar sadece yerel üretim alanlarına ev sahipliği yapmakla kalmaz, aynı zamanda özellikle pidesi ve yerel yemekleriyle ünlü ve ayrıcalıklı bir gastronomi alanıdır.

- Slow Food **Balkon Bahçeleri** İstanbul'da **2011** yılında Slow Food Hareketi'ne üye olmuştur. Balkon Bahçeleri, şehirde yaşayan insanların toprakla bağlantısını yeniden kurmasına yardımcı olmaktadır. Balkonlarda, teraslarda yetiştirilen aromatik ve yenilebilir bitkiler yoluyla, sofralara katkı yaparken aynı zamanda tükettiğimiz gıdaların nereden geldiğini hatırlatır. Geleneksel tohumu ve gıdayı korur, gelenekleri yaşatmak için çalışmaktadır.
- Slow Food **Keçi Karaburun**, **2012** yılında İzmir'e bağlı olarak kurulmuştur. Karaburun Yarımadası, Türkiye'nin en batısında yer alan bölgelerden biri olan Urla Yarımadası'nın kuzeyinde yer almaktadır. Midilli ve Sakız Adaları ile komşu olması tarih boyunca sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri etkilemiştir. 1947'ye kadar karayolunun olmaması da doğanın ve geleneklerin göreceli olarak korunmasına neden olmuştur. Karasal ve denizsel biyoçeşitlilik açısından çok zengin bir yapıya sahip olan yarımada, son yıllarda karada rüzgar enerji santralleri ve endüstriyel zeytincilik, denizde ise balık çiftlikleri nedeniyle tehlike altındadır. Geleneksel olarak üretilen yöreye özgü ürünlerin yok olmaması önemlidir.
- Slow Food **Trakya** Birliği Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerini kapsayan Türkiye Trakyası'nda **2013** yılında kurulmuştur. Bölge Istranca dağları, Ganos dağları, Gala gölü ve Longoz ormanlarının varlığı ile önemli bir flora ve faunaya sahiptir. Ergene Havzası tarım faaliyetlerinin odak noktasıdır. Şarkköy sahil şeridi mikro-klimal iklim özelliğine ve buna bağlı tarımsal ürün çeşitliliğine sahiptir. Trakya Mutfağı'nı oluşturan ve çeşitlendiren unsurların başında kültürel kimlikler gelmektedir. Bunları; Türkmen Amuca Kabilesi, Gacallar, Balkan coğrafyasının farklı noktalarından gelen muhacirler, Arnavutlar, Boşnaklar, Tatarlar ve Pomaklar oluşturmaktadır.
- Slow Food **Şile Palamut** İstanbul'un 57 adet köyüne sahip Şile ilçesinde **2014** yılında kurulmuştur. Şile İstanbul, şehir merkezine altmış kilometre

mesafe de yüzde sekseni orman arazisi, su havzası, temiz tarım alanlarına sahip Karadeniz'e kıyısı olan kırsal ağırlıklı bir turizm ilçesidir. Manav, Ahıska Türkü, Gürcü, Boşnak gibi farklı kültürlerin yer aldığı Şile, İstanbul'un en yoğun kırsal hayatın yaşadığı bir bölgedir.

- Slow Food **Antalya** grubu **2014** yılından beri Slow Food Hareketi'nin üyesidir. Antalya köklü tarihi, şehire ve çevre köylere yerleşen göçmen nüfusu sebebiyle geniş bir gastronomik zenginliğe, ılıman iklimi ve tepelere çıktıkça ulaşılan serin ve kuru yayla havası ile, birçok farklı ürünün en iyi kalitede yetiştirilmesine imkan veren bir konuma sahiptir. Antalya' da başlıca yetiştirilen yiyecekler arasında en büyük pay, narenciye çeşitlerindedir. Muz, domates, avakoda ve pıkan cevizi de, yine Antalya da yetişen en önemli gıdaları oluşturmaktadır. Yalnızca meyve-seze değil 1100 rakım seviyesindeki Elmalı da bulunan bağlarda yetişen üzümler; ödüllere doymayan, her biri birbirinden lezzetli ve özel şaraplara dönüşmektedir. Bu üzümlerin içerisinde nesli yok olmak üzere olan üzüm çeşitleri de bulunmaktadır ve bu çeşitlerin yeniden yetiştirilerek su yüzüne çıkmaları sağlanmaktadır. Türkiye'deki toplam endemik bitki çeşitlerinin yedi yüz, sekiz yüz çeşit kadarı Antalya'da yetişmekte iken, iki yüz elli ayrı bitki çeşidi ise yalnızca Antalya'da endemiktir. İklimi, bitki örtüsü, dağları ve toprak yapısı sebebiyle endemik bitki çeşitliliği anlamında önemli bir değere sahip olan Antalya, bu özelliği ile birçok yabancı ülkenin dikkatini çekmektedir. Antalya'nın sahip olduğu tüm bu özellikleri nedeniyle Slow Food Hareketi'ne katılmıştır.
- Slow Food **Halfeti, 2014** yılında Şanlıurfa Halfeti'de Slow Food Hareketi'ne katılmıştır. Halfeti, Yukarı Mezopotamya'nın Rum Kale ve Zeugma arasındaki en önemli merkezlerinden biri olması dolayısıyla çok zengin bir mutfığa sahiptir. Fırat Nehri kıyısı boyunca etkili olan Akdeniz iklimi, coğrafyanın güneşi ve sıcaklığı ile buluşunca; tüm meyveleri, otlara, baharatlara ayrı bir aroma katmaktadır. Türkiye'nin en önemli fıstık bahçeleri de bu bölgede bulunmaktadır.
- Slow Food **Mahal, 2015** yılında İzmir Kızıldağ'da kurulmuştur. Kızıldağ ve yöresi, çalılıkların, doğal ormanların, üzüm bağlarının, asırlık zeytin ağacı

meralarının bir arada bulunduğu Akdeniz'in en özgün kadim üretim havzalarından biridir. Türkiye'deki birkaç Slow Food Presidium ürününden biri olan Ege kadim üretim havzasına özgü yerel sızma zeytinyağının üretildiği Erkence zeytini meraları da bu bölgede bulunmaktadır. Bölgedeki eşsiz üretim havzaları sadece yerel tarım faaliyetlerine değil pek çok hayvan ve bitki türüne de ev sahipliği yapmaktadır. Bu anlamıyla bölge, zengin ve kendine özgü gastronomi kültürüne sahiptir.

- Slow Food **İstanbul İmalathane** Sarıyer'de, İstinye Pınar Mahallesi'nde 28 kişi tarafından **2019** yılında kurulmuştur. Kurucuları; aşçılar, pastacılar, gıda ve kimya mühendisleri, dut araştırmacıları, mimarlar, öğretmenler, öğretim görevlileri, sanatçılar, gazeteciler, finansçılar, danışmanlar, avukatlar olarak Ocak 2019'da faaliyetlerine başlamışlardır. İstanbul, beş bin dört yüz altmış bir kilometrekare yüzölçümü on beş bin yedi nüfusu olan, Asya ve Avrupa kıtalarında toprağı bulunan sınırları içinde deniz, göl, nehir, orman, tarıma ve hayvancılığa elverişli toprakları olan, Boğazında çeşitli balıkların yaşadığı, ormanlarında çeşitli mantarların yetiştiği, balların üretildiği inanılmaz bir metropoldür. İstanbul'un zenginliği sadece biyoçeşitliliği ve büyüklüğünden değil yüzyıllar boyu üzerinde yaşayan farklı kültürler ve halklardan oluşmaktadır.
- Slow Food **Tarsus**, Mersin'de **2019** yılında kurulmuştur. Bir grup gönüllü, bir araya gelip Tarsus gıda mirası üzerine araştırma kararı aldılar. Bu çalışmalardan bazıları Hacı Bayram'ı Veli Üniversitesi ve Mersin Üniversitesi ile saha anket çalışmaları, rapor haline getirildi. 152 çeşit yöreye ait yemek ve ürün tespit edilmiştir, kayıt altına alınıp, bundan birde Doç. Dr. Ece Konaklıoğlu ve Okutman Kemal Enes ve Yemek kitabın yazarı Yasmina Şelfun Lokmanoğlu Hacı Bayram'ı Veli Üniveritesi'ne tez verilmiştir (Slow Food Türkiye Birlikleri)

Ayrıca Dünya'nın en büyük gıda hareketi Slow Food (Yavaş Gıda) önderliğinde iki yılda bir İtalya'nın Torino kentinde gerçekleşen "Terra Madre" gastronomi fuarı 2021'de İzmir'de düzenlenecektir. Terra Madre Anadolu, Türkiye'deki tüm "Slow Food" gruplarının İzmir Büyükşehir Belediyesi ortaklığıyla hayata geçirilecektir. Fuar da ise Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinden gelen

gastronomik ürünler buluşacaktır. Fuar kapsamında üreticiler de bir araya gelerek sorunlarını konuşma fırsatı bulabilecektir. Sağlıklı gıdaya erişim ve tarım konusunda çok sayıda panel ve çalıştay yapılacaktır. İzmir’de gerçekleşecek Terra Madre Anadolu’ya Türkiye ve Akdeniz’den yüzlerce yerel üretici ve binlerce ziyaretçiye ev sahipliği yapması beklenmektedir (Slow Food Birlikleri, 2019).

Konvivyum (Convivium)	Şehir
Yağmur Böreği, Fikir Sahibi Damaklar, İstanbul İmalathane, Balkon Bahçeleri, Şile Palamut	İstanbul
Keçi Karaburun, Teos, Mahal, Bardacık	İzmir
Tarsus	Mersin
Halfeti	Şanlıurfa
Trakya	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ
Yaveş Gari Bodrum	Muğla
Kars	Kars
Ankara	Ankara
Gaziantep	Gaziantep
Yenipazar	Aydın
Antalya	Antalya

Şekil 3. Türkiye’de Slow Food Yerel Birlikleri

Kaynak: Literatür çalışmalarından derlenerek oluşturulmuştur.

3. ARAŞTIRMA DİZAYNI VE YÖNTEM

Bu bölümde bu yüksek lisans tezinin yöntem olarak Etnografya'yı seçtiğinden bu nedenle temel olarak yorumsamacı ve eleştirel teori paradigmasını temel alan nitel araştırma tekniğinden bahsedilmektedir. Etnografya çerçevesinde gerçekleştirilen çalışmaların standart bir yöntem dizisi kullanması gerekmeseydi de nitel araştırmanın özelliklerini yansıtmaktadır. Bu özellikler nitel araştırma yöntemleriyle bu bölümde incelenmektedir.

3.1. Araştırma Dizaynı

Araştırma, belirlenen soru ya da soruların sistemli bir şekilde cevaplandırılması sürecine yönelik bir girişim olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacının araştırmaya dair gayreti, bilinmeyen tanımlanması ve belirli sonuçlara ulaştırılmasıdır. Bu nedenle araştırmacı, araştırmasına yön veren soruları yanıtlayabilecek bilgileri derleyerek, sonuçlara ulaşmasını sağlamaktadır (Yıldırım, 1999: 7).

Araştırmacı, araştırmasını yaparken nicel ve nitel yöntemler olmak üzere iki yöntemden ya birini ya da karma olarak ikisini kullanabilir. Fen Bilimlerinde ve Sosyal Bilimlerde karşılaşılan araştırma yöntemi nicel araştırma yöntemi olmuştur. Bu tez çalışmasında ise Ege Bölgesi'nin, İzmir'in Çeşme ilçesine bağlı Germiyan köyünde alan çalışması yapılarak, nitel araştırma yöntemlerinden elde edilen verilerle şekillenmiştir.

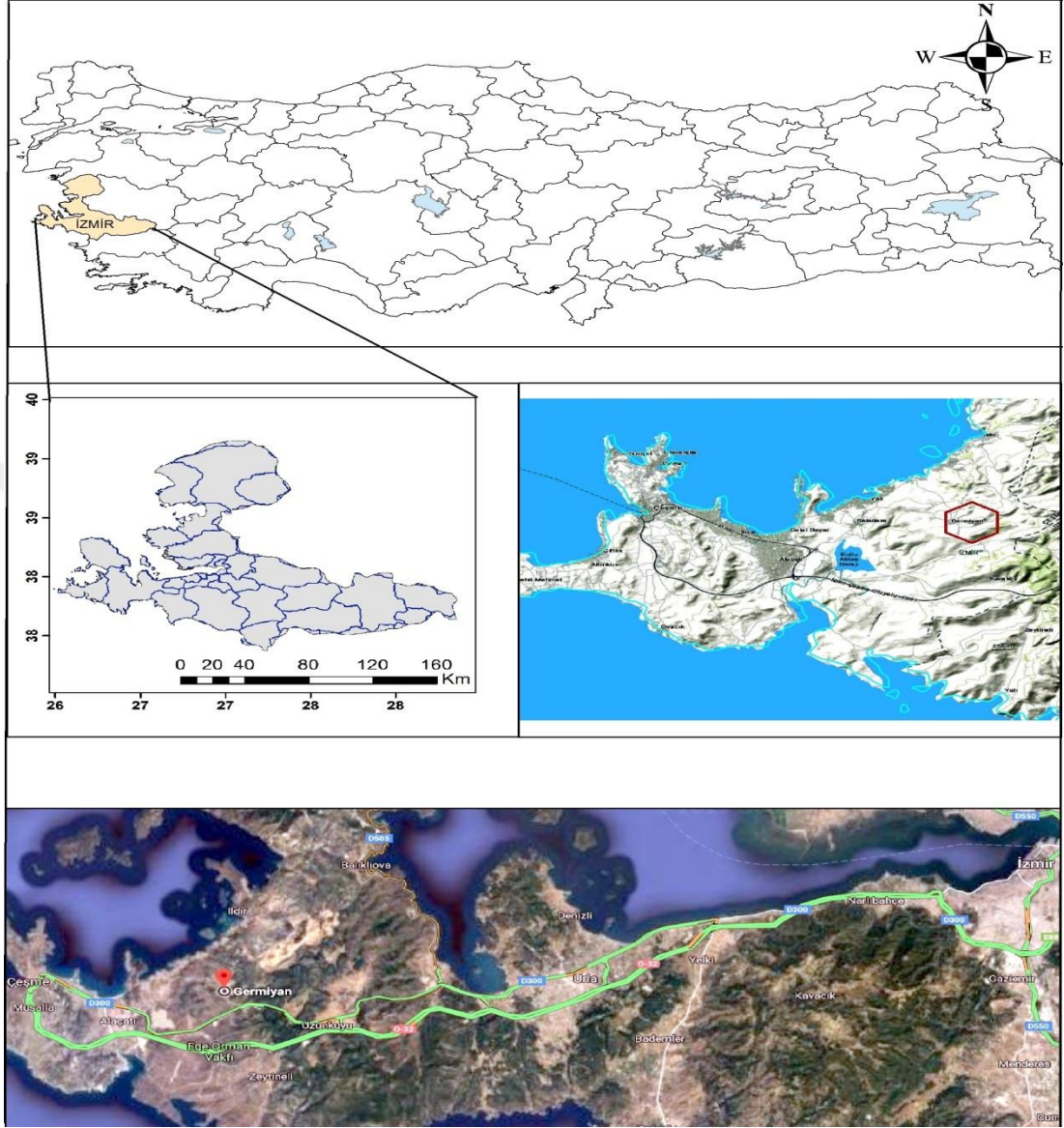
Nitel araştırma, araştırılan konuya birden fazla metod ile odaklanılarak, yorumlama ve yaklaşım esas alınarak gerçekleştirilen araştırmadır. Araştırmacı da araştırmanın kendi ortamı ve doğal bağlamı içinde çalışarak, araştırdığı olaya katılan kişilerin anlamlandırdığı şekliyle yorumlayıp aktarması beklenmektedir. Nitel araştırma da temel olarak, "ne", "niçin" ve nasıl sorularının yanıtlanması sağlanarak, araştırılan konunun derinlemesine incelenmesini sağlamaktadır (Stake vd., 1998).

Alan çalışmaya başlamadan önce alan çalışmasının nasıl betimlendiğini açıklamak doğru olacaktır. Goldblatt, insanların sosyal dünyalarında fenomenlere bağladıkları anlamları anlama konusunda nitel araştırmayı endişeli, doğal ve açıklayıcı bir yaklaşım olarak açıklamaktadırlar (Goldblatt, 2013: 78-89).

Antropolog Barbara Myerhoff (1979) ise “başkalarının öykülerini iyi dinlemeyi öğrenmek ve açıklamaları yorumlayıp yeniden anlatmak nitel araştırmanın birçok türünün ayrılmaz parçasıdır” (Myerhoff, 1979’dan aktaran Sart, 2018: 1) şeklinde tanımlamaktadır. Disiplinler arası bir zemine dayanan bu araştırma nitel araştırma teknikleriyle yürütülmüştür. Veri toplama tekniği olarak, 2016’da Türkiye’nin Slow Food köyü olmaya aday olan Germiyan köyünde yaşayan yerel halk ile yüz yüze derinlemesine görüşmeler yapılarak ve bu görüşmelere ek olarak çalışmayı desteklemek ve zenginleştirmek için gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır. Görüşme tekniği Bailey’in de söylediği gibi güçlü özellikleri yansıtmak için bireye esneklik, cevap verirken rahatlık, sözel olmayan eylemlerle ifade etme, soruların serbest sırası, anında yanıt alma ve veri kaynağının birliği gibi kolaylıklar sağlamaktadır (Bailey’den aktaran, Yıldırım ve Şimşek, 2013: 151). Yarı yapılandırılmış görüşme süreci ise, görüşmecilere görüşlerini kendi ifadeleriyle ifade etme özgürlüğü vermektedir. Bu gözlem ve görüşmelerin katkılarıyla yerel halkın Slow Food Hareketi’ne yönelik analizlerin derinleştirilmesi amaçlanmaktadır. Slow Food Hareketi’nin Germiyan köyündeki yerel halkın başarısızlığı ve gelişim sürecini betimlerken, mevcut literatürden incelemeleri ön plana çıkararak kuramsal/kavramsal alt yapı oluşturmak amaçlanmaktadır. Bu kuramsal alt yapı, gözlem ve görüşmelerin analizleriyle betimsel ve yorumsamacı yaklaşım tekniğinden yararlanılarak araştırmanın bir sonraki aşaması olan bulgular bölümünde değerlendirilmektedir.

Ayrıca bu araştırma sürecinde hiyerarşi bertaraf edilmiştir. Hem araştırmacının hem görüşmecinin karşılıklı değişim ve duygu durumlarının değişimi ihtimalinin olduğu bir süreçtir. Bu özellikleriyle araştırmacı ırk, din, dil, cinsiyet gözetmeksizin sadece sorarak değil aynı zamanda kendini de tanıtarak, kendi deneyimlerini de anlatmaktan çekinmeyen; kendi duygu ve fikirlerini de araştırma sürecine dahil eden bir tutum sergilemektedir.

3.1.1. Neden Germiyan Köyü?



Harita 1: Alan Çalışmasının Yapıldığı Germiyan köyü

Kaynak: 1/1.000.000'lük Türkiye Siyasi Haritası temel alınarak hazırlanmıştır.

Germiyan köyü, adını Anadolu'da kurulan ilk Türk Beylikleri'nden olan Germiyanogulları Beyliği'nden almaktadır. Germiyan köyü, Kütahya Emet'ten 600-700 yıl önce bu bölgeye göç etmiştir. Çeşme'nin tek Türk köyü olma retoriği ise ilk Kütahya Emet'ten göç ettiklerinde Ildırı'ya geçmişler fakat tam yerleşme olmadan sıtma ve korsan korkusundan dolayı insanların bir kısmı Yıkık köye, bir kısmı Lale köye, bir kısmı da Güvercinlik köyüne ve bir kısmı da Germiyan köyüne göç

etmişlerdir. Daha sonra Lale köydekiler okul sıkıntısından dolayı Germiyan'a göç etmişlerdir. Yıkık köydekiler 100 yıl önce çok büyük bir deprem nedeniyle can kaybı olmadan Germiyan'a göç etmişlerdir. Güvercinliktekiler ise en merkezi köy Germiyan olduğu için buraya göç etmişlerdir. Germiyan köyü, Ege Bölgesi'nin İzmir İlinin, Çeşme İlçesine bağlıdır. Germiyan köyü bağlı olduğu Çeşme ilçe merkezine 20 kilometre mesafe uzaklıkta, Çeşme- İzmir karayoluna 3 km uzaklıkta, İzmir şehir merkezine yaklaşık 60 kilometre ve denize olan uzaklığı ise 4 kilometredir. Germiyan köyünün güneydoğusunda Urla'ya bağlı Nohutalan ve Uzunkuyu köyleri, güneydoğusunda Kadıovacık, Barbaros ve Ildır köyleri, güneyinde ise Karaköy bulunmaktadır. Germiyan köyü doğa güzelliği, zengin bitki ve yaban hayatının yanında, 2601 metrekare yüz ölçümüne sahiptir. Ayrıca köyde ikamet edenlerin sayısı 750 civarında ve 230 haneden oluşmaktadır. İzmir İlinin, Çeşme ilçesine bağlı Germiyan köyünde yaşayanlar bu araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu kapsamın belirlenmesinde 5 farklı etken rol oynamıştır. Bunlardan ilki, 2016 yılında Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın Slow Food Hareketi'ne önce bireysel daha sonra Slow Food köyü olması için adaylık sürecini başlatması; ikincisi, Germiyan köyünde özellikle son 10 yıldır turistik faaliyetlerin son derece artması; köyde bulunan kafelerin sayısı artmış ve yiyecek turizmine yönelik geleneksel, doğal ve yerel yiyeceklerin satışının yapılması; üçüncü olarak, köyde yaşayanların bilinçli, okuryazar oranının yüksek olması ve bu köyün Çeşme'deki ilk ve tek Türk köyü olması, dördüncüsü burada kadın erkek eşitliğinin olması hatta kadınların karar alma noktasında daha baskın olması; kadınların da erkekler gibi kahvehaneye gitmeleri, her konuda fikirlerinin önemsenmesi ve son olarak Nuran Erden'in çizimleri ve duvar boyamaları sayesinde köyün adını tüm dünyaya duyurmaya çalışması gibi önemli bir saha olmasından kaynaklanmaktadır. Vaka inceleme alanının Yunanistan'a yakın olması ve diğer köylerin göçmen köyü olması bu bölgenin diğer köylere göre farklı olmasını sağlamaktadır.

3.1.2. Kişisel Deneyimler ve Araştırmaya Yansımaları

Germiyan köyünde işletme sahibi olan, evinde bölgeye özgü olan yiyecekleri üreten ve tüketen, evinin önünde tezgah açıp tarlasında ürettiği ürünleri satan, kafelerde çalışan veya kendi kafesini işleten, Slow Food Hareketi'ne üye olan yerel

halkın turizm faaliyetlerine olan katkılarını gözlemleyebilmek ve ölçebilmek adına amaçlı sorular yönlendirilmiştir. Veri oluşturmak ve analiz etmek amacıyla yorumsamacılık kuram geleneğine bağlı kalınarak araştırmacının duygu ve düşünce dünyasını anlayıp, duyarlılıklarına karşı özverili davranılmıştır. Bununla beraber etnografi kuram öncelikleri göz önünde tutulmuştur. Aynı kültürü paylaşan yerel halk arasındaki davranış, dil ve etkileşimin anlamları incelenmiştir. Creswell (2013) etnografi kuramının karakteristik özelliklerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Aynı kültürü paylaşan bir grubun kültürünün, karmaşık ve eksiksiz bir betimlemesini geliştirmeye odaklanılmalıdır. Araştırmacı, toplumsal örgütlenme modellerini ve düşünsel sistemlerini araştırmalıdır. Aynı kültürü paylaşan grubun uzun bir süre boyunca ve etkileşim içinde kalmaları gerekmektedir. Araştırmacının dikkatini odaklama da önemli bir rol oynayan aynı kültürü paylaşan gruptaki bireylerin nasıl davrandıklarını ve konuştuklarını incelemek adına geniş bir açıklama yapılmalıdır. Kuramı kullanırken geniş bir alan çalışması yapmayı, öncelikli olarak mülakatlar yoluyla veri toplamayı, gözlemleri, sembolleri ve çok çeşitli veri kaynaklarını kullanmayı kapsamalıdır. Verilerin analizinde araştırmacı, katılımcıların görüşüne dayanarak kelime kelimesi aktarıp, kültürel yorum geliştirerek, veriyi sentezlemelidir” (Creswell, 2013).

Aynı kültürü paylaşan bir grubun içinde yaklaşık 4 ay onlarla birebir yaşamak bana önemli katkılar sağladığı için bu araştırmayı etnografik bakış açısıyla inceledim. Bir araştırmacı olarak bu saha da aynı kültürü paylaşan yerel halkın gündelik yaşamlarını gözlemlemenin, onlarla yaşamının ve Slow Food köyü başvurusunda bulunmadan önce bile yerel halkın bu tarz yaşamayı yaşam biçimi haline getirmiş kişiler ile mülakat yöntemini kullanmamın veri toplama konusunda faydalı olacağını farkındaydım. Nuran Erden gibi bir kadını pilot çalışma yapmaya gittiğimde tanıdığım olmam çok büyük avantajlar sağladı. Alan da hiçbir konuda sıkıntı yaşamadım çünkü hem benim sıcakkanlı oluşum hem yerel halkın sıcakkanlı olması, yıllardır onları tanıyormuşçasına benimle her türlü bilgiyi her türlü ihtiyacımı karşılamaları beni onure etti. Araştırmayı yapan bir kadın olarak orada bulunmam yerel halkla yaptığım görüşmeler de onları daha iyi anlamamı ve daha kolay iletişime geçmemi sağladı. Ayrıca bu araştırmayı yaparken Ege’li olmam, insanları sevmem

ve doğru bir iletişim kurabilmem çok büyük fırsatlar sağladı. Adıyaman Üniversitesi'nde Yiyecek İçecek İşletmeciliği bölümünü bitirmem, lisans derslerimde aktif bulunmam, her yaz otellerin mutfak bölümlerinde (Vip Mutfak, Çin Mutfağı, İtalyan mutfağı ve Ana Mutfakta Soğuk Bölümü) çalışıp, deneyim kazanmam yiyecek turizmi konusunu çalışmam da katkısı oldu. Ayrıca aldığım eğitimler, okuduğum kitaplar (kişisel gelişim, Slow Food Hareketi ve yiyecek turizmi) alan araştırması süresince yaptığım gözlem ve mülakatlarda faydalı olmuştur. Bu araştırmayı yaparken yemeğe özel ilgimin olması çocukluğumdan beri hayatta hep bir şeye olan merakım beni bu araştırmayı yapmama daha fazla teşvik etti. Öte taraftan çocukluğumun bir kısmının Kütahya İlinin Şaphane İlçesine bağlı Karamanca Kasabası'nda yeşilin ve doğanın içinde; yeşile, ovaya, ağaca ve anneannemden öğrendiğim tarımla alakalı bilgiler; ekip, yetiştirmeye, üretmeye karşı olan özel bir ilgiyle yaklaşmamı sağlamıştır. Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın 2016 yılında önce bireysel üye olması daha sonra yerel halktan önde gelen kişilerin ve İzmir Slow Food kurucusu Nedim Atilla'nın Germiyan köyünün Slow Food köyü olması için adaylık sürecini başlatmasından dolayı Germiyan köyü araştırma saham olarak seçilmiştir.

3.2.Yöntem

Bu araştırma kapsamında etnografik teoriyi kapsayan yorumsamacılık kuramına dayalı nitel araştırma modelinden yararlanılmıştır. Bu tez araştırması bu anlamda Etnografya, Nitel Araştırma, Yorumsamacı Kuram çerçevesinde şekillenecektir.

Araştırma yöntemleri arasında nitel araştırma ve nicel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanılıp kullanılmadığı araştırmacılar tarafından merak edilen bir durumdur. Temelde yöntembilim ve yöntem üzerine farklılıkları olan bu iki araştırma yönteminin farklılıklarını anlamak için yöntembilim ve yöntem kavramlarını tanımlamak gerekir. Konu ile ilgili Schwandt (2007: 191-193) nitel araştırma tekniklerinin yöntembilimi tanımı “araştırmanın nasıl ilerlemesi gerektiğine ilişkin bir kuramdır; araştırmada izlenecek varsayımların, kuralların ve yolların analizini içeren bakış açısıdır” açıklamasını getirmiştir. Yöntem ise araştırmacının veri oluşturmak ve analiz etmek için izleyeceği bir yol, araç ya da

tekniktir.” (Schwandt 2007’den aktaran Sart, 2018: 18). Bu araştırma da sadece nitel araştırma tekniğinden faydalanılmıştır.

3.2.1. Nitel Araştırma Yöntemi

Nitel araştırma, disiplinler arası bütüncül bir bakış açısını esas alarak, üzerinde araştırma yapılan olgu ve olayları kendi bağlamında ele alarak, insanların onlara yükledikleri anlamları ve problemleri yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemeyi benimseyen bir yöntemdir (Altunışık vd., 2010: 302).

Nitel bir araştırmada 3 tür veri toplanır.

1. Çevreyle ilgili veri; araştırmanın yapıldığı çevrenin psiko-sosyal, kültürel, demografik ve fiziksel özelliklerine ilişkindir.
2. Süreçle ilgi veri; araştırma süresince neler olup bittiği ve bu olanların araştırma grubunu nasıl etkilediğine ilişkindir.
3. Algılara ilişkin veriler, araştırma grubuna dâhil olan bireylerin süreç hakkında düşündüklerine ilişkindir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 40).

Nitel araştırma yöntemlerine bağlı kalınarak yapılan çalışmaların ne yönde geliştirilmiş olduğu, bu araştırma için sağlayabildiği veya sağlayamadığı temellerin göz önünde bulundurulması, çalışmaların eksiklikleri veya tam olduğu noktaların belirlenmesi, birbirinden farklılaşan yönlerinin veya benzerliklerinin belirlenmesi, bu çıkacak olan sonuçların avantajlarının veya dezavantajlarının belirlenmesi ile güçlü ve zayıf yönlerinin ortadan kaldırılması ile verilerin belirli bir sistematikte nesnel olarak aktarılmasıyla ilerleme kaydedilecektir (Coşkun vd., 2015).

3.2.2. Etnografya

Etnografi kuram araştırmaları ortak kültüre sahip bir grubun değerlerinin, davranışlarının, inançlarının, dilinin paylaşılan ve öğrenilen modellerini tanımladığı ve yorumladığı nitel bir araştırma desenidir (Roberts ve Boyle, 1984).

Araştırmanın hem bir süreci hem de bir sonucu olarak etnografi, gerek aynı kültürü paylaşan bir grubun incelenme şekli gerekse de bir araştırmanın yazılı ürünüdür (Agar, 1980). Bir süreç olarak etnografi, en çok katılımcı gözlem yoluyla

olmak üzere araştırmacının insanların günlük yaşamının içine girdiği, onlarla birlikte yaşadığı ve grup katılımcılarını gözlemleyip kendileriyle mülakat gerçekleştirdiği, gruplara yönelik geniş çaplı gözlemleri kapsamaktadır (Hammersley ve Atkinson, 1994).

Bu araştırma gerçekçi etnografiyi temel alan bir epistemoloji ile ilerleyerek yorumsamacı bir yaklaşımla değerlendirilecektir. Bu kapsamda bilgiye ulaşmak ve güvenilir bulgular oluşturabilmek adına, yapılan çalışmaların ne yönde gelişmiş olduğu, söz konusu araştırma için sağlayabilecekleri veya sağlayamayacakları zeminlerin göz önünde bulundurulması, dil ile ifade ettikleri fikirlerinin yanı sıra zihinsel faaliyetlerinin ya da kendilerinin nasıl davrandıkları gibi bedensel faaliyetleri de gözlemlenmiştir.

Geleneksel bir yaklaşım olan gerçekçi Etnografi Van Maanen (1988) tarafından karakterize edilmiş olan, araştırmacılar tarafından incelenen bireylere yönelik olarak benimsenen genellikle üçüncü kişinin bakış açısı ile yazılan ve alandaki katılımcılardan öğrenilen bilgiler hakkında nesnel bir Şekilde rapor vermeyi ifade etmektedir (Van Maanen, 1988'den aktaran Creswell, 2013: 93).

3.3. Örneklem

Örneklem oluştururken görüşme yapılan kişilerin Germiyan köyünde yaşıyor olmalarına dikkat edilmiştir. Slow Food köyü olma konusunda başvuru da bulunan bu köyde yaşayan ve bu köyü ziyaret eden turistler açısından, yerel halkın aldığı sorumluluklar, Slow Food Hareketi'nin yerel halka sağladığı fayda/zarar, yerel halkın ve yine bölgeye gelen turistlerin bilinç düzeyi, farkındalığı, sosyo-kültürel ve sosyo ekonomik durumları hakkında ipucu vermesi açısından önem taşımaktadır. Nitel araştırmaların örneklemine seçilmesinde, mümkün olan en geniş bilginin sağlanacağı kişilere yönelmek gerektiği vurgulanmaktadır. Bundan dolayı örneklem sayısı niceliği değil, araştırmacının gereksinim duyduğu bilgi miktarının karşılanmasıyla ilgilenilmektedir. Yani buarada amaç odaklılık önemlidir (Türnüklü, 2000: 548).

Görüşmelerde genel olarak sohbet havası hakim olmakla beraber yiyecek turizminin ve Slow Food köyü olmaya adaylığ sürecini başlatan yerel halkın bölgeye

sağladığı avantajlar ve Slow Food Hareketi'nin Türkiye'de bilinmesiyle ve Germiyan köyüne gelen turist sayısının artmasıyla birlikte dezavantajları öğrenebilmek için sorular yönlendirilerek kadın ve erkek olmak üzere toplamda 42 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Alan çalışması 10 Eylül 2018- 20 Eylül 2019 tarihleri arasında farklı zamanlarda gerçekleşmiştir. 4 aylık bu süreçte araştırmanın veri toplama aşaması tamamlanmıştır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Veri toplama 2 aşamada gerçekleştirilmiştir. Öncelikle gözlemlerden yararlanılmış verilerin kimlerden toplanacağı konusunda tespitler yapılmıştır. Yerel halk ile yarı yapılandırılmış yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir ve ses kayıt cihazlarıyla kayıt altına alınarak çözümlenmiştir.

3.4.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme

İki veya daha fazla sayıda insan arasında belli bir amaç etrafında yapılan tartışma olarak tanımlanan mülakat tekniğinin yaygın olarak üç çeşidi olduğu bilinmektedir. Yapılandırılmış (biçimsel) mülakat, yarı yapılandırılmış (yarı biçimsel) mülakat ve yapılandırılmamış (biçimsel olmayan) mülakat olarak sınıflandırılmıştır. Bu araştırma yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden faydalanmıştır.

Yapılandırılmış görüşme tekniğinden daha esnek olan yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacının önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolünü hazırladığı, görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışının etkilendiği, araştırmacının yanıtlarını açmasını ve ayrıntılandırılmasını sağlayan görüşme tekniğidir (Türnüklü, 2000: 547).

Germiyan köyünde görüşme yapılan yerel halkın farklı demografik özelliklere sahip olması, görüşme yapılan her kişinin Slow Food Hareketi'ne üyeliği bulunurken, görevlerinin farklı olması gibi sebepler yarı yapılandırılmış mülakat seçiminde önemli etkenler olmuştur. Araştırmanın amacını ortaya koymaya yönelik hazırlanmış araştırma soruları, görüşme esnasında cevaplayıcıların ilgi ve deneyimlerine göre farklılık gösterebilmektedir (Coşkun vd., 2015). Soruların kişiye

göre değişiminin bir diğer amacı mülakatlar uyarlanabilir oldukları için özellikle “niçin?” sorusuna cevap aranılan durumlarda ideal veri edinme yöntemleridir (Gay ve Diehl, 1992; Saunders vd., 1997; Adams vd., 2007; Coşkun vd, 2015: 93). Bireylerin Slow Food deneyimleri, aldıkları eğitimler ve fikri arka planlarının tam olarak anlaşılabilmesi için bu konularda kendilerinden detaylı bilgiler alınmıştır.

3.4.2. Yapılandırılmamış Gözlem

Gözlem, araştırma sürecinde kullanılan temel tekniklerden birisidir. Gerçek hayatta gözlemlene insanoğlunun günlük hayatının büyük bir bölümünü oluşturur. Bilgilerin büyük çoğunluğu günlük yaşamda gözlem yoluyla kazanılmaktadır. Gözlemin asıl aracı göz olmakla beraber, gözlemlene sadece gözle değil, bütün duyu organlarının katılımıyla gerçekleşir. Gözlem tekniği, yapılandırılmış ve yapılandırılmamış gözlem olmak üzere ikiye ayrılır. Bu araştırma da yapılandırılmamış gözlem tekniğinden faydalanılmıştır.

Bailey (1987) gözlemi, belli bir ortamda ya da kurumda oluşan davranışları ayrıntılı olarak araştırmak istediğimizde tercih etmemiz gereken bir veri toplama tekniği olarak tanımlamıştır (Bailey 1987’den aktaran Balcı, 2005: 168).

Karasar (1999) ise gözlemi şu şekilde tanımlamaktadır: Belirli bir kimse yer, olay, nesne, durum ya da şarta ait bilgi toplamak amacıyla, belirli hedeflere yöneltmiş bir bakış ve dinleyiştir. Diğer tekniklerle karşılaştırıldığında en önemli farklılıklarından biri, bilgilerin başkalarının raporları ve benzeri ikincil kaynaklardan değil, doğrudan elde edilmesidir (Karasar 1999’dan aktaran Şen, 2006: 3).

Gözlem çeşitleri, katılımlı gözlem, katılımsız gözlem ve mekanik gözlemdir. Yaptığım araştırmaya doğrudan katıldığım ve inceleme yaptığım için katılımlı gözlemden faydalanılmıştır.

3.4.3. Katılımlı Gözlem

Katılımlı gözlem, araştırılan konunun ya da topluluğun günlük yaşamına katılma yoluyla yapılması, araştırmacının araştırdığı grupta birlikte bir süre yaşaması, onların yaşamlarında birebir yer alması gereklidir. Böylece araştırılan grubun davranış biçimlerini, değer sistemini, birbirleriyle olan ilişkilerini, toplumsal,

ekonomik ve kültürel olaylar, törenler çerçevesindeki rollerini, tutum ve tavır alışlarını yakından gözleme olanağı bulmaktadır (Şen, 2006: 5).

Bu araştırmada görüşmenin kimlerle gerçekleştirileceğine dair teşhislerin yapılması ve hayatın olağan akışı esnasında kendi doğal ortamlarının nasıl olduğuna odaklanarak gözlem tekniğinden faydalanılmıştır. Ayrıca bireylerin empati ve vücut dili hareketleri ile gözlemlenmesi de sağlanmıştır. Gözlemlerden elde edilen notlar günlük olarak kaydedilerek bir sonraki aşamalarda mülakatlar için de kullanılmıştır.

Niteliksel araştırmalarla ilgilenen araştırmacılar, aynı kültüre air farklı bireylerin yaşamlarını nasıl anlamlandırdıklarını incelerler. Bu durumu ortaya koymak amacıyla da niteliksel araştırma yapan katılımlı gözlemci olarak;

- Kişilerin kendi yaşamları için varsayımları nelerdir?
- Neleri ve hangi durumları olduğu gibi kabul ederler?
- Bu insanlar nelere tepki gösterirler?
- Bu kişilerin yaşam deneyimleri nasıldır ve nedir?
- Deneyimlerini nasıl ve hangi bakış açısıyla yorumlamaktadırlar?
- Yaşadıkları sosyal dünyayı nasıl yapılandırmaktadırlar ve nasıl algılamaktadırlar?
- Nelere önem vermektedirler? gibi sorulara odaklanırlar (Şen, 2006: 5).

Germiyan köyünde gözlemlediğim ve dikkat ettiğim olay ve olgular ise düğünleri, gelenekleri, yöresel ve geleneksel yemekleri, hijyen ve sanitasyon kuralları, taş evlerin tarihi ve otantikliği, turistlerin en çok neye dikkat ettiği, turistlerin en çok sorduğu sorular, yaşam biçimleri, Slow Food Hareketi'ne ne kadar dikkat ettikleri, Slow Food'u ne kadar bildikleri ve ne kadar bilgi sahibi oldukları, bilgilerini ne kadar aktardıkları ya da aktarabildikleri, konuşma şekilleri ve anlaşma şekilleri, yerel halkın birbirleriyle nasıl iletişim kurdukları, giyim tarzları, evlerinin nasıl olduğu ve evlerini nasıl dizayn ettikleri, yemeği nasıl pişirdikleri, yöresel yiyeceklerin nasıl yapıldığı, yemek içeriklerinin nelerden oluştuğu gibi durumlar gözlemlenmiştir.

3.5. Nitel Verilerin Analizi

Alan araştırması 10 Eylül 2018 - 20 Eylül 2019 tarihleri arasında farklı zamanlarda gerçekleştirilmiştir. Bölgeye dışarıdan gelen bir araştırmacı olarak Nuran Erden ve ailesini tanımadan önce yaşadığım bir zorluk bölgeye sürekli olarak birçok konuda araştırmacının gelip yerel halkın tepkisini anketlerle veya mülakatlarla ölçülmeye çalışılmış olması anket çalışmalarının getirdiği dezavantajlardandır. Görüşmelerden elde edilen ses kayıtları halindeki veriler öncelikle dolaysız olarak yazılı hale getirilmiştir. Yazılı metinler ile ses kayıtları karşılaştırılıp; alt konu başlıkları altında sınıflandırarak, konulara göre içerikleri oluşturulmuştur. Yazılı metinlerdeki görüşme notları sorularına göre katılımcıların isimleri eklenerek tasvir edilmiştir. Bu aşamada verilerin ne ve nasıl sunduğuna odaklanılmış, birbirleriyle benzeşen düşünceler ve birbirine zıt fikirler birlikte sunularak yorumsamacı yaklaşım perspektifinde incelemeler yapılarak olaylara etki eden değişkenlerin belirlenmesi konusunda yardımcı olmuştur. Toplanan bilgilerin yorumlanmasında betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2013) betimsel analiz tekniğinde, toplanan bilgilerin önceden belirlenmiş konulara göre özetlendiğini ve yorumlandığını; görüşlerini doğrudan yansıtmak amacıyla kullandıklarını belirtir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256-258). Önceden belirlenmiş ifadeler ve araştırma soruları bu tezin giriş bölümünde bulunmakta ve toplanan bilgilerin yorumsayıcı analizlerle aktarılması bulgular kısmında bulunmaktadır.

4. BULGULAR

Bu bölümde yüz yüze yarı yapılandırılmış mülakat sorularına verilen cevaplardan elde edilen verilere dayanarak bulgular değerlendirilmiştir. Ayrıca bulgular değerlendirilirken katılımcıların kişilik özelliklerine, yerel halkın Slow Food Hareketi'ne yönelik kazanımlarına, bilgilerine ve bakış açılarına yer verilmiştir. Yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerin ışığında ve gözlemlerimin sonucunda çeşitli temaların olduğu görülmektedir. Bu temaların başlıkları şu şekildedir: Katılımcılara Yönelik Bulgular; Germiyan Köyünde Günlük Yaşam Pratikleri ve Değişimler; Çoklu Eşzamanlı Dönüşümler: Ekonomik, Sosyo-kültürel ve Demografik Perspektif; Tarımdan Turizme Geçiş: Slow Food Hareketi'nin Rolü; Tarımdan Üretim Ekonomisine Dönüşüm: Yiyecek Turizminin Rolü; Mekânın Yeniden Üretimi: Turizm ve Slow Food Hareketi'nin Rolü; Germiyan Köyü'nün Slow Food Köyü Aday Olma Sürecini Etkileyen Sosyo-kültürel Özellikleri; Germiyan Köyünde Slow Food Hareketi: Bir Başarı(sızlık) Hikayesi; Germiyan Köyünde Sosyal Girişimcilik Örneği: Nuran Erden.

4.1. Katılımcılara Yönelik Bulgular

Çalışmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine bakıldığında şu sonuçların olduğu görülmektedir. Katılımcılardan yirmi dört kişinin kadın, on sekiz kişinin erkek; otuz altı kişinin evli, altı kişinin bekâr; bir kişinin arıcılıkla, bir kişinin taş, ahşap, küçük hediyelik eşyalar veya duvar boyayarak, sekiz kişinin kendi kafesini işleterek, on dört kişinin tezgah açıp satış yaparak, on altı kişinin hem çiftçilikle hem de tezgahta satış yaparak ekonomilerine katkı sundukları gibi bulgular elde edilmiştir. Bir başka önemli sonuç ise katılımcıların çoğu için Germiyan köyü, vatan, ata ocağı (mirası), doğal yaşam, özgürlük, huzur ve sessizlik gibi anlamları ifade etmektedir. Örneğin bir katılımcı bunu şu şekilde ifade etmektedir:

“Germiyan köyü, benim için özgürlük, vatan, toprak, atalarımın yaşadığı, doğal yaşamın hası, ürettiğimizi tükettiğimiz gerçek lezzetin farkına vardığımız, büyüdüğümüz, özgür olduğumuz yerdir. “Bülbülü altın kafese koymuşlar yine vatanım yine vatanım”, demiş. Bizde ki durum da böyledir tam olarak”. (K9)

Slow Food Hareketi'ne yönelik yapılan bu etnografik saha çalışmasında ortaya çıkan diğer bulgulardan birisi de Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın kişilik özelliklerine göre sıcakkanlı, dost canlısı, misafirperver insanlar oldukları hissedilmektedir. Yerel halkın yaşadıkları mekanı benimseme noktasında kendilerine yöneltilen sorulara çoğunlukla köylerinin tarihsel yönüyle, sahip olduğu doğal güzellikler, konumu gibi hususlar başta olmak üzere yerel halkın yaşadıkları mekanla barışık oldukları görülmektedir. Bunun arkasında yatan birçok husus ise köyün, aslında önemli turizm destinasyonları olan Çeşme, Alaçatı, Ildır, Ilıca ve İzmir gibi noktalara yakın olmasına rağmen hala kalabalıklık noktasında diğer yakın mekanlara göre huzur ve sakinlik içermesi onları bu mekanla barışık hissetmelerine ve aidiyet duygularını pekiştirmelerine yol açan diğer etkenlerin başında gelmektedir. Örneğin bir katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Germiyan köyü transit geçişin yapıldığı bir köy ve Germiyan köyünün Ildır'a 11 km, Çeşme'ye 20 km, Alaçatı'ya 7 km, Ilıca'ya 7 km olması; yani ilçelere ve Çeşme'nin mahallelerine yakın olmasına rağmen diğer kalabalık turistik yerlere göre doğal güzelliği, otantikliği ve sakinliği ile dikkat çekmektedir. Huzur ve sakinlik bizim için son derece önemlidir”. (K4)

Başka bir önemli bulgu ise yerel halkın özellikle turizm faaliyetleri, Slow Food Hareketi ve köyün geliştirilmesi konusunda girişimci ve bilinçli olduğu görülmektedir. Bunun temel nedenleri arasında ise köy halkının tarımsal üretim konusunda kendi ürünlerine sahip çıkma noktasında uzun bir geçmişe ve tarım-hasat kültürüne sahip olmalarından kaynaklandığı söylenilebilir. Diğer taraftan köyün diğer sosyal ve kültürel özelliklerine bakıldığında ise kadının toplumdaki yerinin daha ön planda olduğu ve toplumsal cinsiyet eşitliği konularında daha da hassas oldukları görülmektedir. Özellikle girişimciliğin ve yukarıda ifade edilen tarım-hasat kültürüne sahip olmalarının nedenlerinden bir tanesinin de kadının toplumdaki yerinin olduğu görülmektedir. Örneğin, bende köyde kaldığım süre içerisinde bu konuda çeşitli durumlara tanıklık ettim. Birçok sohbet esnasında kadın erkek eşitliğinin savunulduğunu gördüm. Buna ek olarak, çeşitli kararların alınması sürecinde kadınların erkeklere göre daha etkili olduğu ve köy ile ilgili hangi ve ne konu olursa olsun köy kahvesinde toplanıp ortak kararlar alınması bu duruma örnek

olarak verilebilir. Ege kültürü içerisinde doğup ve büyüyen insan olmalarından dolayı kadınların, kendilerini özgüvenli, dik duruşlu, her konuda kendilerini söz sahibi olarak görmektedirler. Özellikle bu bölgede yaşayan yerel halkın çevre ile olan etkileşimlerinin, tarımla ve bir zamanlar hayvancılık ile uğraşmaları, verdikleri mücadelelerden dolayı kişilik ve karakterlerini güçlendirdikleri söylenebilir.



Resim 1: Mülakat esnasından bir görüntü

Kaynak: (Erden, 2019)

4.2. Germiyan Köyünde Günlük Yaşam Pratikleri ve Değişimler

Germiyan köyünde ilkbahar mevsiminde insanlar, sabah kalktıktan sonra kahvaltılarını yaparlar. Sonra evin işi (temizlik, çamaşır, ütü) yapılır. Daha sonra öğle yemeği hazırlanır. Akşama doğru akşam yemeği hazırlanır. Varsa yapılacak rutin işler gün içinde yapılır. Bütün aile fertleri akşam yemeğinde toplanır ve hep birlikte yemek yenir. Yemekten sonra çay, kahve, çerez, meyve mutlaka bir şeyler yenir. Ayrıca Germiyan halkı, keyiflerine ve huzurlarına düşkündürler. Genel olarak ne yapmak isterlerse onu yaparlar.

Bu mevsimde aynı zamanda havalar ısındığı için, bölgeye ziyaretler ve turların sayısı artmaktadır. Ayrıca herkesin ya evinin altı ya balkonu ya evi ya da bahçesi kendi işletmesi olduğu için kimse gidip gelme (ulaşım) gibi bir sıkıntı yaşamaz, turist geldiğinde ev sahibi ya görür ya da seslenirler, ev sahibi turistleri ağırlamaya çalışır. Turlar da gelmeden önce haber verir. Yerel halk ise ona göre bir hazırlık yapar. İlkbahar mevsiminde genellikle tüm kafe ve işletmeler açık olur. Televizyon kanalları, sosyal medya bloggerları, basın yayın organları öncesinden arayıp yerel halkın müsaitlik durumuna göre randevu isterler. Yerel halkın belirlediği tarihte bu dönemde gelirler.

İlkbahar mevsiminde yapılan işlere değinecek olursak, yerel halk ağaç budama, çift sürme, çiftlik gübresi atma, tırmık yapma, kafelerin tamiratu, minder yenileme, boyama, temizlik, masaların düzeni, tadilat işleri gibi işlerle meşgul olmaktadır. İlkbahar mevsiminde havaların iyice ısınmaya başlamasıyla önce tarlaya dikecekleri tohumlar ekilir. Tarlalar tavlandıktan sonra çift sürümü gerçekleşir. Çift sürümünden sonra, önce bamyaya daha sonra domates ve ardından kavun, karpuz gibi ürünler dikilir. Dikecekleri veya ekecekleri ürünler önceden belirlenir, ata tohumları çıkartılır ve planlaması yapılır. Ayrıca ağaçların ya da fidanların aşılması da bu mevsimde yapılmaktadır.

Germiyan köyünde diğer mevsimlerde olduğu gibi yaz mevsiminde de rutin işler yapılır. Yaz mevsiminde okulların kapanmasıyla beraber nüfusunda önemli bir artma yaşanmaktadır. Dolayısıyla evdeki nüfus sayısı da artmaktadır. Yerel halk evin ve turistlerin yoğunluğundan dolayı aile içinde görev paylaşımı yapmaktadır. Tarlada

yapılacak işleri gençler veya orta genç yetişkinler yapmaktadır. Yaşlı ve orta yaşlılar ise evdeki rutin işleri yapmaktadırlar. İlkbahar da dikilen ürünlerin yazın çapalanması, mahsulün toplanma işleri yapılmaktadır. Ürünler sırayla dikildiği gibi sırayla da yazın hasat işlemi yapılmaktadır. Bazı ürünlerin her gün toplanması gerekir. Örneğin bamyanın yapısından dolayı her gün toplanır ve taze olarak satışı yapılmaktadır. Ayrıca bamyanın toplanması için güneş doğmadan tarlaya gidilmesi ve toplanması gerekir. Daha sonra kahvaltı yapılır. Evdeki kişiler ise rutin işleri (temizlik, çamaşır, bulaşık, ütü) ve kafenin işlerini yapmaktadır.

Yazın, deniz sezonu olduğu için haliyle tur sayısı azalmaktadır. Kahvaltı ve özel araçlarla birebir gelmeler çok fazla ve yabancı turistlerin de zaman zaman geldiği görülmektedir. Yazın Germiyan köyüne ulusal medyadan kanallar ve basın yayın organları çok fazla ilgi göstermektedir. Örneğin, 2019 yılının yazın da sadece 15 kanal ve basın yayın, medya çekim için Germiyan köyüne gelmiştir. Yine yaz aylarında tezgah önü satışların çok fazla olduğu görülmektedir. İlkbahar da ve kışın yapılan çeşitli hediyelik eşyaların pazarlanması da yaz mevsiminde daha çok yapılmaktadır. Kafeler de ise yaz mevsiminin ve Ege Bölgesi'nin ikliminden dolayı sıcakların artması ile beraber içecek olarak limonata ve ayran daha yoğunlukta satılmaktadır.

Germiyan da yaşayan yerel halk için yaz demek yoğunluk demektir. Tabiri yerindeyse kadın erkek fark etmeksizin arı gibi çalışmaktadırlar. Turistlerin yoğunluğuna da değinmekte fayda vardır. Sabahları insanların geç uyanması ve sıcaktan dolayı öğleden sonra turistlerin bölgeyi daha çok ziyaret ettikleri görülmektedir. Yerli turistler geldiklerinde ise buradaki tarımdan tutun da yaşam tarzına kadar her şeyi öğrenmek istemektedirler. Genel olarak Germiyan'ın tarihini, geleneklerini, yöresel yemeklerini ve Slow Food Hareketi'ne yönelik bilgiler almak istemektedirler. Bir katılımcı ise bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Turistin en çok merak ettiği soruların başında ise bu köyü bozulmadan nasıl koruduğumuz, Germiyan evlerinin nasıl olduğu, eskiden Germiyan evlerinin nasıl döşendiği, evimizde neler bulunduğu ve yöresel yiyecekleri nasıl hala pişirdiğimiz, geleneklerimize hala nasıl bağlı yaşadığımız gibi konular üzerine sık sık sorular yöneltilmektedir”. (K39)

Yazın köyde bulunan tüm işletme ve kafelerin açık olduğu görülmektedir. Yazın açık olan kafeler ise; Atam Cafe, Taşlı Tarla, Babaanne Ocağı, Martı Cafe, Nalan Ablanın Yeri, Nokakira, Goca Emine, Yaşar Babanın Çiftliği, İncir Cafe, Çakıl Cafe, Serpecem Kahvaltı ve kafedir. Germiyan da sunulan yöresel yemekler ise bamya çorbası, karaköy katmeri, eski usullerle yapılmış reçeller, marmelatlar, bazina, Germiyan köy kahvaltısı ve çalkamadır. Ayrıca keşkek evinde hafta sonları keşkek yapılıp satılmaktadır.

Germiyan köyünde sonbahar mevsiminde okulların başlamasıyla beraber köyün nüfusunda azalma görülmektedir. Yine okulların açılmasıyla yaş ortalaması daha yüksek olan, emekli olan (daha keyifçi olan), kültür aktivistleri, yabancı turistler ve turlar sonbahar mevsiminde köye daha çok ilgi göstermektedir. Yabancı turistlerin geldiği ülkeler ise Avustralya, Fransa, İngiltere, Hollanda, İsviçre, Amerika, İsrail ve Irak olduğu tespit edilmiştir.

Ekim ayının ilk haftası son 6 yıldır her sene Germiyan festivali yapıldığı için öncesi ve sonrası birçok hazırlığın yapıldığı görülmektedir. Festivalden bir hafta önce festivalin ana planı yapılmaktadır. Bu planlar yapıldıktan sonra yerel halktan stant açacakların kaydı ve listesi oluşturulmaktadır. Yemek yarışmasına katılacakların kaydı alınmaktadır. Yapılacak etkinlikler belirlenmektedir. Örneğin yemek yarışması ve yapımı, ekmek yarışması, kına gecesi eğlencesi, kortej yürüyüşü, yöresel kıyafetlerin tanıtımı, sabun yapımı, duvar boyama, taş boyama, mübadele ile ilgili bilgi ve söyleşiler, kopanisti peyniri yapımı, yöresel yiyeceklerin sunumu, yerel yiyeceklerin yapımı, daha önce Germiyan köyünde yaşayıp Sakız Adasına göç eden kişilerin söyleşileri gibi etkinlikler yapılmaktadır.

Cumartesi günü festival stantların kurulması ve açılmasıyla festival başlamaktadır. Gelenler köyü ve stantları dilediğince gezmektedirler. Öğleyin köyün içinden okula doğru kortej yürüyüşü yapılmaktadır. Gün içinde gelenler, yer, içer, alışverişlerini yapar, gezer, etkinliklere katılırlar. Cumartesi akşamı mutlaka bir eğlence yapılmaktadır. Örneğin eski geleneklerdeki gibi kına gecesi yapılır.

Pazar günü ise stantlar yine açıktır. Gün içinde ata tohumların tanıtımı, bilgilendirilmesi yapılır. Ege Üniversitesi ve diğer yerlerden hocalar kahve de toplanır. Söyleşiler düzenlenir, konuşmalar yapılmaktadır.

Pazar günü öğleden sonra Germiyan İlkokul'un bahçesinde ekmek yarışması yapılmaktadır. Ekmek yarışması için alanlarında uzman ve ekmek konusunda ilgili ve önde gelen 5 veya 6 jüri gelmektedir. Ekmek yarışmasına katılanlar ekmeğin yapılışını ve içine ne koydukları, hangi çeşit ekmek yaptıklarını anlatmaktadırlar. Yarışma sonunda birinciye tam altın kaymakam tarafından, ikinciye yarım altın ve üçüncüye çeyrek altın verilmektedir. Aynı şekilde jüriye ve yarışma da derece alanlara zeytinyağı, hediyelik ürünler, ekmek, sabun tarzı hediyeler verilmektedir. Ekmek yarışmasından sonra konser yapılmaktadır. Yerel ve ulusal basın çok fazla bu köydeki festivale ilgi duymaktadır. Festivalin amacı ise bu gelenek ve göreneklerini gelecek nesile aktarmak, sürdürülebilirliğin sağlanması ve köyün tanıtımı için yapılmaktadır. Gözleme, karaköy katmeri, yetiştirdikleri sebze ve meyveler, zeytinyağı, turşu, şekeriçi, glika, bazina, çalkama, çullama, börek, sarma, zeytin bu gibi yöresel ve yerel yiyeceklerin satışı yapılmaktadır.

Yerel halkın sonbaharda ise zeytin diplerini temizlediği görülmektedir. Ardından zeytinin hasadı başlamaktadır. Zeytinin hasadı ise iki ile dört ay arasında değişmektedir. Daha sonra incirleri kurutma, bademleri toplama ve yaza göre az da olsa bamyaya, domates gibi ürünlerin toplandığı görülmektedir. Yoğunluğun azalmasıyla gelecek sene için tohumlar ayrılır, seçilir ve hazırlanır. Kışın tüketilecekleri yiyeceklerin kurutulması (domates, biber, patlıcan) yapılır. Yine salça, kış için konserve veya şişelerde yiyecekleri ürünleri hazırladıkları görülmektedir. Sonbahar da soğan, bakla ve buğday gibi ürünlerin ekimi yapılır. Kış için odunlar hazırlanır, yakacak şekilde hazır hale getirilir.

Germiyan köyünde kış mevsimi diğer mevsimlere göre daha durağan geçmektedir. Yerel halk için kış mevsimi dinlenme, yenilenme ve gelecek sezona hazırlanma sürecidir. Kışın daha çok evde veya kafe de zaman geçirilir. Gelecek sezonun değerlendirmeleri ve toplantıları yapılır. Yerel halkın kışın mantar, dağ çileği, yaban mersini topladığı, zeytin ağaçlarının budanmasının yapıldığı görülmektedir. Yerel halk bu bölge de keyfine düşkün olduğu için kışın soba

kenarında vakit geçirmekten hoşlanmaktadır. Soba da ya da kuzineler de yemeklerini hazırladıkları görülmektedir. Ayrıca yine bölgeye gelen turisti ağırladıkları, köy ile, köyün tarihi ile, doğal dokusu ile bilgi verdikleri görülmektedir. Kışın yoğunluğunun az olmasından dolayı yerel halk kışın gelen turist ile daha fazla iç içedir, daha fazla sohbet edip, tanıtımını yapmaktadır. Kışın açık olan kafeler ise Atam Cafe, Otantik Ev Dilek, Martı Cafe, Goca Emine, Taşlı Tarla olarak tespit edilmiştir.

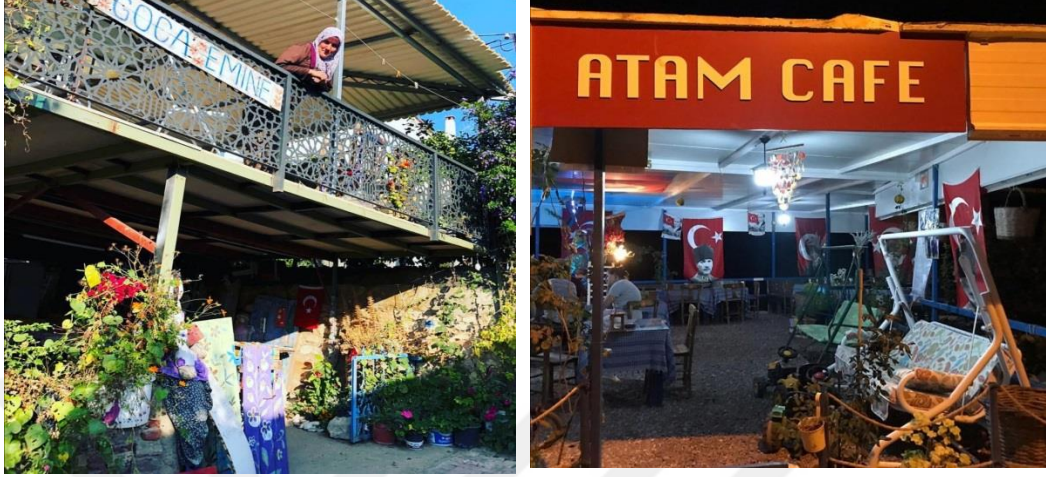
4.3. Çoklu Eşzamanlı Dönüşümler: Ekonomik, Sosyo-kültürel ve Demografik Perspektif

Çalışmadan elde bulgular çerçevesinde köyde son 40 yıllık süreç içerisinde sosyal, ekonomik ve kültürel yönden önemli değişimlerin meydana geldiği görülmektedir. 1980'lerin sonlarında Germiyan köyünde turizmin başlamasından sonra köyün kendisi ve yerel halk bir dizi dönüşümlerden geçmiştir. Genel olarak ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda sınıflandırılan değişiklikler öncelikli olarak demografik dönüşümleri beraberinde getirmiştir.

İç göçün başlaması (son otuz yıl) ve köyde ev sahibi olarak yabancıların ortaya çıkması dahil, dış göçün başlaması (son otuz veya kırk yıl) ve köyde genç nüfusun lise ve üniversite okumak için büyük şehirlere taşınması, iş için şehirlere yerleşenlerin sayısının artması ve evlenenlerin başka şehirlere göç etmesi dahil olmak üzere demografik yapıdaki büyük değişikliklerle aynı zamana denk gelmektedir. Demografik yapıdaki değişimler ise köy nüfusu iki alt gruptan oluşacak şekilde genelleştirilebilir. Kalıcı sakinler (göç ile gelenler ve köyün yerlileri), yıl boyunca Germiyan köyünde yaşayanlardan oluştuğu görülmektedir. Yaz mevsiminde gelenler, aile ocağı ya da miras yoluyla kalan evlerine yaz tatili ile gelip okullar açılana kadar kalıp yaşayanlardan oluşmaktadır.

Ayrıca bir başka önemli sonuçta Dünya'daki bu süreci yaşayan pek çok yerleşim yerinde olduğu gibi (Leontidou ve Marmaras, 2001; Williams ve Hall, 2000) Germiyan köyünde de köye göçle gelen kişiler ise turizmin sonucunda artan çekiciliğin sonucu olarak yerel toprakları satın alıp ev yapıp yerleşme ve iş yerlerini kiralayıp işletme açmışlardır. Germiyan köyündeki ekonomik dönüşümlere baktığımızda ise (yakın zamanlar) köyden başka yere taşınan kişiler yaz tatiliyle

beraber köye gelmekte ya da festivaller de köye gelip evlerinin altlarındaki boş evi veya bahçesini kafe şekline dönüştürerek hizmet verdiği ve ekonomik kazanç elde ettiği görülmektedir.



Resim 2: Germiyan Köyündeki kafelerden görüntüler

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

Smith ve Krannich (2000) tarafından vurgulandığı üzere köy içerisinde çeşitli sosyal çatışmaların olabileceğini vurgulamıştır. Benzer durumunun Germiyan köyünde de, göç ile gelenler ve yerli halk arasında sosyal ve ekonomik çatışmaların ortaya çıktığı görülmektedir. Ekonomik olarak ortaya çıkan çatışmaların başında köyün temel ekonomik yapısının değiştirilmesine yönelik olduğu görülmektedir. Örneğin, köyün girişinde ve içerisinde bulunan çeşitli noktalarda iş yerlerini sokak yiyeceği (kokoreç, midye, fast-food) satış yerleri haline getirdikleri görülmektedir. Kendimin de dahil olduğu birçok sohbet esnasından köylünün bu durumdan oldukça şikayetçi olduğu ve bu gelişimi desteklemediği görülmektedir. Germiyan köyündeki bu değişikliklerle birlikte çevre farklı düzeylerde ve farklı şekillerde dönüştürülmüştür. Ayrıca ister doğal ister inşa edilmiş olsun, çevre nesneleştirilmiş ve metalaştırılmıştır. Bu şekilde son 30 yılda köyün çevresel değişimi gözle görülür bir şekilde değişmiştir. Sosyal ve çevresel çatışmalara yönelik katılımcılarından bazılarının ifadeleri de şu şekildedir:

“Göç ile köye gelenler, yerli halkın oturduğu yerin çevrelerinden önce arazi satın alıp, ruhsatsız ev yaparak; evlerini beyaz dışındaki renklere boyayıp çarpık bir görüntü sağladıklarını düşünüyorum”. (K18)

Bir başka katılımcı ise çevre kirliliğini aktarmak için şu ifadeleri kullanmaktadır:

“Çevre bilinçlerinin zayıf olmasına örnek verecek olursam, derelerimizi kanalizasyon olarak kullanmaları, çöplerini sokağa atmaları, zeytin ağaçlarımıza ya da tarlaya izinsiz girip doğal dokuya zarar vermeleri örnek gösterilebilir.” (K23)

Sosyal çatışma ise daha çok yerel halk ile köye göçle daha sonradan gelen kişiler arasında tam anlamıyla bir entegrasyonun gerçekleşmediği ve hala özellikle yerel halkın köye taşınanları çok fazla benimsemedikleri görülmektedir. Bu durum aslında sosyal deneyim teorisi açısından da çeşitli tezatlıklar oluşturmaktadır. Örneğin, bazı katılımcıların bu konudaki görüşleri şu şekildedir:

“Gelenek ve göreneklerimizin farklı olması, eğitim durumlarımızın farklı olması, değer yargılarımızın (doğrularımızın) farklı olması onlarla sosyalleşmemize ve entegre olmamıza engel olmaktadır. Örneğin ne kadar merhaba desek de misafirleşme, gidip gelme gibi durumlarımız yok”. (K35)

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı gibi göçle beraber köyün kendi kültürü içerisinde birtakım sosyo-kültürel ve çevresel değişikliklerin olduğu görülmektedir.



Resim 3: Germiyan Köyü

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

4.4. Tarımdan Turizme Geçiş: Slow Food Hareketi'nin Rolü

1970'lerde turizmin bir gelir kaynağı haline dönüşmeden önce, Germiyan köyünde geçmişte göçebe yaşamla birlikte daha fazla hayvancılık yapılırken, yerleşik hayata geçilmeyle beraber tarıma geçiş ile anason, tütün, burçak, yulaf, buğday, belli başlı meyve ve sebze ürettikleri görülmektedir. Daha sonra anason, tütün, burçak, arpa, yulaf ve buğdayın yerini zeytincilik ve bahçecilik almaktadır. Bundan 100-150 yıl önce yerel halkın neredeyse hepsi bunları ürettiği ve pazarlaması yapılmadığı için mahsullerin yılda bir kere satılma imkanı olmaktadır. Daha sonra Germiyan köyü denize yakın olduğu için deniz kenarında ve ana yolda (köyün içinden geçişin olduğu yer) ürettiklerini satmaya başlamışlardır. Köyün transit geçiş noktasında bulunması, daha fazla üretim yapıp tezgah önü satış kültürünü ortaya çıkartmıştır. Daha sonra Germiyan köyünün 2016 yılında Slow Food köyü olmaya aday olmasıyla birlikte yerel halkın daha fazla tarımla uğraşmasını sağlamıştır. Germiyan köyünde üretilen ürünlerin sayısında ve miktarında artış olmuştur. Son 10 yıllık süreç içerisinde ise köylülerin çoğu ürettiklerini evlerinin önündeki tezgahlarda satmakta ve mekânsal anlamda yeri müsait olanların ise küçük dükkanlar açarak bahçesini, balkonunu, veya evinin altındaki odayı kafe haline getirerek turistik faaliyetlerle geçimini sağlamaktadır. Bir katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Önceden köyümüzde yazın anason, tütün ve tarım ürünleri ekilip biçilirken; bunların hasadı ve satışı, yılda bir kez yapılırdı. Daha sonra yazın yapılan anason, tütün ve tarım ürünlerinin yerini bahçecilik, kayısı, incir ve zeytin yetiştiriciliği aldı. Daha sonra sahil kenarlarında, tarlanın başında veya evlerinin önüne tezgah atıp yetiştirdikleri ürünleri satmaya başladılar. Germiyan köyünde tarımdan turizme geçiş bu şekilde olmuştur”. (K41)



Resim 4: Evinin önünde tezgah açıp, pazarlamasını yapan insanlar

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

Slow Food Hareketi ve yiyecek turizminin toplum içindeki artan önemi ile birlikte (Beauregard, 1998; Williams ve Hall, 2000) geleneksel, yerel ve doğal yiyecekler, Germiyan köyünde turistik çekicilik oluşturmaktadır. Germiyan köyünde üretilen ve yetişen ürünler; buğday (ekmek), bamyas, b r lce, kavun, karpuz, kayısı, erik, nar, badem, limon, kiraz, incir, domates, zeytin, zeytinyağı, bakla, acur, salatalık, biber, maydanoz, soğan, sarımsak, nohut, kabak, ayçiçeği, üzüm, armut, Őeftali, dut, iğde, mandalina, susam, roka, dereotu, reyhan, keçiboynuzu, bal kabağı, dağ  ileği, kekik, adaçayı, yaban mersini gibi sıralanmaktadır. Ayrıca yetişen ürünlerden geleneksel yemekler, ( alkama, karaköy katmeri, bazina vs.) taze sebze/meyve ve reçeller yapılıp, satılmaktadır.



Resim 5: Zeytin hasadı yapan yerel halk (erkekler)

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

Çıkan diğer bir sonuç ise köyde az da olsa hayvancılık ve arıcılık hala yapılmaktadır. Süt ve süt ürünlerinden sadece bu köye özgü kelle peyniri ve kopanisti peyniri üretilip, satılmaktadır.

Tarımdan turizme geçiş sürecinde Slow Food Hareketi'nin Germiyan köyünde nasıl bir süreç izlediği ve yöredeki turizmin nasıl geliştiğine yönelik katılımcılarının üzerinde durduğu ortak noktalar genel olarak endüstriyel ürünlerden sebze üretimine doğru bir değişim olduğu, bu şekilde köyde artan gelirin insanları ihtiyaç fazlası ürünleri tezgah satışına yönelttiği, bu şekilde geliri artan insanların ise evlerinin bahçesini ve diğer müsait kullanım alanlarını kafe gibi yiyeceklerini mamul maddeye dönüştürerek hizmet sektörü içerisine geçerek turizme dahil oldukları şeklindedir. Bu durumun ortaya çıkmasında ise birçok katılımcı kendilerini teşvik eden bireylerin ve Sivil Toplum Örgütlerinin olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, bir katılımcı bunun hikayesini detaylı şu şekilde ifade etmektedir:

“Köyümüzde 1960’lı yıllarda sadece tarım yapılırdı. Sadece bir bakkal ve kahve vardı. Yazın tütün, anason; kışın ise zeytincilik yapılırdı. Her evde mutlaka en az üç tane keçi, koyun ve binek hayvanları bulunurdu. Ayrıca kendimize yetecek kadar sebze (kavun, bamyâ, brlce, domates) yetiştirirdik. Her Şey ev halkının ihtiyaçına göre üretilirdi veya yapılırdı. Daha sonra 1980’lerde turizmin gelişmeye başlamasıyla köyümüzde ğretmen olan Ethem ınkar köye turizmi getiren ilk kişi bana göre Ethem ğretmen. Köyümüze gelen turistleri ağırlamaya başladı eşi ve kendisi (gözleme, yemek). Daha sonra köyden birkaç aile ile anlaşmıştı Ethem ğretmen. Kahve içmeye o anlaşılan eve misafirler götürülürdü. Akabinde bundan 30-35 sene öncesi tarlanın başında kayısı satmaya başladık. O zamanlar köydeki insanlar bize çok gülmüştü, küçümseyerek konuşmuşlardı bizimle. Ben o zaman insanlara demiştim ki eninde sonunda sizde rettiklerinizi satıp, ekonomik gelir elde edeceksiniz demiştim. Dediğim gibi de herkes söylediğim gibi yaptı. Daha sonra tarımla uğraşan insanlar sahil kesimlerinde sitelerin yapılmasıyla ihtiyaç fazlası üretilip, ürettiklerini sahillerde (sandalye market) satmaya başladılar(domates, kavun, zeytinyağı, bamyâ). Zamanla yerel halk köyün içinde evinin önünde tezgah kurup yetiştirdiği ürünleri satmaya başladı. Daha sonra 2000’li yıllarda köyden bazı kişiler turist ağırlamaya başladı. 2014 yılında köyde girişimci olan kadınlarla bir araya geldiğimizde tarım yaşımızı geçtik (tarımla sürekli uğraşacak gücümüzün olmaması), köyde genç nüfus azaldı diye konuşuyorduk. Mademki bu köy transit geçişin olduğu bir yer bizde bu durumdan faydalanalım ve değerlendirelim diye düşündük. Evimizin nn, kapımızın nn, bahemizi güzel bir yere dönüştürüp turizme kazandıralım dedik. Bunu yaparken de bir farkımız olmalı diye düşündük ve işe tabelalar ile başladık. Tabii tabela fikri oluştuğunda masa, sandalye dahil kullandıklarımız ahşap olmalı diye karar verdik. Daha sonra eşme’deki Rotaryenler bu işlerden de önce yerel halka destek olmak amacıyla tarımda kullanılması için zeytin kasaları, zeytini toplarken kullandığımız bezleri, zeytin vakum makinaları gibi araçlarla destek olmuşlardı. Daha sonra bizim bu işleri yapacağımızı duyduklarında bu köy ne olabilir de bu köyü tanıtabiliriz diye düşünmüşler. Sonra köyün Slow Food olabileceğini söylediler fakat bizim zaten yaşam tarzımız Slow Food’un ilkelerine tam anlamıyla uyuyordu.(Geleneklerimize bağlı yaşamamız, hazır paket ürünleri kullanmamız, burada ürettiğimiz ürünleri tüketmemiz). Daha sonra onlar bizi Slow

Food hakkında ve süreç hakkında bilgilendirdiler. Germiyan köyü için resmi süreçle ve evrak işlerini İtalya'ya gönderen kişi Nedim Atilla oldu. Slow Food kapsamında bir köy olabilmesi için köyde Slow Food Hareketi'nin prosedürleri uygulandı. 2016 yılında önce Slow Food Hareketi'ne bireysel üyeliklerimiz yapıldı daha sonra Slow Food köyü olmaya adaylık sürecimiz başladı. Köyümüzün Slow Food köyü olmaya aday olması; köyümüzün tanınırlığını arttırdı, yerel halkı her yönden teşvik etti, aile ekonomisine katkı sağladı. Sosyal medya ve basınla ilgisiyle Nuran Erden'in duvar resimleriyle köyümüz Ege'de gezilecek yerler arasına girdi. 2016'dan bu yana tur kapsamında olan köyümüzün tanınırlığı aşırı derece de arttı. Herkes evini, bahçesini ya da evinin önüne tezgah atıp yetiştirdiği ürünleri satışa sundu. Ayrıca benim için en güzel şeylerden biri ise şehir dışına göç edenlerin köye taşınmaları ya da yazın köye gelip tarımla uğraşmaları, kendi tezgâhları olmasa bile başkasının tezgâhına koyup gelir elde etmeleridir.”(K33)

Turizmin, köyün gelişiminde ve tarım ile ilişkilerinin geliştirilmesi noktasında da önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu çerçevede özellikle köyün tanıtılması noktasında Slow Food köyü olması için adaylık sürecinin başlaması Germiyan köyüne önemli bir katkı sağladığı ve köyün gelirlerinin turizm odaklı olarak artmaya başladığı vurgulanmaktadır. Örneğin bir diğer katılımcı bunu şu şekilde vurgulamaktadır:

“Bundan 40 yıl önce köy halkı hayvancılık ve tarım ile uğraşırdu. Zamanla tütün ve anasonun yerini daha çok sebze ve meyve yetiştiriciliği aldı. Daha sonra insanlar yetiştirdikleri ürünleri sahil kenarında ve evinin önünde tezgah kurup satmaya başladılar. Ekonomik gelir elde eden insanlar her yıl daha fazla üreterek daha fazla satış yaptılar. Bizim yetiştiriciliğimiz birçok köye göre çok farklıdır. Çünkü biz susuz tarım ve ata tohumu ile sebze ve meyve yetiştiririz. Köyümüz transit geçiş noktasında yer aldığı için önce yoldan geçenler ürettiklerimizi aldılar. Daha sonra 2016 yılında köyümüzün Slow Food köyü adaylık sürecinin başlaması, köyün adını daha fazla duyurdu ve artık sürekli turist gelmeye başladı. Sosyal medyadan, basından duyduklarıyla Slow Food için bizleri arayan, köye gelen, yediklerimizi yemek isteyen, tarihimizi ve yerel yiyeceklerimiz için gelenler çok fazla oldu. Buraya özgü kopanisti peynirini, kelle peynirini soran, zeytin, zeytinyağı, hurma zeytini,

şeker içi dediğimiz (damat tatlısı), karaköy katmeri, kendimiz nasıl yaşıyorsak ve ne yiyorsak onları deneyimlemek isteyenler günümüzde çok fazla. Yukarı da anlattığım gibi tarımdan turizme geçişimiz bu şekilde olmuştur”. (K32)

Bir başka katılımcı ise şunları dile getirmektedir:

“Turizme geçilmeden önce tarım ve hayvancılık yapılırdı. Daha sonra hayvancılığı birkaç kişi dışında kimse yapmadı. Tarım ise uzun yıllar yapıldı ve hala da yapılmaktadır. Tarımdan turizme geçişle beraber ürün çeşitliliği arttı ve daha fazla ürün yetiştirdik. Susuz tarım ve ata tohumu kullandığımızdan dolayı ürünlerimizin tadı hep çok beğenilmektedir”. (K21)



Resim 6: Kafe'nin önünde tezgah kurup satış yapan aile

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

Köydeki turizmin gelişiminde ve köyün turizme dönüşüm sürecinde özellikle yakın çevrede yer alan Çeşme, Alaçatı, Ilıca, Ildırı gibi önemli turizm destinasyonlarına da vurgu yapılmaktadır. Buraya gelen yerli ve yabancı turistlerin zaman içerisinde köyü ziyaret etmesiyle birlikte kendilerinin de bu sürece adapte olduğunu ve bölgeye gelen turlardan köylere de ziyaretçilerin geldiği vurgulanmaktadır. Ancak, son 5 yıllık süreç içerisinde turist tiplerinde de bir değişim

olduğu yabancı turistin yerini yerli turiste bıraktığı ve çoğu zamanda bilinçli olan özel ilgi turistinın köyü ziyaret ettiği ifade edilmektedir.

“Turizm faaliyetlerine başlamamızla beraber Slow Food’a bireysel üye olmamız ve Slow Food köyü olmaya adaylık sürecinin başlamasıyla birlikte köyümüz daha fazla tanındı. Dolayısıyla daha fazla satış yapma imkanımız oldu. Ancak köyümüze daha önce Danimarkalı, Amerikalı, İngiliz, Alman turist gelirken, son yıllarda yabancı turist sayımız çok azaldı. Yabancı turistler ile jest ve mimiklerle beraber fiziksel hareketlerle (tarzanca) ve lise de öğrendiğim İngilizce ile anlaşmaya çalışıyordum. Çeşme, eskiden bakir bir bölge olduğu için otel fiyatları bu kadar yüksek değildi. Acenta ve turlarla çok fazla gelenler olurdu. Şimdiler de ise otel fiyatlarının çok daha yüksek olmasıyla Çeşme ve Alaçatı’yı İstanbul sosyetesine ele geçirmiş durumda. Parası olan kişiler gelip tatilini yapabilmekte, tur ile ya da acenta ile gelen turist yok artık. İşletmeciler de bu duruma alıştığı için daha sonraki sezonda da bir değişiklik olmuyor. Eskiden bir firma beş acentanın işini yapardı ve acentaların artık bu durumu kaldıramamasıyla Çeşme Bölgesinde artık acenta benim bildiğim kadarıyla yok. Turizm firmalarıyla sürekli kontakt halinde olduğum için bu bölgeye yabancı turistlerin gelmediğini biliyorum. Gelenler ise, kendi imkanları dahilinde tur ve acenta dışında tatillerini kendileri planlayıp gelmektedir. Yabancı turistin gelmemesi bölgeyle alakalı değil, Çeşme Bölgesi’nin turist ağırlama konusunda yüksek fiyatlı olmasıdır. Yerli turist ise her geçen gün artmaktadır. Bazı yerli turistler bölgeye gelmeden önce derslerine çalışıp, gelmekte, internetten Ege köylerini araştırdıklarında gezilecek Ege köyleri kapsamında ilk sıralarda Germiyan köyü geldiği için bilinçli olarak turistin gelmesi bizi çok mutlu etmektedir. Ayrıca köyümüzün tur kapsamına girmesinden sonra birkaç kişi daha mekan açtı. Çünkü insanlar köyümüze artık çok kişi geliyor bende şurayı değerlendirebilirim, şunu da ben mi yapsam gibi fikirlerin doğmasıyla icraate geçmektedirler. Turizm faaliyetlerinin köyde gelişmesi insanları teşvik etmekte ve ileriye dönük çok iyi fırsatlar sağlamaktadır. Yine turla gelen bazı yerli turistler sadece tur parasına riayeten gezi yapmak istiyorlar. Kesinlikle alışveriş yapmadan ayrılmak, bahçeden izinsiz meyve koparmak, kapımızın önündeki çiçekleri çalma gibi olumsuz durumlarla da karşılaşabiliyoruz. Fakat müşteri, veli nimetimizdir bakış açısıyla yaklaştığımız için sert yapamıyoruz. Kuru kalabalığın yanında bu şekilde olumsuz

durumlar da olabiliyor. Her şeyin farkında olan, köyün tarihi, otantikliği, yöresel yiyecekleri, alışveriş ve gelenekleri için gelen araştıran, okuyan, soran yerli turistten çok memnunuz bu gibi de olumlu durumlar oluşabilmektedir. Hatta bazıları ile arkadaş olup, bir sene sonrası için anlaşıp, planlar yapabiliyoruz”. (K8)

4.5. Tarımdan Üretim Ekonomisine Dönüşüm: Yiyecek Turizminin Rolü

Tarımdan ekonomiye dönüşüm çeşitli araştırmaların bulgularından da ortaya çıktığı gibi “ekonomik dönüşümler”, gelir kaynaklarının tarımdan turizme veya ekonomik düzenin geçiminden birikime dönüşmesi olarak sınıflandırılabilir. Bu tür ekonomik dönüşümler genellikle “turizm gelişimi” altında incelenmektedir ve ağırlıklı olarak ekonomik konulara odaklanmaktadır (Ayres, 2000; Cooper ve Wanhil, 1997; Daly ve Cobb, 1990; Oppermann ve Chon, 1997; Sinclair, 1998). Ancak, turizme dönüş sürecinde ara bir aşama olarak tarım ürünlerinin mamul maddeye dönüştürülmesi de benzer şekilde önemli bir süreçtir.

Tarım ve hayvancılıkla geçimini sağlayan Germiyan köyünde yaşayan yerel halk 1990’lı yıllarla birlikte ürettikleri ürünleri sahilde, yol kenarlarında ya da köyün transit geçişinin yapıldığı yerde satmaya başlamasıyla turizmle tanışmıştır. Daha sonra daha fazla ürün çeşitliliği ve ürün üreterek yakınlardaki pazarlarda satmaya ve tezgah önü kültür oluşturarak; yerel halk kendi evinin önüne bir tezgah atarak satış yapmaya devam etmiştir. 2016 yılında Slow Food köyü olmaya aday olmasıyla birlikte toplantılar yapıp herkes el birliğiyle elinden ne geliyorsa köyde bir şeyler üretmeye ya da satmaya, köyün daha fazla tanınırlığının artması için Nuran Erden’in duvarları boyamaya başlaması, evinin altını, bahçesini, balkonunu değerlendirip küçük işletmeler açmaya başlayarak yerel halk sürece dahil olmuştur. Bu süreçten sonra herkes para kazanmaya, gelir elde etmeye başlamıştır. Yukarıda verilen diğer çalışmalarda da olduğu gibi tarımdan ekonomiye dönüşüm ise Germiyan köyünde bu şekilde olmuştur.

Tarımdan üretim ekonomisine dönüşüm noktasında katılımcıların vurguladığı hususların başında ürün çeşitliliğinin artması ve alternatif pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ile yeni pazarlara yönelme şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu süreçte özellikle yerelde ortaya çıkan sosyal girişimci kadınların rolü önemlidir.

Örneğin köyün tanıtılmasında; duvarların resmedilmesi, beyaz badanalı evler haline dönüştürülmesi, evlerde yapılan doğal ürünlere yönelik daha yoğun üretime geçilmesi, festivaller ve sosyal medya aracılığıyla ulusal ve uluslararası pazarlamaya yönelmesi bunların başında gelmektedir.

Bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Daha önce tarımla tabiki uğraşıyorduk fakat Slow Food köyü olmaya aday olmamızla beraber daha fazla ürün ve daha fazla çeşit ürünler yetiştirip, satışa sunduk. Ayrıca evimizin altında olan boş odamızı kafeye dönüştürdük. Bir arkadaşımınla beraber Germiyan köyüne özgü yiyecekleri ve limonata, çay, ayran, türk kahvesi ve bitkilerden elde ettiğimiz bitki çayları ve meşrubatları sattık. Yiyecek turizminin rolü Germiyan köyünde insanların daha fazla yerel ürünler pişirip, burada yaşayan insanların geleneklerine daha bağlı olması sebebiyle, köyümüze eski geleneklerimiz ve yerel yemeklerimiz için gelenlerin sayısı arttı. Bizlere ise kendimizle beraber onlara da yapıp sunma imkanı doğdu. Daha sonra ben buradan elde ettiğim kazancımla kendime araba aldım o yılın sonunda, bu da benim için ekonomik kazanç oldu.”(K16)(K5)(K24)

Bir başka katılımcı ise tarımdan üretim ekonomisine geçişi aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

“Biz bu Germiyan köy ekmeğini iki nesildir yapmaktayız. Kayınvalidem 1990’lı yıllarda ekmek yaparken, kayınpederim züccaciyeci olarak mahallelerde krom tepsi, çeyizlik mutfak eşyaları, tencere, tava gibi eşyalar satmaktaymış. Daha sonra kayınpederim krom tepsiler de satmaya başlamış. Tepsileri satarken, bizde bu tepsiler de ekmek yapıp satsak nasıl olur diye düşünmüş. Kayınpederim kayınvalidemle paylaşmış bu düşüncesini. 1993 yılında bu tepsilerde Germiyan’a özgü Germiyan köy ekmeğini yapmaya başlamışlar. Bizim evin olduğu yer de transit geçiş yolu üzerinde yer aldığı için evin bahçesinde bulunan fırında zamanla daha fazla ekmek pişirmeye başlamışlar. Gelen geçen ekmeği farkedip satın almaya başlamış. Yerel halk ve zamanla da bölgeye ekmek yayıldı. Turizmin gelişmesi, Slow Food Hareketi, Nuran Erden’in duvarları boyamaya başlamasından sonra her geçen gün köy daha fazla tanındı. Ekmeğe olan talep arttıkça her gün yapılan ekmek sayısı

fırının küçüklüğünden dolayı talebi karşılayamaz hale geldi. Daha sonra fırını büyüttük. Fırını büyüttükten sonra Çeşme bölgesinde ve köy çevresindeki fırınlar satışlarının düşmesinden dolayı İlçe Tarım Müdürlüğü'ne şikayette bulunmuşlar. Daha sonra İlçe Tarım denetime geldi. Fırın bahçede olduğu için sağlıksız ortam gerekçesiyle üretimi yasakladılar. Hal böyle olunca da köyün büyük fırını kapalı olduğu için şartları yerine getirdiği için kazandığımız gelirler ile orayı açtık. Aynı sistemde yine aynı ekşi maya ve odun ile Germiyan köy ekmeğini üretmekteyiz. Daha sonra küçük marketlerin, sonrasında ise Migros gibi marketlerin ilgisinin artmasıyla şu an marketlerdeki yerini Germiyan köy ekmeği aldı". (K33)



Resim 7: Germiyan köy ekmeği

Kaynak: (Mutlu, 2019)

Kadınların önde olduğu girişimcilik süreçleri sayesinde köyde ürün çeşitlenmesi ve rezilyant bir toplumun ortaya çıkmasının sağlandığı görülmektedir. Örneğin bu durumu bir kadın girişimci şu şekilde ifade etmektedir.

“Bir zamanlar sadece kendimiz için üretip, tüketirken köyün ün kazanmasıyla beraber daha fazla üretim yapıp, pazarlamasını yapmaya başladık. 2000’li yıllarda turizmle tanışmamızla beraber köye gelen turistlere hizmet vermeye başladık. İlk önce köyümüzü yabancı turistler keşfetti. Gelen turistlere 2000’li yıllarda ilk önce elma çayı, daha sonra yöresel olarak Ege Mutfağı’ndan sarma, evimizin altında

şömine de yaptığım gözleme ve geldikleri mevsim de hangi meyveler bulunuyorsa onları sunardım. Daha sonra Danimarka'lı turistleri akşam yemekli olarak ağırlamaya başladık. Germiyan köyüne özgü hamur işleri, yöresel yemekler ve ot ağırlıklı yemekler sunardım. Ekonomik kazancımızla daha sonra evimizin altını ve terası yaptırıp işlerimizi büyüttük. Daha sonra eski usullere göre (güneşte bekletilerek) doğal reçeller, salça yapıp pazarlamaya başladım. Son yıllarda sırf Germiyan'ın yöresel yemekleri için gelenler ve yemeklere aşırı ilgi duyan insanlar var ve bu kitle sürekli artarak devam etmektedir".(K28)

Katılımcıların verdiği bilgiler ve benim gözlemlerim doğrultusunda Germiyan köyünün yiyecek turizmi potansiyeli taşıdığı ve üretim ekonomisinin bu yöne doğru evrildiği görülmektedir. Özellikle tarımsal ürünlerin mamul maddeye dönüştürülerek hizmet sektörü içerisine dahil edilmesiyle ekonomik olarak kazancın artması köyde yaşayan bazı kişilerin tezgah satışından kafede yiyecek satışına geçtiği gözlemlenmiştir.

4.6. Mekânın Yeniden Üretimi: Turizm ve Slow Food Hareketi'nin Rolü

Araştırma bulgularının ortaya çıkardığı en önemli sonuçlardan biri de Germiyan köyünün Slow Food Hareketi'ne aday olmasıyla birlikte evlerin ve bahçelerin mekansal alandaki rolü noktasında turizmle meydana gelen bir değişimin olup olmadığıdır. Bu noktada Germiyan köyünün Slow Food köyü olmaya adaylık sürecinin başlaması yerel halkın turizmle birlikte her ne kadar kendi özgüvenlerinin arttığını ve ekonomik bağımsızlıklarının daha da güçlendiğini ifade etseler de mekansal anlamda da çeşitli değişikliklerin olduğu görülmektedir. Şöyle ki önceden sıradan bir geçiş yolu ya da sokak olan yerlerin şu an tezgah önü satış kültürünün devam ettiği bir yer konumundadır. Yine daha önce ova olarak kullanılan yerin bir kısmında bungalov tarzı taşınabilir evlerin koyularak mekansal dönüşümlerin yapıldığı yer olması mekânsal değişime örnek gösterilebilir. Slow Food köyü olmaya aday olması, en önemlisi Nuran Erden'in duvar boyamaları sayesinde köyün turizmde önemli bir yer ve Ege'de görülmesi gereken köy kapsamına girmesinden dolayı aynı zamanda yeni çok fazla mekansal değişim olmakta ve mekanın yeniden üretimi gerçekleşmektedir.

Mekanın yeniden üretimi süreci özellikle Lefebvre (2017) tarafından vurgulanan hususlardan bir tanesidir, araştırmacı özellikle metaların mekan aracılığıyla üretiminden, mekanın kendisinin metaya dönüşmesine vurgu yapmaktadır. Bu çerçevede, özellikle bireylerin günlük yaşam pratikleri aracılığıyla mekanların yeniden üretildiği ve bir meta haline geldiğini ifade etmektedir.

Katılımcılardan bir tanesi bu hususu şu şekilde örneklemektedir:

“Slow Food köyü aday olma süreci başlamadan önce ve köyün tanınırlığı bu kadar artmadan önce araba garajı olarak kullandığımız yeri turizm faaliyetlerinin artmasıyla beraber orayı kafeye dönüştürdük.” (K19)

Diğer bir katılımcı tarafından bu durum şu şekilde ifade edilmektedir:

“2001 yılında tam olarak turizm faaliyetlerine başladık. Köyümüze ilk turist kafilesi geldiği zaman onları evimde misafir ediyordum. Sadece yaşadığımız alanı kullanmaktaydım. Daha sonra turist sayısı arttıkça turlar da gelmeye başlayınca kullandığımız alan yeterli olmadı. Bu sebeple alt katta olan zeytinyağı deposu olarak kullandığımız yeri oda haline getirip kullanıma açmaya karar verdik ve o odanın içinden yukarıya bizim yaşadığımız alana 2002 yılında bir merdiven yaptırıldı. O aşağıdaki odaya annemin annesinin annesinden, annemin annesinden, annemden ve kayınvalidemden kalan eşyaları oraya yerleştirdim. Geleneklerimizi ve gündelik yaşamımızı yansıtan sandık, tabaklık (terek), yer şilteleri, sini, testi, yaba, ekme tahtası, pürnent, eski mutfak eşyaları, kıyafetler, kaneviçeleri eskiden de kullandığımız şekilde onları da o odaya yerleştirdim. Burada kullanılan, yukarıda bahsettiğim eşyalar ise en az 100-150 yıllıktır. Böylece 2003 yılında alt kat tamamen kullanıma açılmış oldu. Fakat o zamanlar konaklama yapılmıyordu. 2000 ile 2012 yılları arasında köyümüze gelen turistler Çeşme’de konaklamaktaydı. Slow Food köyü olmaya aday olmamızla birlikte ve Nuran Erden’in duvar boyamalarından sonra son 6 yıldır sosyal medya, basın yayın organlarının bu bölgeye yoğunlaşmasından sonra köyümüze gelen turist sayısı çok fazla arttı. Konaklamak isteyen yerli/yabancı turistleri aşağıda bulunan odamızda misafir etmekteyiz. Ayrıca evimizin teras bölümünün üzerini kapatıp ahşap masa, sandalye atarak ve çevresini istediğimiz hale getirerek kafe haline dönüştürdük. Ayrıca eve giriş kısmının bir

bölümünde, masanın üstünde ve evin ön giriş kapısının önünde tezgahta kendi ürettiğimiz ürünleri; reçel, salça, marmelat, melemen, tarhana, turşu, zeytin ve zeytinyağı gibi ürünlerin satışını da yapmaktayız”. (K12)



Resim 8: Germiyan köyünde korunan otantik bir ev

Kaynak: (Özer, 2019)



Resim 9: Germiyan Köyünde bir kafeden görüntü

Kaynak: (Özer, 2019)

4.7. Germiyan Köyü'nün Slow Food Köyü Aday Olma Sürecini Etkileyen Sosyo-Kültürel Özellikleri

Bulguların diğer bölümlerinde köyün son 40 yıllık süreç içerisinde önemli bir değişim ve dönüşüm geçirdiği vurgulanmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasında önemli kişilerin olduğu gibi sürdürülebilir bir süreç haline getirilmesi noktasında da özellikle yerel halkın sahip olduğu sosyo-kültürel özelliklerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çerçevede, vurgulanabilecek en önemli hususlardan bir tanesinin köyün gelişim dinamiklerini yöneten ve yönlendiren yerel halkın birçoğunun veya köye sonradan yerleşen yerli kişilerin iyi bir eğitim seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Birçoğunun lisans öğrenim derecesi, bir kısmının doktora ve yüksek lisans öğrenim derecesi, bir kısmının ön lisans öğrenim derecesi ve çok azının ise ortaöğretim öğrenim derecesine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca yaptıkları işe vakıf olan insanlar oldukları ve sürekli kendilerini geliştirmeye yönelik eğitimler aldıkları tespit edilmiştir.

Adanmışlık ve aidiyet duygusu da köyde tarımla başlayan ve turizme dönüşüm süreciyle devam eden süreçte önemli bir rol oynadığı öne sürülebilir. Ayrıca katılımcıların sahip olduğu en önemli ortak özellik, çok uzun yıllardan beri tarımla uğraşmalarıdır. Germiyan Köyü'nün Slow Food Köyü aday olmasında kilit rol almasını sağlayan bireylerin zeytin yetiştiriciliği, sebze ve meyve (bamya, domates, kavun, bakla, karpuz, kayısı, incir, nar, üzüm, biber, acur) gibi ürünleri ata tohumlarıyla dikip, susuz tarımla yetiştirdikleri ürünleri hem tüketip hem de satışını yaparak ya da kafede pişirerek sunmakta oldukları görülmektedir. Katılımcılar bu deneyimlerinin üretilmesinde, sunulmasında ve pazarlanması noktasında kendilerinin Slow Food Hareketi'ne yönelik önemli bir farkındalık kazandırdığını ifade etmektedirler. Bu durumlar Germiyan Köyü için önemli bir avantaj olarak görülmektedir.

Günümüz modern toplumlarının en önemli özelliklerinden bir tanesinin sosyal girişimcilik ve gönüllük gibi bireysel özelliklerin toplumların temel yapı taşlarını oluşturmaya başladığı görülmektedir. Bu çerçevede, köydeki katılımcıların

büyük çoğunluğu, yaptıkları işlerde, tarımla uğraşırken ya da aynı şekilde ürettiklerini satarken maddi değerlerin ön planda değil de manevi değerlerin daha ön planda tuttuklarını ve Germiyan Köyünde yapılmış ve yapılacak olan her bir durum için önce gönüllülük esasıyla orada bulunup, yaptıklarını ifade etmektedirler.

Ayrıca köyde en ufak bir mesele ya da toplantı yapılacak olduğunda köy halkı köy kahvesinde toplanmaktadır. Buradaki en önemli şeylerden bir tanesi köydeki birlik ve beraberliktir. Kendimin de dahil olduğu günlük yaşam deneyimleri içerisinde bu durumu çoğu zaman gözlemlediğim olmuştur. Örneğin köyün yakınlarında hali hazırda faaliyeti durdurulan taş ocağının faaliyetlerinin sonlandırılması için köylünün bir araya geldiği ve çevrenin korunması noktasında çeşitli çevresel amaçlı eylemleri organize ettikleri bilinmektedir.



Resim 10: Germiyan köyünde eylem için yapılan bir toplantıdan görüntü

Kaynak: <https://www.evrensel.net/haber/382179/cesme-germiyandaki-tas-ocagina-tekrar-ced-olumlu-karari-verildi>, Son Erişim Tarihi: 21.12.2019.

Örneğin bir katılımcı bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“Köyde zaten en ufak bir durum olduğunda da köy halkı köy kahvesinde toplanır. Buradaki en önemli şeylerden bir tanesi köydeki birlik ve beraberliktir. Biz ilk bu iş için köy kahvesinde bir araya geldiğimizde herkes köyün tanıtımı, gelişimi

vs. için toplanarak, ortak fikirler belirlendi. Kimsenin maddi bir beklentisi yoktu. Herkes elinden gelenin en iyisini yapsın olarak başlandı”.(K37)

Diğer önemli sosyal bir özelliğin ise yerel halkın örf, adet, gelenek ve görenekler konusunda geleneklerine sıkı sıkıya bağlı olduklarıdır. Örneğin Germiyan köyündeki yerel halkın yüzlerce yıllık olan gelenekleri yaşatmaya çalıştıkları görülmektedir. Eski yerel ve geleneksel yiyecekleri, eski tarifleri ile eski usüllerle pişirip, çocuklarına da öğrettikleri görülmektedir. Ayrıca değişen dünya da insan gücüyle yapılan üretimin yerini makineler alalı neredeyse 100 yıl olmuştur fakat bu köydeki insanlar hala geleneksel tarım yapmaktadırlar. Baktığımız zaman popüler kültür, geleneğe dair ne varsa yavaşça yok etmeye çalışırken Germiyan köyünün var olan geleneklerini yaşattığı ve sahip çıktığı görülmektedir. Geleneklerin yaşaması ise şimdiler de daha çok çaba ve sabır gerektirmektedir. Çünkü gelenek, zamana ve onun yıkıcılığına direnmektir. Yıllar öncesine ait gelenekleri sürdürme noktasında köydeki birçok şeyin metalaşma ve ticarileşme sürecinde önemli bir dezavantaja sahiptir. Bir katılımcı geleneklerinden bazılarını şu şekilde özetlemektedir:

“Öncelikle burada birkaç geleneğimizden bahsetmek istiyorum. Örneğin kız isteme merasimi. Kız isteme merasimi yapıldıktan sonra söz kesilir. Söz kesildikten sonra nişan tarihi verilir. Daha sonra nişan yapıldıktan sonra bir balık merasimi olur. Nişan balığı dediğimiz bir balık (Leos) getirilir. Bu iri balığın ağzında bir hediye bulunur. Erkek tarafının maddi durumuna göre altın; bilezik, yüzük, küpe gibi hediye koyulur. Kız tarafı ise gelen tepsi boş gitmesin diye damat tatlısı (şeker içi) dediğimiz tathiyı yapar ve o gelen tepsiyle gönderilir”. (K26)

Damat Tatlısı (Şeker İçi) Yapılışı

Malzemeler: İtir bitkisi (gül yağı), un, irmik, tereyağı, badem, tarçın, şeker

Yapılışı:

İtir bitkisi kaynamış suya kokusu çıkması için batırılır. İrmik'in içine kızarmış tereyağını koyup yoğurulacak kıvama getirilir. Daha sonra un ve su eklenir. İyice karışincaya kadar yoğrulur. Daha sonra iyice yoğrulan hamur oval şekilde elde açılır. Hazırlanan iç (badem, tarçın) harcını hamurun içine koyup ay şeklinde

kapatılır. Daha sonra tatlının üstü kızarıncaya kadar pişirilir. Pişirilen tatlı ıtır suyuna batırılır, lezzeti çekmesi beklenir. Daha sonra pudra şekerine batırılır. Unutulmaya yüz tutmuş tatlar ve gelenekler hala Germiyan köyünde yaşatılmaktadır”.

Bir başka düğünlerine yönelik gelenek ise Germiyan köyünde kına gecelerinde kına tepsisini erkek tarafı getirmektedir. Kız tarafı ise kına tepsi boş gitmesin diye ekmek lokumu (un, süt, şeker, zeytinyağı, damla sakızı) göndermektedir. Ayrıca bir başka gelenek ise Germiyan köy ekmeği yüzyıllardır hala aynı maya ve pişirme teknikleriyle yapılmaktadır.



Resim 11: Germiyan’a özgü ekmek lokumu

Kaynak: (Erden, 2018)

Katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal anlamda girişimci oldukları tespit edilmiştir. Yapılacak olan işler de fikirlerini ve ulaşmak istedikleri noktayı iyi belirledikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların Slow Food Hareketi’ne bireysel üye ve aday olmadan önce kendilerine ben bu işi yapabilir miyim sorusunu yönlendirdikleri görülmüştür. Yetiştirecekleri ürünleri belirledikten sonra ya da küçük çaplı işletmelerini açtıktan sonra satışlarını istedikleri düzeyde yapabilecekleri veya yapamayacakları üzerine bir nevi pazar analizi yapmış oldukları görülmektedir. İşlerinde sürdürülebilirliği sağlama konusunda emin olduktan sonra toplantılar

düzenlenip belirli aralıklar ile durum analizi yaptıkları görülmektedir. Bildikleri işi yapmaları en büyük avantaj sağlarken sermayelerini iyi kullanıp, pes etmedikleri ve bir sonraki durumda neler olabileceğini ön görmeleri çok iyi fırsatlar elde etmelerini sağlamıştır.

Bir katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Daha önce ben Öğretmen eşim bankacı olduğu için İzmir de ikamet etmekteydik. Emekli olduktan sonra köyümüze yerleştik. İlk önce babamdan kalan tarlaya şarap yapmak için üzüm diktik. Belli bir süre üzüm bağlarının olgunlaşması için emek verdik. Daha sonra yapılacak olan iş ile ilgili fikirler topladık, araştırmalar yaptık daha önce sadece kendimiz için yaptığımız bira ve şarapları daha sonra satışı nasıl yapabiliriz diye pazar araştırmasını ve analizlerini yaptık. Ulaşmak istediğimiz hedef, en başından beri belli olduğu için en kısa sürede faaliyete geçirdik. Kısmen başkalarından da üzüm alıp, şarap yapıp satıyoruz. Ya da üzüm getirenlere onlar için bazı konularda yardımcı oluyoruz. Çoğunlukla kendi bağımızın üzümleri ile şarap yapıp satmaktayız. Sürdürülebilirliği de sağladıktan sonra istikrarlı bir şekilde yapımına ve satışına devam ettik. Konu hakkında eğitim, araştırma ve sürekli okuma gibi eylemler gerçekleştirdik. Hala da araştırmaya ve okumaya konu hakkında bilgi toplamaya en iyisini yapmaya çalışıyoruz”. (K15)

4.8. Germiyan Köyünde Slow Food Hareketi: Bir Başarı(sızlık) Hikayesi

Köyde kaldığım süreç içerisinde birçok kişiden dinlemiş olduğum Slow Food köyü olmak için önce adaylık sürecinde gerçekleşen olaylardan hareketle, Germiyan köyünün de Türkiye’deki bu konudaki birçok turizm girişiminde olduğu gibi bir başarı(sızlık) hikayesi oluşmuştur. Bu durum Butler (1984) yaşam döngüsünde olduğunun aksine çeşitli sosyal ve kültürel değişkenlerin olduğu görülmektedir. Germiyan köyü, Slow Food Hareketi’ne aday olmadan önce yerel halktan bazı kişiler bir araya gelip, köyün daha fazla gelişmesi ve turizme dahil edilmesi için ne yapılabilir diye katılanların düşünceleri alınıp ara ara toplantılar düzenlenmekteymiş. Sonrasında ise Çeşme Rotary Kulübü’nün temsilcileri olan Rötaryenlerle görüşmeler başlamıştır. Fakat Rötaryenlerle daha önce de köyün tanışmışlığı bulunmaktaymış.

Bu ilişkiler çerçevesinde, Rötaryenler köye yardım olarak zeytin silkme makinesi ve zeytin örtüsü gibi yardımlarda bulunmuşlar. Yerel halk, köye gelen Rötaryenlere köyü tanıtmak ve turizmin köyde geliştirilmesi adına kafe açmak, yerel yiyecekleri tanıtmak vb. gibi isteklerini dile getirmişler. Rötaryenler ise bu durumu çok hoş ve heyecanla karşılamışlar. Daha sonra Rötaryenler, biz bu köyü “Slow Food köyü” yapalım önerisinde bulunmuşlar. Çünkü burada zaten yöresel yiyecekler ile beslenen, geleneklerine bağlı yaşayan insanların olması, bozulmamış ve bakir bir köy olması sebebiyle bu köyü Slow Food köyü yapmaya ve süreci başlatmaya karar vermişler. Çeşme Rotary Kulübü, biz bu köye önyak olalım sizde gerekenleri yapın önerisinde bulunmuş. Germiyan halkı, Slow Food köyü olması noktasında girişimci olmak istediklerini Rötaryenler’e belirtmişler. Türkiye Slow Food Hareketi kurucularından (İzmir Bardacık) Gazeteci-Yazar Nedim Atilla, Çeşme Germiyan mahalle kahvesinde, yörenin değerlerini koruyarak kalkınma yöntemlerini bulmak yolunda alternatif bir model olan “Slow Food” organizasyonu hakkında bilgilendirme yapmıştır. Daha sonra İzmir Hava Gazı Fabrikası’na gidilmiş orada köyün tanıtımı ve ürünlerin pazarlanması gerçekleştirilmiştir. İzmir çapındaki bir toplantı da Germiyan köyünden bahsedilmiştir. Toplantıdan sonra var olan stanttan yerel halk ürünlerinin pazarlamasını gerçekleştirmiştir. Üreticiler aynı zamanda ürünlerini, yetiştirdiklerini anlatmışlar. Nedim Atilla köye belirli zaman aralıklarıyla gelip bilgilendirme yapmış ve bu zaman sürecinde köye gelip gitmiştir. İlk önce yerel halktan 30 kişinin Slow Food’a bireysel üyeliği yapılmıştır. Daha sonra Germiyan’ın Slow Food köyü olması için üyelik ve adaylık süreci başlatılmıştır. Germiyan köyünün Slow Food köyü olması için resmi evrak işleri ve İtalya ile görüşmeleri Nedim Atilla tarafından yapılmıştır. Ardından Slow Food Hareketi’nin prosedürleri uygulanmaya başlanmış. Slow Food prosedürlerine uygun olarak Ayşe Kabasakal, toprak ana (Terra Madre) seçilmiştir. O kadının seçilmesindeki sebep ise, geleneksel ve yöresel yiyecekleri bildiği ve yöreye özgü kopanisti ve kelle peynirini yaptığı içindir. Daha sonra Çeşme Rotary Kulübü, İzmir Bardacık Slow Food Grubu ve Germiyan köyü arasında 15 Mayıs 2016 yılında Türkiye’nin ilk ve tek Slow Food köyü olarak ön protokol başvurusu yapılmıştır. Ön protokol ise 9 aylık bir süreçtir. Bu ön protokol süreci Germiyan köyü için toplamda 7 aylık bir zaman dilimi içerisinde gerçekleşmiştir. Kıbrıs Slow Food kurucuları ve İzmir Bardacık Slow

Food Grubu denetlemeler sırasında bazı usulsüzlükler tespit etmiştir. Tespit edilen bu usulsüzlükler ve Slow Food'un ilkelerine uyulmadığı gerekçesiyle 23 Aralık 2016 yılında protokoller iptal edilip, Slow Food süreci Germiyan köyü için sonlandırılmıştır.

Ancak, ilk başlarda büyük bir heyecan ile başlayan bu girişim daha sonraki süreçte bazı nedenlerden dolayı çeşitli olumsuzluklarla karşılaşmıştır. Bu süreç ise şu şekilde sonlanmıştır: Yerel halkın çoğu prosedürleri yerine getirirken birkaç kişinin prosedürlere uymadığı tespit edilmiş. Bu tespit edilen sorunlar ise şu şekildedir: Örneğin bazı insanların sadece ticari düşünüp para kazanma hırsına yenik düşmeleri; burada yetişmeyen, üretilmeyen ürünleri satmaları, manavdan meyve ve sebze alıp Germiyan da yetişen bir ürün gibi satmaları; yöreye özgü yapımı zor ve zaman alan kopanisti peynirini marketten aldıkları peynirle karıştırıp hileler yapmaları; bal yerine glikoz satmaları; Germiyan köyüne has zeytinyağı yerine sabun yapımında kullandıkları yağları satmaları; bazı insanların Slow Food Hareketi'nin tam olarak ne anlam geldiğini anlayamaması; Germiyan köyünde kapalı mekanın olmaması; 12 ay kafelerin açık olmaması gibi sebeplerle Germiyan köyü denetimden geçememiş ve böylece Slow Food köyü olma adaylık süreci iptal edilmiştir.

Katılımcı ise bu bilgilendirmeyi, Germiyan köyü için süreci ve Slow Food Hareketi'ni şu şekilde açıklamaktadır:

“Bir fast food devi, esnaf lokantasını yerinden edince Slow Food Hareketi ivme kazandı. İlk olarak Slow Food'un anlamının ne demek olduğunu yerel halka açıkladım. İngilizce de “slow” yavaş, “food” ise yiyecek ve yemek anlamında ama “slow food” yavaş yavaş, tadını çıkara çıkara yemek yemek olmadığını söyledim. Çok daha geniş kapsamlı bir kavram olduğunu aktardım. Yemek yemek, bir insanın temel hakkı, lezzet bir insan hakkı ama “slow food” aslında bir koruma hareketi olduğunu aktardım. Hareket'in doğuşuna baktığımızda, Türkiye'nin çokta farkında olmadığı ama dünyada çok hızlı gelişmekte olan, Slow Food Hareketi'nin hikayesini her ne kadar hızlı yeme alışkanlığını ortadan kaldırmak, yerel üreticileri korumak amacıyla 1986 yılında İtalya da Carlo Petrini tarafından başlatıldığı kabul edilse de asıl ses getiren çıkış ve Hareket'in tanınmasını sağlayan 23 yıl önce yine İtalya da başlamıştır. 1992 yılında Roma'nın merkezinde İspanyol merdivenleri diye bilinen

meşhur bir yerde meşhur bir esnaf lokantası taşınacağına dair kapısına bir yazı asmıştır. Yazı da, pazartesiden itibaren şu adrese taşınıyorum yazılmıştır. Esnaf lokantasına niye taşınıyorsun diye sorduklarında; esnaf cevap olarak bizim dükkanın sahibi burasını çok daha fazla kira veren, çok uluslu bir hamburger fast food şirketiyle anlaştığını belirtmiştir. Bir yerel değer göz göre göre yerinden yurdundan edilmesine gönüllü razı olmayan gazeteciler, anında “Biz Roma’nın göbeğinde bir trattoryanın McDonalds’la yer değiştirmesine razı değiliz” diye bir hareket, imza kampanyası başlatmışlardır. Bir ayda 10-15 bin imzaya ulaşılmıştır. Daha o zamanlar; yani 20-25 yıl önce bile insanlar, fast food tarzı yiyeceklere karşı çıkmışlardır. Bugün ise bize öyle korkunç şeyler yediriyorlar ki, “fast food”lar bunların yanında masum kaldı. Hem de çok masum. Bugün bize gerçek gıda yedirmediklerini, gerçek gıdanın Germiyan köyünde yapılan kopanisti peynirinin, beslenen Sakız koyununun, pişirilen Germiyan ekmeğinin, tarhananın, Çeşme kavununun gerçek gıda olduğunun altını çiziyorum her fırsatta. İşte az önce bahsettiğim fast food tarzı beslenme nedenleriyle Slow Food Hareketi’ni savunuyoruz. Slow Food bugün gerçek gıdanın peşindedir. Her yerde, her zaman esnaf lokantasını, evde pişen çorbayı, kabak çiçeği dolmasını savundu. İtalya’dan bütün dünyaya böyle yayıldı. Yerel gıda, doğal gıda ve gerçek gıdanın peşinde insanları bilinçlendirmeyi kendine görev edindi. Gerçek olmayan gıdayla işimiz yok, derdimiz gücümüz gerçek gıda ve bir sloganımız var “Ne yiyorsak O’yuz” “Slow Food Hareketi”i işte bugün bunu savunmaktadır. Germiyan köyünü, Türkiye’nin ilk Slow Food köyü olması için ise projenin hayata geçirilmesi amacıyla yapılan oylama da, katılımcıların tamamının destek vermesi üzerine izlenecek yol haritası için bana ulaştılar. Ben de aranızdan ilk önce 25 gönüllüyü belirleyeceksiniz. Bu 25 gönüllünün içinden de 5 kişilik yönetim kurulu seçip oluşturmalarını söyledim. Bunlardan bir tanesinin Rotaryen dostlarımızdan olmasını fakat hareketin lideri olmayacağını aktardım. Yönetim ise köyden bir arkadaşımızın liderliğinde olması gerektiğini, karşılıklı ilişkileri sağlıklı sürürmek açısından da başkan yardımcısının Rotaryenlerden olmasını dile getirdim. Bu başkanların ise 3 tane yedeğinin olması gerektiğini ve bir denetçi atanıp bu işi başlatabileceğimizi aktardım. Rotary’den gelen arkadaşın Convivium denetçisi dediğimiz bir ünvanının olacağını, gerekli bilgilendirmeleri yapacağımı söyledim. Engin Hoca’nın liderliğinde bu projeyi

gerçekleştirebileceğimizi, prosedürleri yerine getirirlerse başarılı olunabileceğini, 2015 yılının sonunda veya 2016 yılının başında Türkiye'nin ilk Slow Food köyü olarak ilan edeceğimizi açıkladım. Germiyan köyü geleneksel yaşam tarzıyla, yöresel yiyecekleriyle, doğal pişirme ve üretim yöntemleriyle, tarımı hala yapmalarıyla yapısını bozmayıp korumasıyla, bu hayatın sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından çok uygundu. Yaşam biçimleriyle bunca yıl Slow Food gibi yaşamış olmaları da etkileyiciydi. Burada gerçek gıdanın üretildiği görülmektedir. Organik gıda değil, gerçek gıda dendiğinde ürettiklerinde ne ilaç var ne başka bir şey. Baktığımız zaman burada hanımların çeyizlerinde ata tohumları vardır. Onlar için bilezikten bile daha kıymetli bu tohumlar. İri çekirdekli karpuz, domates, kavun ve börülce tohumları bulunmaktadır. Bu sebepler ile Germiyan köyünün Slow Food köyü olması için gerekli evrakları İtalya'ya göndererek süreci başlattım. Fakat bazı prosedürleri ve denetimden geçememesi dolayısı ile Slow Food köyü olarak ilan edilemedi”.



Resim 12: Slow Food Hareketi'ne Yönelik Yapılan Toplantılardan Bir Görüntü

Kaynak: (Mutlu, 2016)



Resim 13: Slow Food Toplantılarından Bir Görünüm

Kaynak: (Mutlu, 2016)

Bu başarısızlık yerel halkın gözüyle değerlendirilecek olursa yapılan bu usulsüzlükleri sonradan öğrendiklerini, doğruladıklarını ve bazı şartları ellerinde olmayan sebeplerle yerine getiremediklerini ifade etmektedirler. Etik sıkıntıları ortaya çıkaran insanlara tepki gösterdikleri, uyardıkları tespit edilmiştir. Fakat bu başarısızlığı yerel halk tek taraflı görmemekte ve Slow Food Hareketi'nde denetimden geçememe ve başarısız olma noktasında başka etmenlerinde olduğunu düşünmektedirler. Örneğin zamanında Slow Food Hareketi için köye önyak olanların daha sonra bilgilendirmeleri tam olarak yapmamaları, destek sağlamamaları ile usulsüzlük ve etik dışı davranan insanların belli olduğunu ve bu insanları uyardıkları gibi sebeplerle bu başarısızlık hikayesini eleştirdikleri görülmüştür.

4.9. Germiyan Köyünde Sosyal Girişimcilik Örneği: Nuran Erden

Araştırma bulgularının ortaya çıkardığı en önemli sonuçlardan biri ise Germiyan köyünde özellikle sosyal girişimcilik örneği gösteren kadınların bireysel etkisiyle turizmin gelişmesi ve köyün tanıtımının yapılması noktasında yeni hikayelerin oluştuğu görülmektedir. Bu noktada en fazla ses getiren Nuran Erden'in duvar, taş ve ahşap boyama serüveninin etkili olduğu görülmektedir.

Germiyan köyünün duvarlarını rengarenk resmeden; çiçekler, kuşlar ve değişik motiflerle boyayan Nuran Erden, 23 Şubat 1962 yılında Germiyan köyünde doğmuştur. İlkokul'unu Germiyan İlköğretim Okulu'nda, Ortaokul'unu İzmir Şehit Gazeteci Hasan Tahsin' de, Lise öğrenimine Eşref Paşa Lisesi'nde başlamış fakat İzmir İnönü Lise'sinden mezun olmuştur. Önlisans eğitimi, Trakya Üniversitesi Kırklareli Meslek Yüksekokulu Halıcılık bölümünü bitirerek mezun olmuştur. Açıköğretimden Sosyal Bilimler eğitimi ise hala devam etmektedir. Nuran Erden, yaptığı duvar resimleriyle Germiyan köyünü Ege'de görülmesi gereken köyler kapsamına girmesini sağlamıştır. Germiyan köyünü bir kadının eliyle nasıl değiştirebileceğini bizzat kanıtlamıştır. Her yeri bir çeyiz sandığındaki motifler gibi duvara yansıtarak yaşatmaktadır. Anadolu kadının yaratıcılığını evinin her yerine, köyün her yerine işlemiştir. Ayrıca taş ve ahşap boyama, hediyelik eşya (çanta, cüzdan, süs kabağı, taş) boyayıp, desen yaptığı görülmektedir. Diğer ressamlardan farklı kılan özelliği ise desenlerini tuvale değil de köyün duvarlara resmetmesidir. Nuran Erden'in tuvali, köyün duvarlarıdır. Uzun yıllar çobanlık ve çiftçilik yapmış ama en sevdiği iş ise duvarları boyamaktır. En sevdiği renk ise mavidir. Rastgele resim yapmadığı da bilinmektedir. Her bir resmin kendine göre bir hikayesi bulunmaktadır. Katıldığı, konuşmacı olduğu; bazı program, belgesel, eğitim ve seminerlerden bahsetmek gerekir. Trt Diyanet'in bir programı olan Bir de Bana Sor, Antalya'da FAO Sürdürülebilir Gıda Kapanış Toplantısı, 2018 yılında Ankara Ekmek Festivali, Trt Haber Tadında Program'ı, 360 Tv Herşey Dahil, Kanal D Murat Güloğlu Kahvaltı Haberleri, KADVEST Uluslararası Kadıköy Festivali, Bingo Hayata Değer Katan Kadınlar, Fulin Arıkan Aksu ile Hayat Tadında Trt Haber, Tülühan Tekelioğlu "Yapabilirsin" Belgeseli ve Kitabı, İçinden Yol Geçen Hayatlar, Uluslararası Boğaziçi Film Festivali, 11. Uluslararası Kısa Belgesel Günleri'nde Germiyan'ın Renkleri isimli belgesel İran'da 1. olmuştur. Uluslararası ilk haber ajansı AlJazeera, Trt World ve Ulusal Trt Avaz'da yaptığı duvar boyamaları ile haber olmuştur. Konuşmacı olarak katıldığı üniversite ve dernekler ise; Türk Kızılayı 8 Mart Kadınlar Günü Programı, Türk Kızılayı Gençlik Yapılanması, Pamukkale Üniversitesi, Adnan Menderes Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İZİKAD (İzmir İş Kadınları Derneği). Basın yayın organlarının, tv, haber ajanslarının da sürekli köye gelip ropörtaj, belgesel ve haberler için çekim

yaptıkları görülmektedir. İlk olarak Habertürk, daha sonra İlyas Haber Ajansı (İHA), Anadolu Ajansı, Trt Haber, Demirören Haber Ajansı (DHA), Atv, Ntv, Trt 2, Amerika'nın Sesi, Show Tv gibi kanalların geldiği görülmektedir.



Resim 14: Nuran Erden'in yaptığı ilk çalışma

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

Katılımcı ise bu hikayesini şu şekilde anlatmaktadır:

“Köyü ziyarete gelen kişi sayısının az olması ve Germiyan köyünün harita da yer almamasından dolayı rahatsızlık duyuyordum. Bu köye bir şekilde insanları getireceğim diye başladım bu serüvene. İlk önce arkadaşlar ile biraraya gelip, kafeler ve kahvaltı yerleri açmaya karar verdik. Herkes üzerine düşen görevi üstlendi. Bende tabelaları boyayabileceğimi söyledim. İlk önce kafe isimlerini tabelalara yazarak boyama maceram başlamış oldu. Goca Emine, Otantik Ev Dilek, Nokakira, Bıdı Bıdı gibi ahşap tabelaları yazdım ve boyadım. Daha sonra kafeler için sandalye alacak kişilere ham ahşap almalarını söyledim. Ardından kafelerin sandalyelerini boyayıp, desenler işledim. Ardından 2015 yılında sadece mavi boyayla duvarları boyamaya başladım. İlk önce karşı komşumuzun evinin duvarına kuş resimleri yaptım. Daha sonra yine o komşumuzun vefat eden eşinin anısına Hilmi

abinin kalbini ve sevgisini yaptım. Daha sonra Germiyan Hatırası'nı yaptım. İnsanlar birer ikişer gelmeye başladı. Daha sonra arkadaşım kırmızı, yeşil boya verdi ve bende o boyalarla kırmızı gül ve yeşil yapraklarla duvarı resmettim. Bana diyorlar ki şunu çiz bunu çiz bende diyorum ki ismarlama iş yok, ben duvarın başına geçtiğimde ne hissettim onu çizerim diyorum. Tabiki duvarlarına resim isteyen yerel halktan şartlarım var. Evin duvarına resim isteyen herkes önce badanasını yapacak, evin içi senin, dışı benim diyorum köyümüzdekilere. Sokak kamu malı olduğu için sokak benim diye düşünüyorum. Neden duvarları boyadığım gelince duvar benim için özgürlük ama tuvalde sınırlama var. Sınırlamalar bana göre değil. “Bay ve Bayan baykuş” resmiyle tanındım. Çeşme Belediyesi Halkla İlişkiler Müdürü, Aslı Albayrak köye gelip duvarın resmini çekip sosyal medya da paylaşmış. Daha sonra cezmikalorifer sosyal medya da paylaşmış ve 86 bin kişi beğenince köyümüz sevilme ve tanınmaya başladı. Basında, yayında Slow Food Hareketi'nden daha fazla ses getirdi. 2015'ten bu yana köyümüz turizme tam anlamıyla açılmış olup, tanınırlığını tüm dünyaya duyurdu. Köyümüz hem tur kapsamına hem de Ege de görülmesi gereken köyler kapsamına girmiş oldu. Bu köyümüz ve vatanımız için çok gurur verici bir olay.”



Resim 15: Nuran Erden'in yaptığı 2. çalışması

Kaynak: (Araştırmacı, 2018)



Resim 16: Duvar resimleri

Kaynak: (Erden, 2017)



Resim 17: Duvar resimlerinden bir başka görüntü

Kaynak: (Erden, 2018)



Resim 18: Duvar resimleri

Kaynak: (Erden, 2019)



Resim 19: Slow Food Hareketi'nin simgesi olan salyangoz

Kaynak: (Araştırmacı, 2019)

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE TEORİYE KATKI

5.1. Sonuç ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen bulgular çerçevesinde turizmin ortaya çıkardığı kültürel ve sosyal değişimlerin en önemli sonuçlarından bir tanesi Germiyan köyündeki kadınların girişimci rollerinin ortaya çıkmasıdır. Bu araştırma da, kadınların özellikle tarımdan turizme geçiş sürecinde özellikle erkeklerden daha fazla yardım alarak turizmin Germiyan köyünde yeni bir ekonomik getiri olarak ortaya çıkması noktasında ön planda oldukları görülmektedir. Bu durum özellikle kadının doğal yaşam geleneklerini sürdürülebilir kılma noktasında tarımda üretilen ürünlerin mamul maddeye dönüştürülerek yavaş yaşam kültürünün yaygınlaştırılması noktasında önemli bir adım attıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Bu çerçevede, Slow Food Hareketi'nin turizmin gelişimine ve çeşitlenmesine yönelik önemli katkılar sunduğu ve yerelde de önemli fırsatlar yarattığı görülmektedir. Ancak, bu durumun sürdürülebilir bir hale getirilememesi noktasında ise metalaşan yerel kültürel değerlerin ortak amaçların önüne geçtiği ve metanın bir pazarlama aracı olmaktan çok bir amaç haline gelerek mekânın da metalaşması sürecinin başladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Yine de, bu araştırma da Germiyan köyünde yaşayan yerel halkın sosyal girişimcilik ruhlarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Bir başka sonuç ise, Germiyan köyünde mekânsal değişimlerin önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir. Özellikle yerel yönetimlerin katkılarının sınırlı olması, imar politikalarının köyde tam olarak uygulanmaması gibi sebeplerden ötürü yeni yapılaşmanın özellikle tarım arazilerinin aleyhine gelişmesi gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasındaki diğer önemli bir durum ise köyün demografik özelliklerinde yaşanan değişimlerdir. Bu değişimler, köydeki birlikte hareket etme, köyün öz değerlerini koruma ve bunları devam ettirme noktasında çeşitli çelişkilerin ortaya çıktığı ve bu ortaya çıkan çelişkilerin ise çeşitli sosyal ve ekonomik sorunlara yol açma potansiyeli taşıdığı görülmektedir. Bu da özellikle köyün sürdürülebilir bir turizm odağında iyi bir örnek olma noktasından uzaklaştığını göstermektedir.

Bir diğerk bulgulardan ortaya çıkan önemli bir sonuç ise, Germiyan köyünün yiyecek turizmi potansiyeli taşıdığıdır. Ancak, turizmin meydana getirdiğı çeşitli sosyo-kültürel değışimlerle birlikte metalaşma ve ticarileşme eğilimlerinin artma sürecinde olduğunu göstermektedir. Tarımın hala temel geçim kaynağı olduğu Germiyan köyünde, doğal, gerçek ve iyi tarım uygulamalarının turizme kazandırılması noktasında önemli bir potansiyelin olduğu ancak bu potansiyelin, köydeki yerel halkın birlikte hareket etme ve ortak bir bilinçe sahip olmama gibi nedenlerden dolayı çeşitli dezavantajların oluşması nedeniyle tam olarak turizme kazandırılmadığı görülmektedir.

Yerel halkın yüksek bir bilinç seviyesine sahip olması, doğal yaşamı benimsemeleri, gönüllülük esasına dayalı olarak başlamaları, geleneklerine sahip çıkmaları ve girişimci olmaları gibi temel sosyo-kültürel özelliklerin Germiyan köyünün Slow Food Köyü başvurusunda kilit rol oynamalarını sağlayan etmenlerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, köyün tarihsel bağlamda da yörenin önemli olan doğal tarım yöntemlerine, gelenek/göreneklerine sahip çıkma ve bunu sürdürme eğiliminde olmaları da köyün bu noktadaki diğerk güçlü yanlarını oluşturmaktadır.

Slow Food İtalya, her ne kadar köyün başvurusunu iptal etmiş olsa da, yerel halkın bu süreçte öğrendikleri ve deneyimledikleri öğretileri devam ettirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu anlamda kısa süren bu sürecin üzerlerinde bıraktığı etki veya bilinirlik sayesinde köyün turizm potansiyelini hala canlı tutma eğiliminde oldukları görülmektedir. Ancak, turizmin daha profesyonel ve sürdürülebilir yapılması noktasında ise köyün yaşlanan nüfusunun ve gençlerin bu sürece çok fazla sahip çıkmamaları nedeniyle mekânsal anlamda bir sayfiye yerleşmesine dönüşmesi riskiyle de karşı karşıya kaldıkları görülmektedir.

Köydeki turizmin gelişiminde ve köyün bir markalaşma sürecine girmesinde Slow Food Hareketi'nin önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Buna rağmen, bunun sürdürülememesi de diğerk olumsuz sonuçlardan bir tanesidir. Yukarıda ifade edilen ticarileşme kaygıları ve çok fazla para kazanma isteğıyle birlikte ortak bir bilinçle hareket etme eğiliminin azalması sonucunda Slow Food Hareketi'ne yönelik başlayan başarı hikayesinin başarısızlıkla sonuçlandığını göstermektedir. Yine de

köyde özellikle sosyal girişimcilik örneği gösteren kadınların bireysel etkisiyle turizmin gelişmesi ve köyün tanıtımının yapılması noktasında yeni hikayelerinin de oluştuğu da görülmektedir. Bu noktada Nuran Erden'in etkili olduğu görülmektedir.

5.2. Teoriye Katkı

Sosyal deneyim teorisi, günümüzdeki çevresel konuların günlük yaşam pratikleri içerisinde nasıl bir değişim ve dönüşüm süreçlerinin işletildiğinin değerlendirilmesi adına önemli bir yaklaşım olarak görülmektedir (Pakarinen, 2015; Reckwitz, 2002; Hargreaves, 2011). Literatürde özellikle çevre yanlısı yaşam pratiklerinin oluşturulmasında ve günlük yaşam deneyimlerinin bunlara sunduğu katkıların ortaya çıkartılması noktasında önemli bir teorik alt yapı oluşturmaktadır. Özellikle çevresel davranışların ve tutumların geliştirilmesi sürecinde önemli bir açıklayıcı durumdadır (Pakarinen, 2015: 11). Bu noktada özellikle kültürel teorilerin bir parçası olan sosyal pratik teorileri kültürel perspektif çerçevesinde kültürel aktivitelerin insanın bilişsel ve duyuşsal davranışları üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir. Bunu ise daha çok tarihsel ve kültürel perspektifle oluşan sosyal yapılar ve söylemler aracılığıyla açıklamaktadır. Bu araştırma kapsamında Slow Food Hareketi'nin turizm gelişimiyle ilişkisinin ele alındığı bu araştırma da bireylerin kendi kültürel ve sosyal normları aracılığıyla yapılandırdıkları anlama çabasının aslında doğayla uyumlu bir yaşama refere ettiği ve doğanın kurallarına insan yaşamının müdahale etmemesi gerektiğini göstermektedir. Germiyan köyünde yaşayan yerel halk, gelenekler, doğal yaşam, yeme ve içme konusunda sadece doymak için tüketmeyen, yediklerinin arkasındaki birikimin, kültürün ve özgünlüğün bilincindedirler. Bu durum özellikle Germiyan köyü özelinde bireylerin geçmişten getirmiş oldukları günlük yaşam deneyimleri ve çoğu zaman da görenek ve geleneklerin ortaya çıkardığı sosyal normlar aracılığıyla oluşmaktadır. Yasal gücün ve diğer normatif kuralların baskı unsuru olduğu durumlarda ise kendi öğrenmelerinden hareketle geliştirdikleri reflekslerin önemli olduğu özellikle Taş Ocağı ve Rüzgar Enerji Santralleri (RES) çevresel eylem tepkileriyle ortaya çıkmaktadır. Ancak, turizm daha çok pazarlama ve tüketim amaçlı ekonomik bir faaliyet olduğu için çoğu zaman Slow Food gibi yavaş hareketi ile de çeşitli çelişkiler oluşturmaktadır. Bu çelişkiler içerisinde bireyin ekonomik gelirini artırması amacıyla

çeşitli etik sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede de Slow Food Hareketi ile uyuşmayan bir yapıya dönüştüğü görülmektedir. Bireyin çevresiyle ilişkisi ve sembolleri anlamlandırmasıyla ürettiği bilgiyi kullanabilme becerilerinin her ne kadar bu süreçte kendilerine önemli bir avantaj sağladığı görülse de iyi, doğru ve adil olanı bulma noktasında yeterince gelişmediğini de göstermektedir.

Günlük yaşam deneyimleri çoğu zaman özellikle köyün sadece ürünlerini pazarlayan değil aynı zamanda ziyaretçilere çevresel odaklı yaşamın da bilincinin kazandırılması noktasında duvar resimlerinin çizilmesi ve buralardaki öğelerde daha çok insan, doğa ve çevre ilişkisinin işlenmesi önemli bir katkı olarak görülmektedir. Bu da bireyin doğayla uyumu çerçevesinde turizmin yeniden üretilmesi sürecinde önemli bir katkı unsuru olarak görülebilir. Örneğin, evlerin bahçelerindeki fırınlar aracılığıyla ekmeğin doğal, katkısız ve sağlıklı üretim yöntemlerinin olduğu Germiyan ekmeğinin gelen talep noktasında artık fırınlarda hamurun makine ile yoğrulması sonucunda çoğu zaman sosyal yaşam pratiklerinin ticari kaygılara da yenik düştüğü benzer şekilde gözlenmektedir. Her ne kadar köy içerisinde yerel halkın bu bakış açısını koruma çabası içerisinde olması ve bunların günlük yaşamlarında uygulayarak hem ziyaretçilere hem de medya aracılığıyla dünyaya duyurma çabası da yadsınamaz. Burada ortaya çıkan en önemli sonuçlardan bir tanesi kültürel ve tarihsel deneyimlerini iyi bir şekilde bilgi üretimine dönüştüren köylülülerin dış etkenlere karşı geliştirmeleri gereken bir dayanışma mekanizması ihtiyacıdır. Bu mekanizma da çoğu zaman iktidar söylemleri ve bu söylemlerin oluşturduğu sosyal kurumların baskısı altında gerçekleşemediği görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Adams, P. F., Dey, A. N., ve Vickerie, J. L. (2007). *Summary Health Statistics for the US Population; National Health Interview Survey*, 2005.
- Agar, M. (1980). Stories, Background Knowledge and Themes: Problems in the Analysis of Life History Narrative. *American Ethnologist*, 7(2), 223-239.
- Akbaba, A. ve Kendirci, P. (2016). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2*. Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretleme Ürünler İçinde, O. N. Özdoğan (Eds.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdemir, N. ve Selçuk, G. N. (2018). “Yöresel Mutfağın Turizme Kazandırılması ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı: Sakarya Ölçeğinde Bir Araştırma”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 2033-2049.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akkaya, A. ve Özcan, C. C. (2019). “Türkiye’de Gastronomi Turizmi’nin Ekonomik Etkilerinin İndeks Değerlendirilmesi”. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(32), 251-267.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). “Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Alptekin, M. Y. (2013). *Şehir ve Toplum*. (Birinci Basım). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Altınel, H. (2017). *Gastronomik ve Beslenme İlkelerinden Hareketle Menü Planlama ve Yönetimi*. (Üçüncü Basım). İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS uygulamalı*. (Sekizinci Basım). Sakarya Yayıncılık.

- Ambrosio, V., Manuel, L., ve Faria, T. (2011). "Events and Destination Management Car Launch in Lisbon". *International Journal of Management Cases*, 13(4), 331-337.
- Arslan, H. (2018). *Alternatif Turizmin Bölge Ekonomisi Üzerindeki Etkisi: Samsun Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Ayres, R. (2000). "Tourism as a Passport to Development in Small States: Reflections on Cyprus". *International Journal of Social Economics*. 2 (1-2), 114-133.
- Aytimur, R. (2015). *Slow Food Hareketi'nin Beslenme Alışkanlıkları ve Sağlıklı Beslenmeye Etkisi Üzerine Bir Uygulama Çalışması: Halfeti ve Seferihisar Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Bachleitner, R., ve Zins, A. H. (1999). "Cultural tourism in rural communities: The residents' perspective". *Journal of Business Research*, 44(3), 199-209.
- Bailey, F. G. (1971). *Gifts and poison*. In F. G. Bailey (Eds.), Gifts and poison-The politics of reputation. Oxford: Basil Blackwell.
- Bailey, F. G. (1987). *Strategems and spoils-The social anthropology of politics*. Oxford: Basil Blackwell.
- Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. (Beşinci Basım). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. (Çev. H. Deliçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Eserin Orijinali 1968' de yayınlanmıştır).
- Bayraktar, E., Öztürk, K., Kocaoğlu, M. (2016). "Küreselleşmeye Karşı Yereli Koruma Çabası: Sakin Şehirler". *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 11(Özel Sayı), 66-84.

- Beauregard, R.A. (1998) *Tourism and Economic Development Policy in US Urban Areas*. In D. Ioannides and K.G. Debbage (Eds.), *The Economic Geography of the Tourist Industry*. London: Routledge.
- Bélisle, F. J. (1983). "Tourism and food production in the Caribbean". *Annals of Tourism Research*, 10(4), 497-513.
- Bober, P.P.(2003), *Antikçağ ve Ortaçağda Sanat, Kültür ve Mutfak*. (Birinci Basım). İstanbul: Kitap Yayınevi
- Bucak, T. ve Turan, Ö. (2016). "Bölge Turizmine Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği". *Journal of Yasar University*, 11(43), 211-219.
- Butler, R. (Ed.). (2006). *The tourism area life cycle* (Vol. 1). Clevedon: Channel view publications.
- Can A., Sünnetçioğlu, S. ve Durlu-Özkaya, F. (2012). "Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı". *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya: 873-882.
- Chang, W. ve Yuan, J. (2011). "A taste of tourism: Visitors Motivations to Attend a Food Festival". *Event Management*, 15(1), 13-23.
- Cohen, E. (2004). "Tourism and Gastronomy". *Annals of Tourism Research*, 31(3), 731-733.
- Cooper, C. ve Wanhill, S.R.C. (1997). *Tourism Development: Environmental and Community Issues*. West Sussex: Wiley.
- Corsten, F. (2011) *Community Supported Financing: How Transparency on the Web Promotes Good Food Production*. Bachelor of Science Thesis, University of Gastronomic Sciences, İtaly: Pollenzo.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (Sekizinci Basım). Sakarya: Sakarya Kitabevi.

- Cömert, M. (2014). “Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Cömert, M. ve Sökmen, A. (2017). “Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Antalya’da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma”. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26.
- Cömert, M., ve Özkaya, F. D. (2014). “Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. (Third Edition). California: Sage Publications.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). “Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 100-115.
- Çeken, H., Ateşoğlu, L., Dalgın, T., ve Karadağ, L. (2008). “Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 71-85.
- Çımat A. ve Bahar O. (2003). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (6), 1-18.
- Çimen, H. (2016). “Gastronomi Turizmi Açısından Ardahan Mutfağının Önemi”. *Karadeniz-Blacksea- Chernomoepe*, (32), 307-315.
- Daly, E.H. ve Cobb, J.B. (1990). *For the Common Good: Redirecting the Economy towards Community, the Environment and a Sustainable Future*. London: Merlin.
- Dann, G.M.S. ve Jacobsen J.K.S. (2002). Leading the Tourist by the Nose. G.M.S. Dann (Eds.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. CABI Publishing: Wallingford.

- Demir, C. (2011). *Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Demirel, S. ve Yegen, C. (2015). “Tüketim, Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü”. *İlef Dergisi*, 2(1), 115-138.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). “Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi ve Turizm*. (İstanbul Örneği).
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., ve Yeoman, I. (2018). “What is food tourism?”. *Tourism Management*, (68), 250-263.
- Erdek, F. (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfağın Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Eren, D. (2012). *Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Ergüven, M. H. (2011). “Cittaslow Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 201-210.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2008). “The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England”. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2),150-167.
- Gay, L., ve Diehl, P. (1992). *Research Methods for Business and Management*: Macmillan Coll Div.

- Getz, D., Robinson, R., Andersson, T. ve Vujicic, S. (2014). *Foodies and Food Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F., Ertaş, Y. ve Şanlıer, N. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Öğeleri Açısından Değerlendirilmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into the 21st Century*, Burlington (USA): Butterworth- Heinemann.
- Goldblatt, J. (2013). Events and Management. In R. Finkel, D. McGillivray, G. McPherson ve P. Robinson, *Research Themes for Events*. London: CABI.
- Gökdeniz, A. (2004). “*Otel İşletmeciliği Ders Teksiri*” Balıkesir.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). “Gastronomi Turizmi: Ayvalık’ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Gülen, M. (2017). “Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi”. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Güven, E. (2011). “Yavaş Güzeldir: Yavaş Yemek’ten Yavaş Medya’ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi”. *İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), 113-121.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Hall, C. ve Sharples, L. (2003). “The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste”. *Food Tourism Around The World*, 1-24.
- Hammersley, M., ve Atkinson, P. (1994). “Ethnography and Participant Observation”. *Handbook of Qualitative Research*, 248-261.

- Hargreaves, T. (2011). "Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change". **Journal of Consumer Culture**, 11(1), 79-99.
- Harper, S. (1997). Constructing Later Life/Constructing the Body: Some Thoughts from Feminist Theory. In a Jamieson, S. Harper ve C. Victor (Eds.), Critical Approaches to Ageing and Later Life, **Journal of Hospitality, Leisure, Sport ve Tourism Education**, 10(1), 160-172.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Őengöl, S. (2013). "Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Füzeyleri: Gelveri Örneği". **International Journal of Social and Economic Sciences**, 3(1), 06-11.
- Hatipoğlu, B. (2015). "Cittaslow: Quality of Life and Visitor Experiences". **Tourism Planning Development**, 12(1), 20-36.
- Haywood, K. (1988). "Responsible and Responsive Tourism Planning in the Community", **Tourism Management**. 9(2), 105-118.
- Henderson, J. C. (2009). Food Tourism Reviewed. **British Food Journal**, 111(4), 317-326.
- Hill, L. H ve Clover, D. E. (2003). "Environmental Adult Education - Ecological Learning". **Theory and Practise for Socioenvironmental Change**. San Francisco: Jossey-Bass.
- Hjalager, A. M. ve Richards, G. (2002). **Tourism and Gastronomy**. Routledge
- Honore C. (2008). **Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi**. (Çev. E. Gür). İstanbul: Alfa Yayınları. (Eserin Orijinali 2004' de yayınlanmıştır).
- Honore, C., (2004). **In Praise of Slowness: How a Worldwide Movement Is Challenging the Cult of Speed**. San Francisco: Harper San Francisco.
- Horkheimer, Max. (2005). **Critical Theory**. New York: Seabury Press.

Hussein A. T. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

İbrahimov, A., Emekli, G., Soykan, F. (2007, 20-22 Nisan). *Küresel Turizmden Yerel Turizme ve Türkiye*. International Conference, “Global Changes and Problems-Theory and Practice”, Bulgaristan.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.d). *Slow Food chefs' alliance*. Retrieved 23 September 2016, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/>. Son Erişim Tarihi: 21.10.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.a). *What is the foundation?* Retrieved 23 December 2015, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-is-the-foundation/> Son Erişim Tarihi: 18.05.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.b). *Slow Food presidia*. Retrieved 23 September 2016, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-presidia/>. Son Erişim Tarihi: 25.06.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.c). *10,000 Gardens in Africa*. Retrieved 23 December 2015, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/10-000-gardens-in-africa/>. Son Erişim Tarihi: 21.05.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.c). *10,000 Gardens in Africa*. Retrieved 23 December 2015, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/10-000-gardens-in-africa/>. Son Erişim Tarihi: 17.07.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.d). *Slow Food chefs' alliance*. Retrieved 23 September 2016, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/>. Son Erişim Tarihi: 26.09.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.e). *Earth Markets*. Retrieved 23 December 2015, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/earth-markets/>. Son Erişim Tarihi: 08.10.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.f). *Presidia in Turkey*. Retrieved 23 September 2016, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/nazioni-presidi/turkey/>. Son Erişim Tarihi: 09.09.2019.

İnternet: Slow Food Foundation. (n.d.f). *Presidia in Turkey*. Retrieved 23 September 2016, URL: from <http://www.fondazione Slow Food.com/en/nazioni-presidi/turkey/>. Son Erişim Tarihi: 10.10.2019.

İnternet: Turizm Günlüğü, (2019). BM Dünya Turizm Örgütü 2018 yılı Turizm Verileri, URL: <https://www.turizmgunlugu.com/2019/09/06/turizm-verileri/>. Son Erişim Tarihi: 10.09.2019.

İnternet: TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu, (2017). URL: <https://www.turofed.org.tr/haberler/2-bm-dunya-turizm-orgutu-gastronomi-turizmi-raporu>. Son Erişim tarihi: 10.02.2018.

İnternet: TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), (2014). TÜRSAB 2014 Türkiye Turizm Sezonu Raporu, URL: https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-2014-turkiye-turizm-sezonu-raporu_10983. Son Erişim Tarihi: 10.10.2019.

İnternet: UNWTO. (2019). International Tourist Arrivals Reach 1.4 Billion Two Years Ahead of Forecasts. Retrieved April 21, 2019, from URL: <http://www2.unwto.org/pressrelease/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-aheadforecasts>. Son Erişim Tarihi: 10.10.2019.

Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D. ve Lowell, J. (2003). “Return to Traditional Values? A case study of Slow Food”, *British Food Journal*, 4(5), 297-304.

Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. (Üçüncü Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E.N. ve Ekici, A. (2015). “Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği”. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 27-46.

- Katz, S. H. (2003). *Encyclopedia of Food and Culture*, New York: Thomson Gale.
- Kesici, M. (2012). "Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü". *KM Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kılıç, M. ve Mancı, "A. R. (2019). Turizm Odaklı Yerel Kalkınma Yaklaşımı: Şanlıurfa Örneği". *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 192-210.
- Kivela, J. ve Crofts, C. J. (2006). "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourist Experience a Destination". *Journal of Hospitality Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*, Eylem Planı 2007-2013, Ankara.
- Lansing, P., ve De Vries, P. (2007). "Sustainable tourism: ethical alternative or marketing ploy?". *Journal of Business Ethics*, 72(1), 77.
- Lefebvre, H. (2017). Ritimanaliz, Mekan, Zaman ve Gündelik Hayat. (Çev. Ayşe Lucie Batur) İstanbul: Sel Yayıncılık. (Eserin orijinali 1992'de yayınlanmıştır).
- Legg, S. (2004). "Memory and Nostalgia". *Cultural Geographies*, 11, 99-107.
- Leontidou, L. and Marmaras, E. (2001) Residential Tourism and 'Littoralization.' In Y. Apostolopoulos, P. Loukissas and L. Leontidou (Eds.), *Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomic Development and Cultural Change*. London: Routledge.
- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky, ABD: Lexington.
- Maviş, F. (2008). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. (İkinci Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Mayer, H., & Knox, P. L. (2009). *Pace of life and quality of life: The slow city charter*. In *Community quality-of-life indicators: Best cases III* (pp. 21-40). Springer, Dordrecht.
- Mergen, B. (1986). *Travel as Play*. B. Mergen (Eds.), Cultural Dimensions of Play, Games, and Sport, Human Kinetics Publishers. Champaign, IL, 103-111.
- Meriç, H. G. (2016). *Slow Food ve Yemek Turizmi: Foça Yeryüzü Pazarı Örnek Olay Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Mielsenman, H. (2000). *Dimensions of the Meal*, Aspen Publications Ltd, Maryland.
- Moran, J. (2002). "Childhood and Nostalgia in Contemporary Culture". *European Journal of Cultural Studies*, 5 (2), 155-175.
- Myerhoff, B. ve Sımcı, A. (1979). *Life's Career Aging. Cultural Variations on Growing Old*. London: New Delhi.
- Oppermann, M. and Chon, K-S. (1997). *Tourism in Developing Countries*. London: International Thomson Business Press.
- Özdemir, M. ve Kervankıran, İ. (2011). "Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği". *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Özgürel, G., ve Avcıkurt, C. (2018). "Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketinin Yerli Turistler (Akademisyenler) Tarafından Algılanışı". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 568-587.
- Özleyen, E. ve Tepeci, M. (2017). "Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi". *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 139-152.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H., ve Birsen, Ö. (2017). "Yavaş Hareketi": Çevreden Kültüre Hayatın Her Alanında Küreselleşmeye Başkaldırı". *İnif e-Dergi*, 1(2), 38-49.

- Pakarinen, N. (2015). *Transition Practices: Education for Sustainable Development in Ecotourism*. Master Thesis in Sustainable Development. Uppsala University Published at Department of Earth Sciences, Villavagen 16, 1-25.
- Paksoy, M. ve Özdemir, B. (2014). “Yeni Bir Gıda Tüketim Alışkanlığı Olarak Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi”. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, 1510- 1519.
- Park, K., Reisinger, Y. ve Kang, H. (2008). “Visitors' motivations for attending the South Beach wine and food festival”, Miami Beach, Florida. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 161–181.
- Parkins, W. (2004). “Out of Time: Fast Subjects and Slow Living”, *Time and Society*, 13 (2-3), 363-382.
- Parkins, W. ve Craig, C. (2006). *Slow Living*. Berg Publishers, New York.
- Petrini, C ve Padovani, G; Çev: Ekiz, Ç. (2011). *Slow Food Devrimi Arcigola'dan Terra Madre'ye: Yeni Bir Yaşam ve Yemek Kültürü*. (İkinci Basım). Ankara: Sinek Sekiz Yayınevi.
- Pink, S. (2008). “Sense and Sustainability: The case of the Slow City movement”. *Local Environment*, 13 (2), 95-106.
- Presenza, A. ve Iocca, S. (2002). “High Cuisine Restaurants: Empirical Evidences from a Research in Italy”. *Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(3), 69-85.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). “Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experience in Tourism”. *Tourism Management*, 25 (3), 297-305.
- Reckwitz, A. (2002) *Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing*. European Journal of Social Theory. London: Sage Publications.

- Richards, G. (2003). *Tourism Gastronomy*. Hjalager ve G. Richards (Editörler), Gastronomy: and Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption? Londra: Routledge.
- Richards, G. (2014). *The Role of Gastronomy in Tourism Development*. Presentation to the Fourth International Congress on Noble Houses: A Heritage for the Future.
- Robertson, M. H., ve Boyle, J. S. (1984). "Ethnography: Contributions to "Nursing Research". *Journal of Advanced Nursing*, 9(1), 43-49.
- Sağır, G. (2017). "Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food ve Cittaslow Hareketi". *The Journal of Social Science*, 1 (2), 50-59.
- Sanchez- Canizares, S. M. ve Lopez-Guzman, T. (2012). "Gastronomy as a Tourism Resource: Profile of the Culinary Tourist". *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- Santich, B. (2004). "The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality education and Training". *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Santich, B. (2007), "The Study of Gastronomy: A Catalyst for Cultural Understanding". *The International Journal of The Humanities*, 5 (6), 53-58.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). "Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Sarıoğlu, S. (2005). *Küreselleşmenin Kentler Üzerindeki Etkileri: Dünya Kentleri ve İstanbul Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sart, G. (2018). *Nitel Araştırma Yöntem Teknik Analiz ve Yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Saunders, M. N., Lewis, P., ve Thornhill, A. (1997). *Research Methods for Business Students*. Pitman.

- Scarpato, R. (2002). Sustainable Gastronomy as a Tourist Products. A. Hjalager ve G. Richards, G. (Eds.), *Tourism and Gastronomy*. London- New York: Routledge.
- Schwandt, T. A., Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (2007). "Judging Interpretations: But is it Rigorous? Trustworthiness and Authenticity in Naturalistic Evaluation". *New Directions for Evaluation*, (114), 11-25.
- Sert, A. N. (2019). "The Effect of Local Food on Tourism: Gaziantep Case". *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1611-1625.
- Shenoy, S. (2005). *Food Tourism and The Culinary*, Doktora Tezi, Amerika Clemson Üniversitesi.
- Sırım, V. (2012a). "Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak " Sakin Şehir" Hareketi ve Türkiye'nin Potansiyeli". *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1, 121-122.
- Sırım, V. (2012b). "Çevre ve Kültürle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak Sakin Şehir Hareketi". *Türkbilim Dergisi*, 9, 189-208.
- Sinclair, M.T. (1998). "Tourism and Economic Development: A Survey". *Journal of Development Studies*, 34 (5), 1-51.
- Smith, M.D. and Krannich, R.S. (2000). "Culture clash' Revisited: Newcomer and Longterm Residents' Attitudes toward Land Use". *Rural Sociology*, 65 (3), 396-421.
- Smith, S. ve Costello, C. (2009). "Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis". *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 99-110.
- Sormaz, Ü., Özata, E. ve Güneş, E. (2015). "Turizmde Gastronomi". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 67-73.
- Stake, R. E., Denzin, N. K., ve Lincoln, Y. (1998). *Strategies of Qualitative Inquiry. Case studies*.

- Şahin, G. G., ve Ünver, G. (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şen, T. (2006). *Katılarak Gözlem Tekniği*, Araştırma Yöntemleri. Ankara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 1-12.
- Taşpınar, O. (2017). “Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilen Ürünlerin Marka Farkındalık, Bilinirlik ve Marka İmajı İlişkisinin İncelenmesi: Şaraplar Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(2), 219-226.
- Terkenli, T. S. (1995) “Home as a Region”. *Geographical Review*, 85 (3), 324-334.
- Tikkanen, I. (2007). “Maslow’s Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases”. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.
- Türnüklü, A. (2000). “Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme”. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi”, *Dergi Park Akademik*, 24(24), 543-559.
- UNWTO. (2019). International Tourist Arrivals Reach 1.4 Billion Two Years Ahead of Forecasts. Retrieved April 21, 2019, from <http://www2.unwto.org/pressrelease/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-aheadforecasts>.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. (Second Edition.), London.
- Urry, J. (2015). *Mekanları Tüketmek* (İkinci Basım). (R. G. Ögdül, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ümit Hamlacıbaşı, F. (2008). *Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada’nın Kaynakları*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Van Maanen, J. (2006). Ethnography Then and Now. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*.

- Wall, G., ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Wang, N. (1996). "Logos-Modernity, Eros-Modernity, and Leisure". *Leisure Studies*, 15 (2), 121-135.
- Warde, A. (2005). "Consumption and theories of practice". *Journal of consumer culture*, 5(2), 131-153.
- Wilkins, J. ve Hill, S. (1994). *The Life of Luxury*. Blackawton, Totnes: Prospect Books.
- Williams, A. M and Hall, C.M. (2000a). "Guest Editorial: Tourism and Migration". *Tourism Geographies*, 2 (1), 2-4.
- Williams, A. M and Hall, C.M. (2000b). "Tourism and Migration: New Relationships Between Production and Consumption". *Tourism Geographies*, 2 (1), 5-27.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism*. The Hidden Harvest, Kendall/Hunt Publishing Company, Iowa ABD.
- Yeoman, I., McMahon-Beattie, U., Fields, K., ve Meethan, K. (Eds.), (2015). *The future of food tourism: Foodies, Experiences, Exclusivity, Visions and Political Capital* (Vol. 71). Channel View Publications.
- Yıldırım, A. (1999). "Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi". *Eğitim ve Bilim*, 23, 7-12.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Dokuzuncu Basım). Ankara: SeçkinYayıncılık.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Altıncı Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtseven, H.R, Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*. (Birinci Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

FOTOĞRAFLAR

Erden, N. (2019). Nuran Erden'in arşivinden alınmıştır.

Mutlu, M. (2016). Melek Mutlu'nun arşivinden alınmıştır.

Erden, N. (2018). Nuran Erden'in arşivinden alınmıştır.

Araştırmacı, (2018). Araştırmacı'nın arşivinden alınmıştır.

Araştırmacı, (2019). Araştırmacı'nın arşivinden alınmıştır.

Mutlu, M. (2019). Melek Mutlu'nun arşivinden alınmıştır.

Özer, D. (2019). Dilek Özer'in arşivinden alınmıştır.

Erden, N. (2017). Nuran Erden'in arşivinden alınmıştır.



EKLER

YARI YAPILANDIRILMIŞ MÜLAKAT SORULARI

A) AKTÖRLERİ TANIYALIM

1. Kendinizden kısaca bahseder misiniz?
2. Germiyan köyü sizin için ne anlam ifade ediyor?
3. Kaç yıldır burada yaşıyorsunuz ve slow food hareketine nasıl dahil oldunuz?
4. Eğer bu süreç içerisinde aktif rolünüz olduğunu düşünüyorsanız, kendi rolünüzü nasıl tanımlıyorsunuz ve neden böyle bir rol içerisinde yer aldığınızı düşünüyorsunuz?
5. Slow food hareketinin hangi yönü(leri) sizin eğitimsel, kültürel ve sosyo-ekonomik geçmiş deneyimlerinize hitap ettiğinizi düşünüyorsunuz?
6. Sizin hangi deneyimleriniz bu hareketin gelişimine katkı sağladığını düşünüyorsunuz?

B) GERMİYAN KÖYÜ (MEKAN)

1. Germiyan Köyü'nün diğer turistik yörelere kıyasla ürünlerin sunumunda, hazırlanmasında ve pazarlanmasında Germiyan kültürünün etkisi nedir?
2. Germiyan Köyü'nün kültürü ve yerel halkın hangi yönleri Slow Food Hareketi için öncü olmasını sağlamıştır?
3. Germiyan köyü ürün ve üretici açısından yerel ve doğal gıda algısını (Slow Food Hareketi'nin temel unsurları) sağlayabilmekte midir?
4. Köyün mevcut doğal ve sosyo-kültürel kaynaklarının koruyabildiğini düşünüyor musunuz? Eğer düşünüyorsanız/düşünmüyorsanız neden?
5. Köyünüzü diğer köylerden ayıran temel sosyo-kültürel özellikler nelerdir?

6. Köyünüze özgü kendi içinizde sağladığınız herhangi bir iletişim mekanizması var mı? Ortak sorunlarınızın çözümünde nasıl bir yöntem izliyorsunuz?
7. Köyünüzde son 10 yıl içerisinde meydana gelen önemli sosyal değişimler nelerdir ve bu değişimlerin yol açtığı sonuçlar neler olmuştur?

C) YAVAŞ YEME HAREKETİ (SLOW FOOD MOVEMENT)

1. Slow Food Movement'ı (Yavaş Yeme Hareketi) nasıl tanımlarsınız? (SFH'nin hikayesi) Bu bölgeyi Slow Food Hareketi'ne yönelten doğal, sosyal ve kültürel kaynakları nelerdir?
2. Germiyan Köyünde Slow Food Hareketi köyün turizm faaliyetinde ne gibi katkılar sağlamaktadır? Lütfen olumlu ve olumsuz şeklinde açıklayabilir misiniz?
3. Bu girişime kolay bir şekilde uyum sağladığınızı düşünüyor musunuz? Eğer sağlayamadıysanız veya zor bir süreç olduğunu düşünüyorsanız, bunun nedenleri nelerdir?
4. Değişim süreci (adaptasyon) içerisinde köyünüzde kimlerin bu sürece en fazla katkı sağladığını düşünüyorsunuz ve neden?
5. Slow Food ile ilgili yerel yetkililerle (Belediye, Muhtar, Rotary Kulübü) iletişiminiz nasıldı? Slow Food Hareketi için destek sağladılar mı?
6. Slow Food Hareketi, Germiyan Köyünde kadınların sosyo-ekonomik yaşama katılımını etkilemiş midir? Etkilediyse katılım arttı mı ve nasıl?
7. Slow Food Hareketi, kültürün ve sosyal değerlerin sürdürülebilirliğine (çeşitlilik ve üretkenliğin devamlılığını sağlama) ne düzeyde katkı sunmaktadır?
8. Slow Food uygulamalarının yerel kimliği korumadaki rolü nedir?
9. Slow Food yerel boyutta hangi yönetsel ve iletişim ihtiyaçlarını ortaya çıkarmaktadır?

10. Germiyan Köyünde hangi ürünler üretilmektedir? Bu girişim Tarımsal üretim yöntemleri, pazarlama araçları ve mamül ürüne dönüşüm sürecinde herhangi bir değişime yol açtı mı?
11. Slow Food Hareketi'nin bileşenleri (hijyen vb.) sizin hangi kültürel birikiminizle uyuşmaktadır?
12. Bu girişim köyünüz ve yakın çevresinde hangi ekonomik etkileri (işletme boyutunda) yarattığını düşünüyorsunuz ve eğer böyle farklı girişimler varsa bu hareketin gelişimini engellemekte midir?
13. Bu girişimin bölge de ve yerel de oluşturduğu yaygın etkilerin neler olduğunu gözlemlediniz ve neden?
14. Bu süreçte karşılaştığınız olduğunuz en önemli sorunların ve engellerin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

D) ZİYARETÇİLER

1. Süreç içerisinde hem üreticilere hem de turistlere eğitim amaçlı bilgilendirme ve tanıtım sağlıyor musunuz?
2. Turistlerin beklentileri karşılanmakta mıdır? Karşılanmıyorsa neden?
3. Slow Food Hareketi ile birlikte turist profilinde meydana gelen değişimler nelerdir?
4. Slow Food Hareket'i turistleri nasıl etkilemektedir?
5. Ziyaretçilerin en çok ve en az beğendiği yönleriniz nelerdir? Niçin?

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : Merve KOCABAŞ
Uyruğu : TC.
Doğum Tarihi ve Yeri : 06/11/1992 - SİMAV
Telefon : 05530861380
E-mail : kocabasmerve35@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı	10.01.2020
Lisans	Yiyecek İçecek İşletmeciliği	18.05.2015

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2015/2016	Tui Blue Hotel Sarıgerme	Chief de Parti
2014/2015	Vogue Hotel Bodrum	Ala Carte İtalyan
2013/2014	Vogue Hotel Bodrum	Ala Carte Çin
2012/2013	Rixos Belek Premium	VİP Mutfak

Yabancı Dil

İngilizce
Rusça



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

10/01/2020

Tez Başlığı / Konusu:

SLOW FOOD HAREKETİ'NE YÖNELİK ETNOGRAFİK BİR ARAŞTIRMA: GERMİYAN KÖYÜ ÖRNEĞİ

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 140 sayfalık kısmına ilişkin, 10/01/2020 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından TURNİTİN intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 11 (onbir) dir.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi İnceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal İçemediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

10/01/2020

Adı Soyadı : MERVE KOCABAŞ

Öğrenci No :169220016

Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Programı :

Statüsü : Y. Lisans X Doktora

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SEREMET

...../...../2020

ENSTİTÜ ONAYI
UYGUNDUR

...../...../2020
Doç. Dr. Bekir KOCLAR
Enstitü Müdürü

