

**T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**GÖKÇEADA’NIN GASTRONOMİ ROTALARINDA SLOOW FOOD
ve GASTRONOMİ TURİZMİ**

Özkan YAZAR

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ ANA BİLİM DALI
GASTRONOMİ PROGRAMI**

DANIŞMAN

Dr. Öğretim Üyesi İlkay GÖK

İSTANBUL, Nisan 2019

T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GÖKÇEADA'NIN GASTRONOMİ ROTALARINDA SLOW
FOOD ve GASTRONOMİ TURİZMİ

Özkan YAZAR
(162059011)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ ANA BİLİM DALI
GASTRONOMİ PROGRAMI


Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih :
Tezin Savunulduğu Tarih : 19.04.2019

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi İlkay GÖK

Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Selda UCA

Dr. Öğr. Üyesi Demet TÜZÜNKAN





İSTANBUL, Nisan 2019



ÖNSÖZ

Bu çalışma Çanakkale İli Gökçeada ilçesinde yapılmıştır. Cittaslow ünvanına sahip ilçenin gastronomi rotalarının slow food ürünleri ile belirlenip haritalandırma yapılmıştır. Gökçeada'ya gelmek isteyen turistlere rehberlik ederek, adanın gastronomi turizmini ivmelendirecek bir çalışmadır.

Tez çalışmamda planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın hocam Dr. Öğretim Üyesi İlkay Gök 'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu süreçte her daim desteğiyle yanımda olan değerli eşim ve kızıma, benim bu günlere gelmemi sağlayan anne ve babama çok teşekkür ederim.

Özkan Yazar

Çanakkale 2019

ÖZET

GÖKÇEADA'NIN GASTRONOMİ ROTALARINDA SLOW FOOD VE GASTRONOMİ TURİZMİ

Bu araştırmanın amacı Gökçeada da gastronomi turizmi, slow food ve bunları bir araya getiren gastronomi rotalarını ortaya çıkarmaktır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket geliştirilmiştir. Anket 2017 yılının Ekim-Aralık ayları arasında Gökçeada ilçesinde, 367 kişilik örneklem üzerinde uygulanmıştır.

Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin 5 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümü Gökçeada da yeme-içme başlığı altında yer almaktadır. Bu bölümde katılımcıların Gökçeada da ki yaşam yılları, ürettikleri ürünleri, satışları ile ilgili 9 ifade bulunmakta, anketin üçüncü bölümü katılımcıların Cittaslow markasına ilişkin yaklaşım düzeyini ölçen 4 kapalı uçlu ifade yer almaktadır. Anketin dördüncü bölümünde Gökçeada Gastronomi Ölçeği ile yerel halkın gastronomi tutum düzeyini ölçen 9 kapalı uçlu ifade yer almıştır. Katılımcıların anketin üç ve dördüncü bölümlerinde yer alan her bir ifadeye katılım düzeyleri 5'li Likert tipi (Kesinlikle katılıyorum, Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum, Kesinlikle katılmıyorum) ölçek ile derecelendirilmiştir.

Anket soruları; bilgisayar ortamında SPSS istatistiksel programında analiz edilmiştir. Ölçeklerle ilgili geçerlik ve güvenilirliği test etmek için faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma ile Gökçeada'nın gastronomi rotaları oluşturularak, bu rotaların Cittaslow ünvanına sahip Gökçeada'nın hangi ürünleri olduğu tespit edilerek ,gastronomi turizmi üzerine etkileri değerlendirilmiştir.

Anahtar kelime: Gastronomi turizmi, Gökçeada ,Gökçeada Turizm Rotası, Cittaslow, Slow Food

ABSTRACT

SLOW FOOD and GASTRONOMY TOURISM ALONG the GASTRONOMY ROUTES in GÖKÇEADA

The purpose of this research is to highlight the gastronomy tourism and slow food in Gökçeada as well as to discover the island's gastronomy routes that combine them together. The method of choice employed in this research is quantitative research. A questionnaire form was developed as a means of data collection. The questionnaire was conducted through a 367 person sample between October and December of 2017 in Çanakkale's district of Gökçeada.

The first part of the questionnaire consists of five questions regarding the demographic features of the participants. The second part is titled Food&Beverage in Gökçeada. In this part, there are nine expressions with regard to the years the participants have passed in Gökçeada as well as the products they produce and sell there. The third part has four close-ended expressions measuring the participants' level of approach toward Cittaslow as a trademark. In the fourth part, there are the Gökçeada Gastronomy Scale and nine close-ended expressions measuring the local people's level of approach toward gastronomy. Participants' scale of approval of the expressions in the third and fourth parts are rated by means of 1-5 Likert Scale (I definitely agree, I agree, I don't know, I disagree, I definitely disagree)

Questions of the survey were analyzed by the SPSS and factor analysis was conducted to check the validity and reliability of the scales.

This research defines the gastronomy routes in Gökçeada, which holds the title of Cittaslow, and designates which products of the island compose these routes and assesses their impacts on the Gastronomy Tourism.

Key words: Gastronomy tourism, Gökçeada, Gökçeada Tourism Route, Cittaslow, Slow Food

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
KISALTMALAR	vi
TABLO LİSTESİ (LİST OF TABLES)	vii
ŞEKİL LİSTESİ (LİST OF FIGURES).....	ix
1.GİRİŞ VE AMAÇ	1
1.1 Amaç.....	1
2.GASTRONOMİ KAVRAMI.....	3
2.1 GASTRONOMİ	3
2.2 KIRSAL TURİZM.....	4
2.3 GASTRONOMİ TURİZMİ.....	4
2.4 GASTRONOMİ ROTASI	5
2.5 CİTTASLOW ve SLOW FOOD.....	5
2.5.1 Cittaslow Felsefesi	9
2.5.2 Slow Food Manifestosu (Yavaş Gıda Bildirisi).....	9
2.6 GÖKÇEADA	11
3.YÖNTEM.....	13
3.1.Araştırmanın Modeli	13
3.2.Evren ve Örneklem	14
3.3.Verilerin Toplanması.....	14
3.4.Verilerin Analizi	15
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	16
4.1. Ankete Katılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Elde Edilen Bulgular..	16
4.2. Katılımcılardan Gökçeada da Yemek ve İçecek ile İlgili Elde Edilen Bulgular.....	18
4.3. Katılımcıların Cittaslow Ünvanı ve Turizmin Etkilerine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	23
4.4. Katılımcıların Gökçeada Gastronomi Ölçeğine İlişkin Bulgular	27
Sonuç ve Öneriler	60

KAYNAKLAR	67
EKLER	72
ÖZGEÇMİŞ	75



KISALTMALAR

TÜİK :Türkiye İstatistik Kurumu

SPSS : Statistical Packages for the Social Sciences

N : Evren büyüklüğü

S :Örneklem büyüklüğü

KMO :Kaiser-Meyer-Olkin

Ort : Ortalama

TOKİ :Toplu Konut İdaresi Başkanlığı

s :Standart sapma

Sig :significance (anlamlılık)

df :degree of freedom(serbestlik derecesi)

RCM : Rotated Component Matrix^a

TABLO LİSTESİ (LIST OF TABLES)

SAYFA NO

Tablo 1 Belirli evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklükleri	14
Tablo 2 Katılımcıların cinsiyet değişkenine ilişkin bulgular.....	16
Tablo 3 Katılımcıların yaş değişkenine ilişkin bulgular.....	16
Tablo 4 Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin bulgular.....	17
Tablo 5 Katılımcıların yemek ve gastronomiye karşı ilgi düzeyine ilişkin bulgular..	17
Tablo 6 Katılımcıların ikamet yerine ilişkin bulgular.....	18
Tablo 7 Katılımcıların Gökçeada'daki yaşam sürelerine ilişkin bulgular.....	19
Tablo 8 Katılımcıların yörenize özgü yetişen yabancı otları nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna ilişkin bulgular.....	19
Tablo 9 Katılımcıların “yörenize özgü yaptığınız yeme – içme alışkanlıkları nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular.....	20
Tablo 10 Katılımcıların “özel günlerde yaptığınız yemekler nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular.....	20
Tablo 11 Katılımcıların peynir üretimi sorusuna ilişkin bulgular.....	21
Tablo 12 Katılımcıların zeytin tarımı ile ürettikleri ürün sorusuna ilişkin bulgular...	21
Tablo 13 Katılımcıların ekmek üretimine ilişkin bulgular.....	22
Tablo 14 Katılımcıların ürettikleri ürünleri pazarlamasına yönelik bulgular.....	22
Tablo 15 Katılımcıların “Gökçeada'nın tanıtımında aklınıza ilk gelen şey nedir? sorusuna ilişkin bulgular.....	23
Tablo 16 Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili bulgular.....	24
Tablo 17 Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	25
Tablo 18 Cittaslow ölçeği için güvenilirlik katsayısı.....	26
Tablo 19 Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	26
Tablo 20 Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	27
Tablo 21 Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	28

Tablo 22	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	28
Tablo 23	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	29
Tablo 24	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	29
Tablo 25	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	30
Tablo 26	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	30
Tablo 27	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	31
Tablo 28	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	31
Tablo 29	Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	32
Tablo 30	Gökçeada ve gastronomi ölçeği için güvenirlik katsayısı.....	32
Tablo 31	KMO and Bartlett's Test.....	33
Tablo 32	Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler.....	33
Tablo 33	Döndürülmüş Bileşen Matrix A (RCM).....	34
Tablo 34	İkamet_yerine göre yaşam süreleri.....	35
Tablo 35	İkamet_yerine göre ürünlerin değerlendirilmesi.....	36
Tablo 36	İkamet_yerine göre yöreye özgü ürünler.....	37
Tablo 37	İkamet_yerine göre özel günlerde üretilen ürünler.....	38
Tablo 38	İkamet_yerine göre peynir üretimleri.....	39
Tablo 39	İkamet_yerine göre zeytin ve zeytinyağı üretimi.....	40
Tablo 40	İkamet_yerine göre ekmek üretimi.....	41
Tablo 41	İkamet_yerine göre üretilen ürünlerin satışı ile ilgili istatistik...	42
Tablo 42	İkamet_yerine göre Gökçeada tanıtımında akla gelenler.....	43

ŞEKİL LİSTESİ (LIST OF FIGURES)

SAYFA NO

Şekil 43 Beyaz Köy Ekmeği Rotası.....	44
Şekil 44 Lavaş Rotası.....	45
Şekil 45 Kırma Zeytin Rotası.....	46
Şekil 46 Zeytinyağı Rotası.....	47
Şekil 47 Tatlı Rotası.....	48
Şekil 48 Tam Buğday Ekmeği Rotası.....	49
Şekil 49 Beyaz Peynir Rotası.....	50
Şekil 50 Et Yemekleri Rotası.....	51
Şekil 51 Kahvaltı Rotası.....	53
Şekil 52 İçecek Rotası.....	54
Şekil 53 Keçi Peyniri Rotası.....	55
Şekil 54 Pide Rotası.....	56
Şekil 55 Sebze Yemekleri Rotası.....	57
Şekil 56 Sele Zeytin Rotası.....	58
Şekil 57 Siyah Zeytin Rotası.....	59

1.GİRİŞ VE AMAÇ

1.1 Amaç

Son yıllardaki sosyal değişimler dünyadaki turizm anlayışını etkilemeye hatta değiştirmeye başlamış, bu değişim doğa ile bütünleşme, geçmiş kültürün izlerini yerinde görme, kültürel temaslar, yemek kültürü, tat ve lezzet merakı, yaşam tarzı, kişilerin ilgileri ve hobileri seyahat tercihlerini oluşturmaktadır. Kişilerin bu şekilde seyahat tercihleri turizmde özel ilgi turizmini ortaya çıkarmıştır. Alternatif turizmin içinde yer alan özel ilgi turizmin bir başlığını oluşturan turizm türlerinden biri de gastronomi turizmidir. Kişiler yakın tarihlerde standart deniz (kıyı) (kitle) turizmin içerdiği deniz kum güneşin dışında ilgilerinin, hobilerinin yer aldığı turizm alanlarını tercih etmeye başlamışlardır. Bunun yanında yeni tatları keşfetme, eskiden beri gelen lezzetleri test etme, yöresel yemekleri tatmak için seyahat turları gelişmiştir. Yöreyi yemek kültürü ile keşfetme gastronomi turizmin bir basamağıdır.

Gastronomi turizmi, tüm dünyada, ülkelerin, şehirlerin, kasabaların, köylerin kendine özgü yerel gıda, yeme - içme ve ürünleri ile tanınır hale gelmiştir. Bu yöreye özgü ürünlerin turistler tarafından bilinirliğini ve bulunabilirliğini gerçekleştirecek olan turizm rotaları ile başarmak mümkündür.

Gastronomi turizmi, yerel üreticiye, bölgesel kalkınmaya, yerel yiyeceklerin sürdürülebilirliği ve bölgenin tanınabilirliğine katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda, Gökçeada tanınırılığına katkı sağlayarak, bitkisel ve hayvansal tarım yapan yerel halkı desteklemek, bu üretimi yapan yerel halk ile turizm işletmeleri arasında işbirliği sağlayarak, yerel turizm işletmelerinin keşfedilmesine olanak oluşturmak, gastronomik değere sahip keşfedilmeyi bekleyen yiyecek ve içeceklerin turistler tarafından farkındalılığını ortaya çıkarmak için yerel yiyecek-içeceklerin rotalandırılması ve harita üzerinde işaretlenmesidir.

- Cittaslow markasına sahip Gökçeada'nın bu marka değerinin yerel halk ve tursitler tarafından bilinirliğinin artırılması
- Gökçeada gastronomi turizm rotasının çizilmesi, harita üzerinde işaretlenmesi
- Gökçeada da yerel üreticilerin ürettiği ürünlerin harita üzerinde gösterilmesi
- Özel ilgi turizm türlerinden biri olan gastronomi turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi
- Kısa olan turizm sezonunun gastronomi turizmi ile yıl boyunca faaliyetlendirilmesi
- Gökçeada'nın gastronomi turizmine uygun yerlerinin tespit edilmesi
- Yerel halkın ve işletmelerin gastronomi farkındalıklarının artırılması
- Slow food'a dayalı üretim yapan üreticilerin gastronomi rotasında yer alması
- Yöreye has gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması
- Yöreye özgü gastronomik ürünlerin mevcut lezzetinin korunması
- Cittaslow markasına sahip Gökçeada'daki işletmelerin markanın zorunluluklarından olan Slow Food'u benimsemesi ve üretimlerini bu doğrultuda yapmaları şeklinde özetlenebilir.

Konu:

Bu çalışmanın konusu, Cittaslow markasına sahip Gökçeada örneğinde yer alan yöreye özgü gastronomik değere sahip yerel ürünlerinin tespiti, bu yerel ürünlerin sunulduğu mevcut yöresel ürünlerin üretim ve satış yerlerinin ayrıntılı belirlenmesi ve bu ürünlerin yerleşim yerlerindeki dağılımı gösteren haritalar yardımıyla gastronomi turizmine yönelik rotaların ortaya çıkarılmasıdır.

2.GASTRONOMİ KAVRAMI

2.1 GASTRONOMİ

Gastronomi en genel anlamıyla (Hegarty, 2010)'a göre “ insanların tüketmesi amacıyla yiyeceklerin seçimi, yenmeye hazır hale getirilmesi ve servis edilmesidir’. Başka bir ifadeyle gastronomi yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi inceleyen, araştıran yeme – içme bilimi ve sanatı olarak tanımlanmaktadır (Çavuşoğu, 2011) .

Gastronomi kavramı Fransızca’ dan Türkçeye geçmiş, Türk Dil Kurumu’ nun sözlüğünde “yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2018).

Etimolojik kökeninde gastronomi kelimesi incelendiğinde, kelimenin Yunanca ‘gastros’ (mide) ve ‘nomos’ (yasa, kural) sözcüklerinden oluştuğu ortaya konulmuştur (Gülen, 2017).

Gastronomiyi bir başka şekilde ifade eden (Kivela & ark., 2005)'a göre; seçme, hazırlama, sunum ,yiyecek ve içeceklerden tat alma, bölgeye ve yöreye özgü yemeklerin hazırlama teknikleri ,yeme içme faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır.

Gastronomi, yiyecek-içecek kültürünü oluşturan bileşenleri inceleyen multidisipliner bir alandır (Hatipoğlu, 2014).

Gastronomi, bölgesel kültür ve yemek arasındaki uyumu araştıran, yenilebilir ve içilebilir gıdaların damak zevkinin yanında görseelliği de ön plana alan sunum ve hazırlık aşamalarının olduğu bir alandır.

2.2 KIRSAL TURİZM

Kırsal bölgelerdeki ekonomilerin büyümesi ve gelişmesi için gıda üretimi ve turizmi gittikçe önem kazanmıştır (Mynttinen & ark., 2015) .

Kırsal turizm, kırsal alandaki kültürel, doğal ve tarihi potansiyelleri değerlendirerek ekonomik yapıyı güçlendirmek için yeni bir turizm türü olarak görülmektedir (Ferdağ Tatar, 2017).

Kırsal turizmde ön plana çıkan, bölgede üretilen yerel gıdalardır. Yerel gıda kavramı gıda üretim sistemlerinin sürdürülebilirliğine artan ilginin ve tüketici güveninin katılmasıyla daha geniş anlam taşımaktadır (Morgan & ark., 2006). Yemek turizmi ve gastronomi turizmi olarak da anılan gıda turizmi, son yıllara önem kazanmıştır (Santich, 2004).

Gıda tüketimi , karar vermede rol oynayan kültürel, sosyal, psikolojik ve algılayıcı kabul edilen faktörler ile karmaşık bir davranış olarak kabul edilir (Köster, 2009). Yerel ürünlerin tüketiminde yörenin kültürü, sosyal yapısı kişilerin psikolojisi ve algılarını uyandıracak faktörler önemlidir. Yerel ürünlerin doğal olması veya organik üretim olması tüketimi artıran faktörlerdendir.

2.3 GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceğin sürdürülebilir yerel kalkınma ve ekonomik gelişme için büyük katkı sağlayacağı toplumsal kalkınma için büyük potansiyele sahip turizm çeşididir (Wolf, 2006). Gastronomi turizmi büyük ölçüde yerel içecek ve yiyeceklerin bulunduğu yerlere yönelik seyahatleri içermektedir (Gökdeniz & ark., 2015).

Gastronomi turizmi yada mutfak turizminin bileşenlerini; kültüre, geleneklere, otantikliğe ve deneyimlere saygı kavramları oluşturmaktadır (Legrand & ark., 2015).

Gastronomi turizmi endüstrisi, yemek rehberlerinden ve restoranlardan ibaret olmayıp, her türlü mutfak deneyimini içerir. Bu sektörün içerisinde, aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkanlar, gastronomi tur operatörleri ve bu turların rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler,

şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki damıtım yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri bulunmaktadır (Çağlı, 2012).

2.4 GASTRONOMİ ROTASI

Turizm rotaları, belirlenen bir ana tema üzerinde farklı içeriklere sahip tercih edilme potansiyeli yüksek yerleri bir araya getiren ve ziyaretçilerin bir noktadan başka bir noktaya seyahatini sağlamasından dolayı yerel veya bölgesel turizmi harekete geçiren turizm türüdür (Lourens, 2007).

Gastronomi rotası bir yöreye ait yerel gıdaların yemeklerin içeceklerin harita üzerinde gösterilmesidir. Bu rotalar turist veya ziyaretçilerin yerel ürünlere ulaşmasına kolaylık sağlamak için bir rehber niteliğindedir. Yörenin çekiciliklerini ortaya koyan ve bu çekiciliklerin turistik amaçlı değerlendirilmesine gastronomi rotaları katkı sağlamaktadır (Çakır & ark, 2017).

2.5 CİTTASLOW ve SLOW FOOD

Slow Food hareketi, hızlı yeme alışkanlığını ortadan kaldırmak, yerel üreticileri korumak, yerel ürünleri desteklemek, sağlıklı ürünlerin devamlılığı ve fast food a karşı olarak 1986 yılında İtalya'da Carlo Petrini tarafından başlatılmıştır (Nakilcioğlu & Ötleş, 2018). Son 25 yılda, Petrini “Yavaş Gıda Hareketinin lideri ve yol gösterici ışığı olarak kabul edildi.

Yavaş Gıda, lezzetin gelişimine açık bir his olduğunu savunarak yerel ve bölgesel mutfakları, ürünleri ve yemek yollarını teşvik eder (Pietrykowski B. , 2007).

Slow Food'un kökeni, fast food ve fast food kültürüne karşı olarak ortaya çıkmıştır. Carlo Petrini önderliğinde ve beraberinde Slow Food'un kurucuları, 1986'da bir McDonalds'ın Roma'daki açılışını protesto etmek için bir gösteri düzenlediler. Bu grup 1989'da “Fast Food Manifesto” yu, yayınladı. Slow Food'un fast food'a karşı direnci, daha sonra, yemek yeme ve paylaşma ile ilgili temel bedensel ve sosyal zevkleri kurtarma ve sürdürme konusunda büyük ölçüde yol aldı. Gıdaların yeme ve paylaşılması ile ilgili fiziksel ve toplumsal zevklerin iyileştirilmesi ve sürdürülmesi slow food un yöreye katkısıdır. Slow Food'a göre, bireylerin “yavaş”, yani en yüksek kalitedeki yiyeceğin,

zamana saygı duyan geleneklere göre yapılan, yerel ya da yerel mutfağı yansıtan yiyecekleri takdir etmeyi öğrendiği yeni bir gastronomi geliştirmesidir (Campisi, 2015).

Cittaslow kelime kökeni İtalyanca “Citta” (Şehir) ve İngilizce “Slow” (Yavaş) kelimelerinden türetilmiş “Sakin Şehir” anlamında kullanılmaktadır . İtalya’nın dört küçük kentinin belediye başkanların bir araya gelerek kurduğu uluslararası belediyeler birliğidir (Vikipedi, 2018) .

Cittaslow hareketi 1999 yılında greve in Chianti’nin eski belediye başkanı Paolo Saturnin’in vizyonu doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Paolo Saturnini yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla kentlerin kendilerini değerlendirmelerini ve farklı bir kalkınma modeli ortaya koymaları fikrini ulusal boyuta taşımıştır. İdealleri kısa zamanda Bra (Francesco Guida), Orvieto (Stefano Camicchi) ve Positano (Domenico Marrone) belediye başkanları ve Slow Food başkanı Carlo Petrini tarafından benimsenmiştir. Cittaslow hareketinin amacı Slow Food felsefesini kentsel boyuta taşımaktır. Dünya da 30 ülke ve 236 kent bu felsefe kriterlerini taşımakta olup Cittaslow ünvanına sahiptir. Türkiye de 15 kent bu ünvana sahiptir. Gökçeada Cittaslow ünvanını 2011 yılı Haziran ayında alarak dünyanın ilk ve tek sakin adası olmuştur (Cittaslow Türkiye, 2018).

Cittaslow hareketi; insanlar arası iletişimi artıran ve sürekliliğini sağlayan, yerel ruhu yaşatan, yavaş yaşam, sürdürülebilir, el sanatlarına sahip çıkan, alt yapı problemi olmayan, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanan bir birlik olarak kurulmuştur (Taşkırın & ark., 2018).

Cittaslow şehirlerinde sürdürülebilirlik önemli olup sürdürülebilir turizmin en belirgin özelliklerini Yurtseven şöyle sıralamaktadır; (Yurtseven & ark., 2006).

- Ev sahibi olan yerel halka önem verilmesi,
- Hizmet alanlarında çalışanların davranışlarının standartlaşması,
- Yerel halk için ekonomik dönüşümün en üst düzeye çıkarılması,
- Çevresel kaynakların korunması ve eşit kullanılması,
- Gelişimin düşük bir hızda gerçekleştirilmesi,
- Yöreye gelen turistin sorumlu davranışlar sergilemesi.

Slow Food hareketi Torino’nun güneyindeki ünlü şarap ülkesine açılan kapıda yer alan küçük bir şehir olan Bra dan çıkarak küresel bir hareket olmuştur. Slow Food hareketi,

İtalyan kültürünü korumak için yapılan basit bir protestodan ortaya çıkmıştır (Bufka, 2017).

Hızlı yaşam, kitlesel üretilen yiyecekler ve bunların homojenizasyon süreçlerine karşı muhalif bir söylem olarak başlatılan Slow Food hareketi, bu egemen ve otoriter güçlerin yabancılaştırıcı etkilerine karşı önemli bir cevap ve çözüm olarak tadın eğitimi savunmak için oluşmuştur. Tat ve eğitimi, Slow Food hareketinin amaçlarının ve faaliyetlerinin sürekli gelişmesine eşlik eden her yerde var olan kilometre taşlarını temsil etmeye devam etmektedir (Bentia, 2015).

Petrini ve destekçileri yerel ürün alma ve satma, organik ürün alma ve satma konusundan daha kapsamlı bir ideolojiyi savunmuşlardır (Dunlap, 2012). DeLind'in (2006) da belirttiği gibi, eylem sadece bir satın alma olduğu sürece, küresel sermaye tarafından ortaklaşa seçilebilir. Başka bir deyişle, direniş hareketleri pazarda savaş yapmayı seçerse, büyük olasılıkla küresel sermayenin gündemine dahil olacaklardır (DeLind, 2006). Özünde, yerel gıda sistemlerinin ekonomik ve kültürel baskısı küreselleşmeye yanıtı olarak; pazarın uluslararası olması, lezzetin tek ve eşsiz olması, gıda pazarında şeffaf ve kısa bir tedarik zinciri Slow Food'un amaçlarındandır (Philippon, 2015).

Yavaş şehir (cittaslow), çevre ile uyumlu bir yaşamı, geleneksel, yerel, adil, organik ve otantik olana daha yakın olma tercihini açıklayan yeni bir trenddir. Yavaş yaşam, sürdürülebilir üretim ve tüketim arayışı, yöreye saygılı olma ve çevreye duyarlı davranış sergileme ile ilgilidir (Chung & ark., 2017).

Yerel mutfak, belirli sınıflara ait yerel yiyecekler ve etnik yiyeceklerden oluşmaktadır. Fischler (1988), tarımın sanayileşme yönündeki eğiliminin, üretici ile tüketilen iç mekan arasındaki fiziksel ve sosyal mesafeyi artırarak tüketiciler ve yemek tabakları arasındaki geleneksel kültürel bağlantıları tehdit ettiğini belirtmektedir (Fischler, 1988). Gerçekte ne yediğimiz daha az biliniyor ve bu belirsizlik giderek artmaktadır. Slow Food'un ortaya çıkması, gıda üretim sistemi üzerindeki bu artan rahatsızlık duygusu ışığında oluşmuştur. 1989 yılının Aralık ayında Slow Food, özellikle eşsiz bir dünya, yerel yemek gelenekleri ve kaliteli yemek ve şarap dünyasını korumaya adanmış uluslararası bir organizasyon olarak doğmuştur (Bruce, 2004). Şu anda hareket, 1 milyon destekçi, 100 bin üye, 1500 yerel bölüm, 570 başkanlık ve 160 ülkeden oluşmaktadır (Slowfood, 2018).

Cittaslow'un asıl amacı, günümüzde Slow Food felsefesini yerel topluluklara ve şehirlerin hükümetine genişletmek ve günlük yaşamın pratiğinde eko-gastronomi kavramlarını uygulamaktır (Cittaslow, 2019).

Bir şehir "Cittaslow" statüsünü elde etmek için, Slow Food kurallarını kabul etmeli ve yerel çevreyi korumak için çalışmalıdır.

Bir şehir Cittaslow olduğunda, Cittaslow hedeflerinden bazıları mevcut şehir mirasının bir parçası olabilir. Bununla birlikte, yapılacak diğer değişiklikler bu sertifikayı almış diğer şehirlerden ilham alınarak program dahilinde tanıtılır ve uygulanabilir olmalıdır. Şehirlerin, kasabaların Cittaslow belgesini alabilmeleri için 7 ana başlık altında 72 gerekliliği yerine getirmeleri gerekmektedir. 7 ana başlık; (Cittaslow, 2019).

1. Enerji ve çevre politikaları

Parklar ve yeşil alanlar, yenilenebilir enerji, ulaşım, geri dönüşüm, vb

2. Altyapı politikaları

Bisiklet yolları, şehir mobilyaları, vb

3. Kentsel yaşam politikalarının kalitesi

Marjinal alanların uygun hale getirilmesi ve tekrar kullanılması, kablolu ağ şehri (fiber optik, kablosuz), vb

4. Tarım, turizm ve esnaf politikaları

Tarımda GDO kullanımının yasaklanması, çalışma tekniklerinin ve geleneksel el sanatlarının değerini artırmak, vb

5. Konukseverlik, farkındalık ve eğitim politikaları

İyi karşılama, operatör ve tüccarların farkındalığının artması (tekliflerin ve uygulanan fiyatların şeffaflığı, tarifelerin net bir şekilde görülmesi), vb

6. Sosyal Dayanışma

Engellilerin entegrasyonu, yoksulluk, azınlıkların hakları, vb

7. Ortaklıklar

Carlo Petrini "Küçük çiftçiler dünyayı kurtaracak" sözü ile doğal ve geleneksel yöntemlerle üretimin önemini vurgulamaktadır. Cittaslow şehirlerinin merkezinde gıda, kasaba meydanı ve çevresel, kültürel, ekonomik ve sosyal değeri olan yerel pazar yer almaktadır. Gönüllü çalışma Cittaslow projesinin temelidir. Tüm gezegene umut vermek, kaliteli ve sağlıklı yaşam için toplum eğitilmelidir (Cittaslow, 2019).

Cittaslow birliği; küçük ölçekli şehirlerle ilgili küresel bir ağ haline gelen ulusal sınırlar boyunca genişlemiştir. Bu genişleme de bir şart ,kent nüfusunun 50.000 den fazla olmamasıdır (Abbate & ark., 2019).

2.5.1 Cittaslow Felsefesi

Cittaslow felsefesi yaşamın, yaşamaktan zevk alınacak bir hızda yaşamasını savunarak sağlıklı yerel ürünlerin üretilip tüketilmesini destekler. Cittaslow hareketi, insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan kentlerin gerçekçi bir alternatif olacağı hedefiyle yola çıkmıştır (Cittaslow, 2019).

2.5.2 Slow Food Manifestosu (Yavaş Gıda Bildirisi)

Uluslararası keyifli yaşam hareketi;

Sanayileşmenin gölgesinde başlayan ve ilerleyen çağımız, önce makinenin icadına, ardından da hayat biçimlerinin makineye göre şekillenmesine tanık oldu. Hız, esasında ayağımıza pranga vurdu. Hepimiz aynı virüse, ‘hızlı yaşam’ virüsüne teslim olduk. Geleneklerimizi lime lime eden, evlerimizin içinde dahi peşimizi bırakmayan ve bizleri “hızlı gıda” tüketmeye mahkûm eden ‘hızlı yaşam’ virüsüne.

*Homo sapien*lerin, bilgeliklerini geri kazanmaları ve kendilerini hızlı bir sona doğru sürükleyen ‘sürat’ten kurtulmaları gerekmektedir. Tüm dünyayı etkisi altına alan ‘hızlı yaşam’ deliliğine karşı kendimizi sakin fiziksel keyif vasıtasıyla korumalıyız.

Kudurmayı verimlilik sananlara, yani büyük çoğunluğa inat bizler, damağa hitap eden hazların ağır ağır keyfinin çıkarılması gerektiğini savunuyoruz.

Tabii ki de işe Yavaş Gıda’dan, yani mutfaktan başlayacağız. ‘Hızlı gıda’nın tekdüzeliğinden kaçabilmek için yerel mutfakların zenginliklerini ve tatlarını keşfe çıkacağız.

Üretkenlik adına yaşam biçimlerimizi değiştiren ‘hızlı yaşam’ şimdi de yaşam alanlarımızı tehdit ediyor. Buna karşılık Yavaş Gıda, çağın öncülerinin benimsediği farklı bir seçenek sunuyor.

Gerçek kültür keşfedilmeyi bekliyor. Bu keşif yolcuğuna; gelişimi canlandırmak, uluslararası dönüşüm programlarını teşvik etmek, faydalı projeleri desteklemek, tarihi mutfak kültürünü ön plana çıkarmak ve eski moda mutfak geleneklerini muhafaza etmek suretiyle damak tadını zenginleştirerek başlayabiliriz.

Yavaş Gıda bize daha kaliteli bir yaşam tarzını sunmaktadır. Bilinçli bir tercihin ürünü olarak salyangoz ile simgelenen Yavaş Gıda, sürekli ve kesintisiz desteğe ihtiyaç duyan bir yaşam şekli ve fikridir (Slowfood, 2019).



kaynak: www.slowfood.com

2.6 GÖKÇEADA

Gökçeada Türkiye'nin en batısında yer alan ve en büyük adasıdır. Eski adı İmroz dur (Öztürk, 2002). Gökçeada'nın çevresinin uzunluğu yaklaşık 95 kilometredir. Yılın büyük bölümü rüzgarlı geçer ve coğrafi yapısı diğer adalardan farklıdır. Su kaynakları bakımından dünyada dördüncü sırada olup kendine yetebilen bir adadır. Eski rum köyü olarak Dereköy, Tepeköy, Eski bademli, Kaleköy, Zeytinli köy beş adet tarihi köyü mevcuttur. Kentsel sit alanında olan bu köylerin doğal dokusu korunmaktadır (Gözüm, 2017).

Çorak topraklarda bereket tanrısı olarak adlandırılan Imbrasos'un bolluk diyarı olarak bilinen İmroz, bugün ki adı ile Gökçeada, Homeros'un İlyada destanında deniz tanrısı Poseidon'un adası olarak geçer (Cittaslow Türkiye, 2018).

Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan Gökçeada , M.Ö. İyonların, daha sonraki yıllarda Akarlar ve Dorlar tarafından işgal edilmiştir. Orta Avrupa'dan gelen akınlarla el değiştiren ada ,turizmin gelişmesi adına gelip geçen medeniyetler önemli miras bırakmıştır (Gökçeada Tarihi, 2018).

Gökçeada mevcut Rum köylerinin dışında, devletin iskan politikası ile kurulan Yeni Bademli Köyü, Eşelek Köyü, Uğurlu Köyü, Şirinköy, Şahinkaya Köyü beş köyü ile toplam 10 köyü vardır. Bunun yanında şehir merkezinde 2 eski mahalle ve yeni kurulan 3 mahallesi vardır (Gökçeada kaymakamlığı, 2018). Gökçeada da 5 adet gölet bulunmaktadır. Bu göletlerden 2 si doğal gölettir. Osmanlıdan kalan cami, Yeni Bademli ve Uğurlu höyükleri, Çamaşırhaneler, Milli su altı parkı gezilecek yerlerden bazılarıdır (Gökçeada Belediyesi, 2018).

Gökçeada mutfağı geleneksel yaşam biçimin yansıması olarak Türk ve Rum mutfaklarının sentezi, doğal ve özgün tatlar içermektedir. Keçi peyniri, zeytinyağı, organik kuzu ve oğlak eti ,kekik adanın reklam yüzü olmuştur. Fırında özel pişirilen oğlak ve kuzular doğal lezzetlerdendir. Balık konumu gereği adanın kültüründe büyük yer kaplar. Gökçeada'nın, bunlara ilave olarak Keçi sütü dondurması, bademli kurabiyesi,

şarapları, dibek kahvesi, sakızlı muhallebi gibi kendine özgü lezzetleri vardır (Gözüm, 2017).



3.YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada veri toplama araçlarından birincil veriler kullanılmış olup, birincil veri, araştırma amacına uygun olarak özel olarak toplanan verilerdir ve işletme araştırmalarında sıklıkla kullanılır (Yücekaya, 2017). Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup bu amaçla 4 bölümden oluşan anket hazırlanmıştır. Nicel araştırma yöntemi, araştırma sorusuna uygun cevap için veri toplamada sayısallığın kullanıldığı yöntemdir (Erdoğan, 1998). En genel anlamda “nicel araştırma, verilerin sayılar biçiminde olduğu görgül araştırmalardır” (Punch, 2005). Araştırılan problemin, sayısal ölçümler ve istatistiki teknikler, programlar kullanılarak analizi nicel araştırmadır.

Bu noktadan hareketle mevcut araştırma için ilk olarak literatür taraması yöntemiyle Cittaslow, Slow Food, Gastronomi Turizmi, Gastronomi Rotaları konularında yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Betimsel nitelik taşıyan bu araştırmada Gökçeada'nın Gastronomi Rotalarını tespit etmek için anket uygulaması yapılmış ve sonuçları istatistiksel veriler ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda Gökçeada'da Slow Food, Gastronomi Turizmi ve Gastronomi Rotalarının sürdürülebilirliği için öneriler verilmiştir.

3.2.Evren ve Örneklem

Herhangi bir araştırma ya da gözlem alanına bulunan nesne ve bireylerin tümüne evren denilmektedir. Evren, tam olarak betimlenmiş bireyler ya da gözlemler grubudur. Belirli kurallara göre evrenden seçilen bireylerin seçme işine örnekleme denir (Çil, 2005: 4).

Araştırmanın evrenini 2017 yılında Gökçeada ilçesinde ikamet eden yerel halktan oluşmaktadır. Gökçeada ilçesinin nüfusu TÜİK 2017 verilerine göre 6302 kişi olarak açıklanmıştır (TÜİK, 2018). Örneklem büyüklüğü (Sekeran, 1992)'nin yapmış olduğu hesaplamalar sonucunda belli evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklükleri Tablo 1 de verilmiştir. Bu çalışmada da %5'lik hata payına göre örneklem büyüklüğü belirlenmiş olup Tablo 1'de verilen bilgiler ışığında Gökçeada ilçesi için belirlenen örneklem 364 kişidir.

Tablo 1. Belirli evrenler için kabul edilebilir örneklem büyüklükleri

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5000	357
20	19	200	132	1200	291	6000	361
30	28	250	152	1300	297	7000	364
40	36	300	169	1400	302	8000	367
50	44	350	185	1500	306	9000	368
60	52	400	196	1600	310	10 000	370
70	59	450	212	1700	313	15 000	375
80	66	500	217	1800	317	20 000	377
90	73	550	226	1900	320	30 000	379
100	80	600	234	2000	322	40 000	380
110	86	650	242	2200	327	50 000	381
120	92	700	248	2400	331	75 000	382
130	97	750	254	2600	335	100 000	384
140	103	800	260	2800	338	1 000 000	384
150	108	850	265	3000	341	10 000 000	384
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

Kaynak: Sekeran 1992, s. 253. (N: Evren büyüklüğü, S: Örneklem büyüklüğü)

3.3.Verilerin Toplanması

Uygulamalı bu çalışmada; Gökçeada yerel halkın Gastronomi Turizmine karşı tutumlarını incelemek, Slow Food konseptinde üretilenleri tespit etmek ve bu üretilenlerin rotasını oluşturmak amacıyla 2017 Ekim –Aralık arasında anket

uygulanmıştır. Anket birincil kaynaklardan veri toplamak için hazırlanan sistematik soru formudur (Kıncal, 2015). Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin 5 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümü Gökçeada da Yeme-içme başlığı altında yer almaktadır. Bu bölümde katılımcıların Gökçeada da ki yaşam yılları, ürettikleri ürünleri, satışları ile ilgili 9 ifade bulunmakta olup , literatür taranarak oluşturulmuştur. Anketin üçüncü bölümü katılımcıların Cittaslow markasına ilişkin yaklaşım düzeyini ölçen 4 kapalı uçlu ifade yer almakta olup (Andarabi, 2012) tarafından hazırlanmış olan ölçekten yararlanılmıştır. Dördüncü bölümde (Aksoy M., 2017) tarafından hazırlanmış ölçek kullanılarak hazırlanan Gökçeada Gastronomi Ölçeği ile yerel halkın gastronomi tutum düzeyini ölçen 9 kapalı uçlu ifade yer almıştır. Katılımcıların anketin üç ve dördüncü bölümlerinde yer alan her bir ifadeye katılım düzeyleri 5’li Likert tipi (Kesinlikle katılıyorum, Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum, Kesinlikle katılmıyorum) ölçek ile derecelendirilmiştir. Anketler bireysel olarak dağıtılmış ve yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Anketlerin dağıtım ve geri dönüş sürecine araştırma bulgularında değinilmiştir.

3.4.Verilerin Analizi

Verilerin analizinde, ilk olarak, veriler istatistiksel işlemler yapmak üzere kodlanmıştır. Kodlanan veriler, bilgisayar yardımı ile SPSS programına aktarılmıştır. SPSS programına kodlanarak yüklenen veriler, araştırmanın problemi ve alt problemleri doğrultusunda istatistiksel işlemler yapılmıştır.

Verilerin daha sistematik olarak ortaya konulabilmesi ve daha rahat anlaşılabilmesi için, istatistiksel işlemler sonucunda elde edilen bulgular, tablolar halinde verilmiştir. Tablolarda frekanslar, yüzdeler, güvenilirlik, ortalama, standart sapma, T ve F değerleri, sayısal olarak verilmiş ve analiz edilmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Ankete Katılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan Gökçeada ilçesinin yerel halkından ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi yapılmıştır. Araştırmada ankete cevap veren yerel halkının kişisel özelliklerine ait (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, ikamet yeri, yemek ve gastronomiye karşı ilgi durumu) frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların cinsiyet değişkenine ilişkin bulgular

Cinsiyet	%	Sayı
Kadın	50,7	186
Erkek	49,3	181
Toplam	100	367

Tablo 2’ de görüldüğü gibi yapılan sıklık analizinde örneklem grubu cinsiyet özelliklerine göre % 50,7’si kadınlardan, % 49,3’ü erkelerden oluştuğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların yaş değişkenine ilişkin bulgular

Yaş	%	Sayı
20 - 30	7,6	28
31 - 40	23,4	86
41 – 50	34,3	126
51 – 60	25,1	92
60 – fazla	9,5	35
Toplam	100	367

Örnekleme oluşturan katılımcıların yaş dağılımı Tablo 3.' de gösterilmiştir. Bu tabloya göre katılımcıların % 34,3'ü 41 ile 50 yaş, % 25,1'i 51 ile 60 yaş, % 23,4'ü 31 ile 40 yaş, % 9,5'i 60 ve daha fazla yaş, % 7,6'sı 20 ile 30 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin bulgular

Eğitim Durumu	%	Sayı
İlköğretim	28,9	106
Ortaöğretim	41,1	151
Üniversite	29,4	108
YüksekL/Doktora	0,5	2
Toplam	100	367

Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre sonuçları Tablo 4. te gösterildiği üzere; araştırmaya katılanların % 41,1'i Ortaöğretim, % 29,4'ü Üniversite, % 28,9'u İlköğretim mezunu ve sadece % 0,5'i Yüksek Lisans/Doktora mezunu olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların yemek ve gastronomiye karşı ilgi düzeyine ilişkin bulgular

İlgi Düzeyi	%	Sayı
Çok ilgili	37,1	136
İlgili	53,7	197
Az ilgili	7,1	26
İlgisiz	2,2	8
Toplam	100	367

Araştırmaya katılanların % 90,7'si yemek ve gastronomiye karşı ilgili olduğunu belirtmiş, bunun yanında % 9,3'lük katılımcılar ilgi düzeyinin olmadıklarını belirtmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların ikamet yerine ilişkin bulgular

İkamet Yeri	%	Sayı
Tepeköy	2,7	10
Dereköy	2,7	10
Eski Bademli	5,4	20
Yeni Bademli	17,4	64
Uğurlu	14,4	53
Eşelek	8,2	30
Şirinköy	3,5	13
Zeytinli	5,7	21
Kaleköy	16,1	59
Merkez	23,7	87
Toplam	100	367

Tablo 6.' da katılımcıların Gökçeada ilçesine bağlı yerleşim yerleri tespit edilmiştir. Örnekleme oluşturan katılımcıların ikamet durumları % 2,7'si Tepeköy, % 2,7'si Dereköy, % 5,4'ü Eski Bademli, % 17,4'ü Yeni Bademli, % 14,4'ü Uğurlu, % 8,2'si Eşelek, % 3,5'i Şirinköy, % 5,7'i Zeytinli, % 16,1'i Kaleköy, % 23,7'i Merkez olarak belirlenmiştir.

4.2. Katılımcılardan Gökçeada da Yemek ve İçecek ile İlgili Elde Edilen Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların; Gökçeada da ne kadar zaman yaşadığı, yörelerine özgü yetiştirdikleri yemek, yetiştirdikleri yabani ot, yeme – içme yönünden özel günlerde yaptıkları, yöresel ürettikleri gıdalar, ürettikleri ürünleri pazarlama ve Gökçeada tanıtımında akla gelenleri içeren anket soruları yer almıştır. Bu bölümdeki sorular ile yerel halkın ürettiği ürünlerin neler olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Üretilen yerel ürünlerin nasıl pazarlandığı ve Gökçeada yı tanıtımda akla gelen ilk şeyin neler olduğunu katılımcıların beyanıyla sonuçlar tablolar halinde gösterilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Gökçeada'daki yaşam sürelerine ilişkin bulgular

Yıl	%	Sayı
1 – 5	7,9	29
6 – 10	10,4	38
11 – 15	13,1	48
16 – 20	29,7	109
20 - fazla	39	143
Toplam	100	367

Tablo 7.' de örneklekimizi oluşturan katılımcıların % 68,7'si Gökçeada da en az 16 yıl ikamet ettiğini belirtmiştir. Bu oranın yüksek olması yapılan çalışmanın amacına ulaşmasına büyük katkı sağlamıştır.

Tablo 8. Katılımcıların yörenize özgü yetişen yabani otları nasıl değerlendiriyorsunuz sorusuna ilişkin bulgular

Değerlendirme yolu	%	Sayı
Gökçeada pazarında satış	17,2	63
Yemeklerini yapıp kendi yerinde satış	43,9	161
Börek –pasta yapıp işletmelere satış	4,9	18
Turistlere satış	33,8	124
Toplam	100	367

Tablo 8.' e göre araştırmaya katılan Gökçeada halkının “köyünüze özgü yetişen yabani otları nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna % 43,9'u yemeklerini yapıp kendi işletme veya satış yerinde sattığını, % 33,8'i turistlere sattığını, % 17,2'si Gökçeada pazarında sattığını ve % 4,9 oranına sahip katılımcılar ise yabani otlardan pasta –börek yapıp işletmelere sattığını belirtmiştir. Analiz sonucu Tablo 8. de görüldüğü üzere Gökçeada da ki yerel halk yetişen yabani otları değerlendirmektedir. Yöresel yabani otların değerlendirilmesi hatta turistlere pazarlanması Slow Food kültürünün gereksinimlerinden olup katılımcıların vermiş oldukları cevaplar ışığında Gökçeada bu Slow Food gereksinimini yerine getirmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların “yörenize özgü yaptığınız yeme – içme alışkanlıkları nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular

Yeme - içme	%	Sayı
İçecek	10,9	40
Tatlı	15,5	57
Et yemeği	37,1	136
Sebze yemeği	19,1	70
Kahvaltı	17,4	64
Toplam	100	367

Tablo 9. katılımcıların yörelerine özgü yeme içme alışkanlıklarını göstermektedir. Katılımcıların % 37,1’i yöresine özgü olarak et yemeği, % 19,1’i sebze yemeği, % 17,4’ü kahvaltı, % 15,5’i tatlı ve % 10,9’u içecek olduğunu belirtmiştir.

Tablo10. Katılımcıların “özel günlerde yaptığınız yemekler nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular

Yemek	%	Sayı
Tatlı	18,5	68
Börek	13,9	51
Etli yemek	42,2	155
Sebze –ot yemeği	18,8	69
Çorba	6,5	24
Toplam	100	367

Tablo 10.’a göre katılımcıların % 42,2’si özel günlerde etli yemek, % 18,8’i sebze-ot yemeği, % 18,5’i tatlı, % 13,9’u börek ve sadece % 6,5’i çorba yaptığını belirtmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların peynir üretimi sorusuna ilişkin bulgular

Peynir	%	Sayı
Beyaz peynir	33,2	122
Lor	1,1	4
Kaşar	0,8	3
Keçi peyniri	47,4	174
Eksik cevap	17,4	64
Toplam	100	367

Tablo 11.'e göre katılımcılardan 64 kişi bu soruyu cevaplamayarak peynir üretimi yapmadıklarını göstermiştir. Keçi peyniri üretimi % 47,4 oranıyla en fazla üretilen peynir türü olurken, ikinci sırayı % 33,2 ile beyaz peynir almaktadır. Lor ve kaşar peynir üretimi ise yok denecek kadar az bir orana sahiptir. Bu tablonun gösterdiği keçi peyniri ve inek peyniri(beyaz peynir) üretimi Gökçeada da çok yaygındır.

Tablo 12. Katılımcıların zeytin tarımı ile ürettikleri ürün sorusuna ilişkin bulgular

Zeytin	%	Sayı
Zeytinyağı	79	290
Siyah zeytin	18,3	67
Kırma zeytin	0,8	3
Sele zeytin	0,3	1
Eksik cevap	1,6	6
Toplam	100	367

Tablo 12. örneklemin % 79'u zeytin tarımında zeytinyağı üretimi , % 18,3'luk kısım yemeklik siyah zeytin yaptıklarını göstermektedir. Bu tablo gökçeada yerel halkının zeytin tarımındaki ekonomik getirinin büyük oranda zeytinyağından olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 13. Katılımcıların ekmek üretimine ilişkin bulgular

Ekmek	%	Sayı
Beyaz köy ekmeği	21,8	80
Lavaş	8,4	31
Pide	12,5	46
Tam buğday ekmeği	1,4	5
Eksik cevap	55,9	205
Toplam	100	367

Tablo 13. bize katılımcılarının % 55,9'nun ekmek üretimi yapmadığını göstermiştir. Üretimin yapıldığı ürünlerden en fazla beyaz köy ekmeği % 21,8 oranıyla göze çarpmaktadır.

Tablo 14. Katılımcıların ürettikleri ürünleri pazarlamasına yönelik bulgular

Ürün satışı	%	Sayı
Gökçeada pazarında	20,7	76
İnternetten	-	-
Kendi dükkanında	76,1	281
Toptancıya satış	2,7	10
Toplam	100	367

Örneklemin % 76,1'i kendi dükkanında, % 20,7'si Gökçeada pazarında ürettiklerini pazarlamaktadır. Katılımcılar Tablo 14.'e göre ürettikleri ürünleri pazarlarken birinci sırada kendilerine ait satış yerlerini kullanmaktadır.

Tablo 15. Katılımcıların “Gökçeada’nın tanıtımında aklınıza ilk gelen şey nedir?” sorusuna ilişkin bulgular

Gökçeada	%	Sayı
Balık ve deniz ürünleri	15	55
Zeytin ve zeytinyağlı yemekler	34,6	127
Tekne ve dalış turları	2,7	10
Kuzu ve oğlak yemekleri	38,7	142
Sakin şehir	9	33
Toplam	100	367

Katılımcılar Gökçeada’nın tanıtılmasında aklınıza ilk gelen şey nedir sorusuna % 38,7 lik oranla kuzu ve oğlak yemekleri ve ardından % 34,6 ile ikinci sırada zeytin ve zeytinyağlı yemekler cevaplarını vermişlerdir. % 73’lük oranla et ve zeytinyağlı yemeklerin ön plana çıkması gastronomi turizminin gelişmesine büyük katkı sağlar. Cittaslow ünvanını elinde bulunduran Gökçeada için ,bu ünvanın yerel halkta akılda kalıcı olmaması tartışmaya açık bir konu olarak karşımıza çıkar. Dört tarafı denizle çevrili bir yerde balık ve deniz ürünlerinin oranın % 15’te kalması dikkat çekicidir. Bu durum yerel halkın denize merakı ve kültürü veya denizlerdeki balık miktarıyla ilgili olabilir.

4.3. Katılımcıların Cittaslow Ünvanı ve Turizmin Etkilerine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Cittaslow ünvanına sahip Gökçeada’nın yerel halkının Cittaslow markasına yönelik tutumları ve turizmin etkilerine yönelik dört anket ifadesi yer almaktadır. Katılımcıların katılım derecesinin yüzdelik dağılımı, standart sapması ,ortalamaları ve güvenilirliği tablolar halinde verilmiştir. Elde edilen sonuçlar, Gökçeada halkının Cittaslow markasına karşı yaklaşımları açıklamaktadır.

Ankete katılan yerel halkın görüşlerinin olumlu seçenekler üzerinde yoğunlaşmaları, sıklık analiz değerleri dikkate alınarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

Tablo 16. Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili bulgular

Cittaslow markasına ilişkin ifadeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı
1.Cittaslow turist sayısının artışında etkili bir unsurdur.	-	-	-	-	36,5	134	36	132	27,5	101
2.Cittaslow, yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir modeldir.	-	-	-	-	24,8	91	43,6	160	31,6	116
3.Cittaslow, yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesi için iyi bir modeldir.	-	-	-	-	22,1	81	47,7	175	30,2	111
4.Yaşadığım şehrin Cittaslow olmasından memnunum.	-	-	-	-	19,6	72	40,9	150	39,5	145

Tablo 16. yer alan ifadeler ve analiz sonuçları incelendiğinde; “Cittaslow, turist sayısının artışında etkili bir markadır ” yargısına, ankete katılan yerel halkın % 27,5’i kesinlikle katılıyorum, % 36’sı katılıyorum, % 36,5’i kararsızım şeklinde görüş belirtmiştir. “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçenekleri katılımcılar tarafından seçilmemiştir. Katılımcıların görüşlerinin “Kesinlikle katılıyorum” ve “ katılıyorum” seçeneklerinde yoğunlaşması (% 63,5), katılımcılar tarafından, Cittaslow markasının turist sayısının artışında etkili bir marka olduğunu göstermektedir

Bölüm içinde yer alan ikinci ifade “Cittaslow, yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir modeldir” yargısına katılımcıların % 31,6’sı kesinlikle katılıyorum, %43,6’sı katılıyorum, % 24,8’i kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Cittaslow markasının yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir model olduğunu katılımcıların (% 75,2) verdiği yanıtlarla ortaya koymuştur.

Çalışmanın Cittaslow markasına ait bölümün üçüncü ifadesinde “Cittaslow, yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesi için iyi bir modeldir” yargısına ankete katılan kişilerin

% 30,2'si kesinlikle katılıyorum, % 47,7'si katılıyorum, % 22,1'i kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcılar “kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerini seçmediği gözlenmektedir. Katılımcıların olumlu seçenekler üzerinde yoğunlaştığı, Cittaslow markasının yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmede uygun bir model olduğu düşüncesinin olduğunun göstergesidir.

Cittaslow bölümünün son ifadesi “Yaşadığım şehrin Cittaslow olmasından memnunum” yargısına, ankete katılan kişilerin % 39,5'i kesinlikle katılıyorum, % 40,9'u katılıyorum, % 19,6'sı kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Bu sonuç yerel halkın Cittaslow markasından memnun olduğunun göstergesidir. İlgili literatürde (Mayer L., 2009) yapılan gözlem araştırmaya göre, Cittaslow markası, yerel halkın yaşam kalitesin yükseltmesinde ve yörenin ekonomik gelişmesine destek sağlamak adına yararlı bir model olarak yer aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 17. Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili İstatistikler

Cittaslow markasına ilişkin ifadeler	(N:367)	
	Ort.	S
1.Cittaslow turist sayısının artışında etkili bir unsurdur.	3,91	0,796
2.Cittaslow, yörenin kalkınma ve gelişmesi için iyi bir modeldir	4,07	0,749
3.Cittaslow, yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesi için iyi bir modeldir	4,08	0,720
4.Yaşadığım şehrin Cittaslow olmasından memnunum	4,20	0,744

Tablo 17.'de Cittaslow ölçeğini oluşturan dört ifadeye ait tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir. Buna göre, birinci ifadenin aldığı ortalama 3,91 ve standart sapma 0,796'dır.İkinci ifadenin ortalaması 4,07 ve standart sapması 0,749'dır.Üçüncü ifadenin aldığı ortalama 4,08 ve standart sapması 0,720'dir.Dördüncü ifadenin ortalaması 4,20 ve standart sapması 0,744'tür.

Tablo 18. Cittaslow ölçeği için güvenilirlik katsayısı

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standartlaştırılmış Maddelere Dayalı	N
,942	,943	4

Tablo 18.'de citta slow ölçeğini oluşturan dört ifadeye ait "genel alfa" katsayısı, 0,942 olarak bulunmuştur. Bu sonuç citta slow ölçeğinin yüksek güvenilirlik özelliği taşıdığını göstermektedir. (Lorcu, 2015)'ya göre alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki şekilde belirtmiştir.

- $0 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 \leq \alpha \leq 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 19. Katılımcıların Cittaslow ölçeği ile ilgili İstatistikler

Grup istatistiği					
	cinsiyet	N	Ort.	Std. sapma	Std. Hata ortalaması
citta_slow_ort	kadın	186	4,1344	,69754	,05115
	erkek	181	3,9931	,68639	,05102

Tablo 19.' de 367 katılımcının 186 sı erkek ve 181 i bayandır.

4.4. Katılımcıların Gökçeada Gastronomi Ölçeğine İlişkin Bulgular

Anketin son bölümünde Gökçeada Gastronomi Ölçeği yer almaktadır. (Aksoy M., 2017) tarafından hazırlanmış ölçek kullanılarak hazırlanan Gökçeada Gastronomi Ölçeği ile yerel halkın gastronomi tutum düzeyini ölçen 9 kapalı uçlu ifade yer almıştır. Her bir ifadeye katılım düzeyleri 5’li Likert tipi (Kesinlikle katılıyorum, Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum, Kesinlikle katılmıyorum) ölçek ile derecelendirilmiştir. Katılımcıların katılım derecesinin yüzdelik dağılımı, standart sapması, ortalamaları, faktör yükü ve güvenirliliği tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 20. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

1.Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi verir.	%	sayı
Kesinlikle katılıyorum	22,1	81
Katılıyorum	55,3	203
Kararsızım	22,6	83
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Katılımcıların % 77,3’ü yöresel yiyecek ve içeceklerin yerel halkın kültürü hakkında bilgi verdiğini belirtmişken ,% 22,6’lık kısım karasız olduklarını ifade etmiştir.

Tablo.21. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

2. Gökçeada'nın tanıtılmasında yerel mutfak ön planda tutulmalıdır.	%	Sayı
Kesinlikle katılıyorum	40,1	147
Katılıyorum	56,7	208
Kararsızım	3,3	12
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Katılımcıların % 96,8'i Gökçeada'nın tanıtılmasında yerel mutfağın ön planda tutulması gerektiğini belirtmiştir. Bu yüksek oran Gökçeada mutfağının tanıtılması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Tablo.22. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

3. Gökçeada mutfağı kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	%	Sayı
Kesinlikle katılıyorum	47,4	174
Katılıyorum	51	187
Kararsızım	1,6	6
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Katılımcılar Gökçeada mutfağının kültürel bir değer olduğunu ve korunması gerektiğini % 98,4 gibi tamamına yakın katılım ile belirtmişlerdir.

Tablo 23. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

4. Gökçeada'da satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur.	%	Sayı
Kesinlikle katılıyorum	59,9	220
Katılıyorum	37,1	136
Kararsızım	3	11
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Gökçeada da satılan yiyeceklerin lezzetli ve doyurucu olduğunu katılımcıların % 97'si olumlu görüş belirtmiştir.

Tablo 24. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

5. Gökçeada'da yerel yemek kültürünün tanıtılmasına dair yeterli çaba harcanmaktadır.	%	Sayı
Kesinlikle katılıyorum		
Katılıyorum		
Kararsızım	4,4	16
Katılmıyorum	43,9	161
Kesinlikle katılmıyorum	51,8	190
Toplam	100	367

Katılımcıların % 95,7'si Gökçeada'da yerel yemek kültürünün tanıtılmasına dair yeterli çabanın harcanmadığını belirtmiştir.

Tablo 25. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

6. Gökçeada mutfağını etkin bir şekilde kullanmak, Gökçeada'nın turizm sezonunun uzamasına katkı sağlayacaktır.	%	sayı
Kesinlikle katılıyorum	34,6	127
Katılıyorum	64,6	237
Kararsızım	0,8	3
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Katılımcılar % 99,2 gibi çok yüksek bir oranın belirttiği ortak görüş Gökçeada mutfağını etkin bir şekilde kullanmak Gökçeada'nın turizm sezonunun uzamasına katkı sağlayacaktır yönündedir.

Tablo 26. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

7. Gökçeada mutfağının Türkiye'de yeterince tanınmaktadır.	%	sayı
Kesinlikle katılıyorum		
Katılıyorum		
Kararsızım	3	11
Katılmıyorum	44,4	163
Kesinlikle katılmıyorum	57,6	193
Toplam	100	367

Katılımcıların tamamına yakını Gökçeada mutfağının Türkiye'de yeterince tanınmadığını düşünmektedir.

Tablo 27. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

8. Yörenin pazarlanmasında 'yöre mutfağı ve gastronomi' daha çok kullanılmalıdır.	%	sayı
Kesinlikle katılıyorum	53,4	196
Katılıyorum	46,3	170
Kararsızım	0,3	1
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Katılımcıların % 99,7'si yörenin pazarlanmasında 'yöre mutfağı ve gastronomi' daha çok kullanılması gerektiği görüşüne sahiptir.

Tablo 28. Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

9. Yöre mutfağı ile ilgili 'geleneksel ot ve yemek festivali' düzenlenebilir.	%	sayı
Kesinlikle katılıyorum	66,5	244
Katılıyorum	33	121
Kararsızım	0,5	2
Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum		
Toplam	100	367

Yöre mutfağı ile ilgili geleneksel ot ve yemek festivali düzenlemesi gerekliliği yönünde görüş belirten katılımcıların % 99,5 iken % 0,5'i kararsız olduklarını belirtmiştir.

Tablo 29. Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler

Gökçeada ve gastronomiye ilişkin ifadeler	(N:367)	
	Ort.	S
1. Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi verir	3,99	,669
2. Gökçeada'nın tanıtılmasında yerel mutfak ön planda tutulmalıdır	4,37	,547
3. Gökçeada mutfağı kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	4,46	,538
4. Gökçeada'da satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur	4,57	,553
5. Gökçeada'da yerel yemek kültürünün tanıtılmasına dair yeterli çaba harcanmaktadır	1,53	,58
6. Gökçeada mutfağını etkin bir şekilde kullanmak, Gökçeada'nın turizm sezonunun uzamasına katkı sağlayacaktır	4,34	,491
7. Gökçeada mutfağının Türkiye'de yeterince tanınmaktadır	1,50	,557
8. Yörenin pazarlanmasında 'yöre mutfağı ve gastronomi' daha çok kullanılmalıdır	4,53	,50
9. Yöre mutfağı ile ilgili 'geleneksel ot ve yemek festivali' düzenlenebilir	4,46	,48

Tablo 29.'da Gökçeada ve gastronomi ölçeğini oluşturan dokuz ifadeye ait tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir

Tablo 30. Gökçeada ve gastronomi ölçeği için güvenilirlik katsayısı

Cronbach's Alpha	,651
Cronbach's Alpha Standartlaştırılmış Maddelere Dayalı	,663
N	9

Tablo 30.'da Gökçeada ve gastronomi ölçeğini oluşturan dokuz ifadeye ait "genel alfa" katsayısı, 0,651 olarak bulunmuştur.

Tablo 31. *KMO and Bartlett's Test*

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme yeterliliğinin ölçümü		,758
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık ki kare df	788,707
	Sig.	,000

Kaiser- Meyer- Olkin (KMO) and Bartlett's Test, değişkenler arası ilişkinin gücünü ölçümler. KMO ölçümü 0 ile 1 arasında değişir.1'e yaklaştıkça daha iyidir. Minimum 0,6 olması önerilir. Araştırmada KMO 0,758 elde edilmiştir. Sağlıklı bir faktör analizinin yapılabilmesi için 0,5'in üzerinde bir değer elde etmek yeterlidir dolayısıyla bu değere bakarak analizi sağlıklı şekilde gerçekleştirebileceğimizi söyleyebiliriz.

Tablo 32. *Katılımcıların Gastronomi ölçeği ile ilgili İstatistikler*

Açıklanan Toplam Varyans

Soru	İlk Özdeğerler			Kare Yüklerin Çekme Toplamları			Kare Yüklerin Dönme Toplamları		
	Topl.	% of Varyans	Kümülatif %	Topl.	% of Varyans	Kümülatif %	Topl.	% of Varyans	Kümülatif %
1	3,141	34,902	34,902	3,141	34,902	34,902	2,462	27,353	27,353
2	1,448	16,089	50,991	1,448	16,089	50,991	1,759	19,548	46,901
3	1,110	12,328	63,319	1,110	12,328	63,319	1,478	16,418	63,319
4	,788	8,756	72,075						
5	,675	7,499	79,574						
6	,567	6,295	85,870						
7	,475	5,275	91,145						
8	,442	4,908	96,053						
9	,355	3,947	100,000						

Ekstraksiyon Yöntemi: Temel Bileşen Analizi

Tablo 32, toplam varyansın yüzde kaçının belirlenen faktörler tarafından veri setine yansıtıldığını göstermektedir. Özdeğeri 1'den büyük olan 3 faktör yapılan analiz sonucunda belirlenmiştir. Üç faktöründe toplam varyansın % 63.19'nı kapsadığı görülmüştür.

Tablo 33. Döndürülmüş Bileşen Matrix A (RCM)

	Bileşen		
	1	2	3
2.Gökçeada'nın tanıtılmasında yerel mutfak ön planda tutulmalıdır	,825	,077	,009
1.Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi verir	,743	,089	-,143
6.Gökçeada mutfağını etkin bir şekilde kullanmak, Gökçeada'nın turizm sezonunun uzamasına katkı sağlayacaktır	,729	,203	-,052
4. Gökçeada'da satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur	,616	,198	-,209
3. Gökçeada mutfağı kültürel bir değerdir ve korunması gerekir	,471	,380	,210
9. Yöre mutfağı ile ilgili 'geleneksel ot ve yemek festivali' düzenlenebilir	,123	,891	-,068
8. Yörenin pazarlanmasında 'yöre mutfağı ve gastronomi' daha çok kullanılmalıdır	,253	,846	-,023
7. Gökçeada mutfağının Türkiye'de yeterince tanınmaktadır	-,060	-,091	,831
5. Gökçeada'da yerel yemek kültürünün tanıtılmasına dair yeterli çaba harcanmaktadır	-,111	,052	,819

Tabalo 33.'te analiz sonucunda ortaya çıkan üç faktördeki değişkenlerin hangi faktörlere dağıldığını göstermektedir. Birinci faktörde Gökçeada halkının kültürü, Gökçeada'nın mutfağı ve kültürü ile ilgili , ikinci faktörde Gökçeada mutfağının tanınmaması ile ilgili ve üçüncü faktörde Gökçeada'nın tanıtımında gastronomi ve mutfak kullanımı ile ilgili ifadeler yer almıştır.

Tablo 34. İkamet yerine göre yaşam süreleri

İkamet	İkamet yeri ve ikamet süresi çaprazlaması					Total
	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16-20 Yıl	20 ve +	
Tepeköy	2	1	0	1	6	10
Dereköy	0	1	0	0	9	10
Eski bademli	1	11	5	2	1	20
Yeni bademli	2	0	3	28	31	64
Uğurlu	0	4	0	20	29	53
Eşelek	0	6	6	13	5	30
Şirinköy	0	0	6	7	0	13
Zeytinliköy	6	4	2	2	7	21
Kaleköy	2	2	14	23	18	59
Merkez	16	9	12	13	37	87
Toplam	29	38	48	109	143	367

Katılımcıların ikamet ettiği yerdeki ikamet yılı çaprazladığı Tablo 4.34. 'e göre ,Tepeköy'de ikamet eden 10 katılımcının 6'sı, Dereköy'de ikamet eden 10 katılımcının 9'u ,Yeni Bademli Köyünde ikamet eden 64 katılımcının 31'i,Uğurlu Köyünde ikamet eden 53 katılımcının 29'u yirmi yıldan daha fazla süre ikamet yerinde yaşadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların uzun süre ikamet etmeleri yöre hakkında gerçekçi bilgilerin eldesinde önemlidir.

Tablo 35. İkamet yerine göre ürünlerin değerlendirilmesi

İkamet yeri						Toplam
	Gökçeada pazarında satış	Yemeklerini yapıp kendi yerimde satış	börek pasta yapıp işletmelere satış	turistlere satış	5	
tepeköy	0	7	1	2	0	10
dereköy	0	3	0	7	0	10
eski bademli	0	6	0	14	0	20
yeni bademli	34	14	4	11	1	64
uğurlu	6	20	2	25	0	53
eşelek	16	7	2	5	0	30
şirinköy	7	1	2	3	0	13
zeytinli	0	16	0	5	0	21
kaleköy	0	20	0	39	0	59
merkez	0	67	7	13	0	87
Toplam	63	161	18	124	1	367

Katılımcıların “ Köyünüze özgü yetişen yabani otları nasıl değerlendiriyorsunuz” sorusuna verdiği cevaplar Gökçeada pazarında, yemeklerini yapıp kendi yerinde satış, börek pasta yapıp işletmelere satış, turistlere satış şeklindedir. Yenibademli köyü, Uğurlu köyü, Eşelek köyü, Şirinköy sakinleri köylerindeki yabani otları Gökçeada pazarında satışa çıkarmaktadır. 367 katılımcının 63’ü yabani otları Gökçeada pazarında satarak değerlendirdiğini belirtmiştir. Yabani otların yemeklerini yapıp kendi yerinde satışını yaptığını belirten katılımcıların sayısı 161 dir. Yabani otları börek pasta yapıp işletmelere sattığı belirten 18 kişidir. Yabani otları turistlere satarak değerlendiren katılımcı sayısı 124 tür. Bu tablo katılımcıların yöresinde yetişen yabani otları yemek yapıp kendi yerlerinde sattığını bu durumda cittaslow ada olmasının bir göstergesidir. Köye özgü yabani otların bu şekilde değerlendirilmesi slow food kültürünün gelişmesi ve yerel lezzetlerin oluşması, gelişmesi ile turist sayısı artmaktadır.

Tablo 36. İkamet yerine göre yöreye özgü ürünler

İkamet yeri						Toplam
	içecek	tatlı	et yemeği	sebze yemeği	kahvaltı	
Tepeköy	5	3	2	0	0	10
Dereköy	1	1	5	3	0	10
Eski bademli	10	7	3	0	0	20
Yeni bademli	1	11	27	21	4	64
Uğurlu	2	2	21	17	11	53
Eşelek	0	0	15	13	2	30
Şirinköy	0	2	7	4	0	13
Zeytinliköy	12	9	0	0	0	21
Kaleköy	0	0	25	0	34	59
Merkez	9	22	31	12	13	87
Total	40	57	136	70	64	367

Katılımcıların “Köyünüze özgü yaptığınız yeme – içme alışkanlıkları nelerdir?” sorusuna 40 kişi içecek, 57 kişi tatlı, 136 kişi et yemeği, 70 kişi sebze yemeği ve 64 kişi de kahvaltı olarak belirtmiştir. Bu tablo ikamet yerlerine göre irdelendiğinde Tepeköy içecek, Dereköy et yemeği, Eski Bademli içecek ve tatlı, Yeni Bademli et yemeği ve sebze yemeği, Uğurlu et yemeği ve sebze yemeği, Eşelek et yemeği ve sebze yemeği, Şirinköy içecek, Kaleköy et yemeği ve kahvaltı yoğun dağılım gösterirken Merkezde içecek, tatlı, et yemeği, sebze yemeği, kahvaltı birbirine yakın dağılım sergilemiştir.

Tablo 4.37.İkamet yerine göre özel günlerde üretilen ürünler

İkamet yeri						
	tatlı	börek	etli yemek	sebze-ot yemekleri	Çorba	Toplam
Tepeköy	5	0	5	0	0	10
Dereköy	2	3	3	2	0	10
Eski bademli	13	4	3	0	0	20
Yeni bademli	6	8	31	19	0	64
Uğurlu	2	9	25	17	0	53
Eşelek	0	6	14	10	0	30
Şirinköy	0	2	7	4	0	13
Zeytinliköy	12	3	1	5	0	21
Kaleköy	0	0	37	0	22	59
Merkez	28	16	29	12	2	87
Toplam	68	51	155	69	24	367

Katılımcılar “Özel günlerde yaptığınız yemekler nelerdir?” sorusuna verdikleri yanıtlar neticesinde oluşan Tablo .37’e göre; 68 kişi tatlı, 51 kişi börek, 155 kişi etli yemek, 69 kişi sebze-ot yemeği, 24 kişi de çorba yaptıklarını belirtmiştir. İkamet yerlerine göre Tepeköy tatlı ve etli yemek, Dereköy börek ve etli yemek, Eski BSademli tatlı, Yeni Bademli etli yemek ve sebze-ot yemekleri, Uğurlu etli yemek ve sebze-ot yemekleri, Eşelek etli yemek ve sebze-ot yemekleri, Şirinköy etli yemek, Zeytinliköy tatlı, Kaleköy etli yemek ve çorba dağılımı gözlenirken Merkezde tatlı, börek, etli yemek ve sebze-ot yemekleri dağılımı yer almıştır.

Tablo 38.İkamet yerine göre peynir üretimleri

İkamet yeri					Toplam
	beyaz peynir	lor	kaşar	keçi peyniri	
Tepeköy	0	0	0	10	10
Dereköy	6	0	1	3	10
Eski bademli	0	0	0	20	20
Yeni bademli	28	0	1	35	64
Uğurlu	25	0	0	22	47
Eşelek	29	0	1	0	30
Şirinköy	2	0	0	11	13
Zeytinli	0	0	0	21	21
Kaleköy	23	0	0	36	59
Merkez	9	4	0	16	29
Toplam	122	4	3	174	303

Tablo 38’ de katılımcıların “ Ne tür peynir üretiyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevapları ikamet yerine göre sonuçları yer almaktadır. Katılımcıların 122 si beyaz peynir, 4’ü lor peynir, 3’ü kaşar peynir, 174’ü keçi peyniri ürettiğini bunun yanında 64 kişi peynir üretimi yapmamaktadır. İkamet yerlerine göre; Tepeköy keçi peyniri, Dereköy beyaz peynir, eski bademli keçi peyniri, Yeni Bademli beyaz peynir ve keçi peyniri, Uğurlu beyaz peynir ve keçi peyniri, Eşelek beyaz peynir, Şirinköy keçi peyniri, Zeytinliköy keçi peyniri, Kaleköy beyaz peynir ve keçi peyniri, Merkez beyaz peynir, lor ve keçi peyniri üretim dağılımı gözlenmektedir.

Tablo 39.İkamet yerine göre zeytin ve zeytinyağı üretimi

İkamet yeri					Toplam
	zeytin yağı	siyah zeytin	kırma zeytin	sele zeytini	
Tepeköy	10	0	0	0	10
Dereköy	10	0	0	0	10
Eski bademli	20	0	0	0	20
Yeni bademli	53	10	0	1	64
Uğurlu	36	17	0	0	53
Eşelek	12	15	3	0	30
Şirinköy	10	3	0	0	13
Zeytinliköy	21	0	0	0	21
Kaleköy	45	14	0	0	59
Merkez	73	8	0	0	81
Toplam	290	67	3	1	361

Katılımcıların “Zeytin tarımı ile hangi ürünü üretiyorsunuz?” soruna verdikleri cevaplar Tablo 4.39’da yer almaktadır. 367 katılımcının 290’nı zeytinyağı, 67’si siyah zeytin,3’ü kırma zeytin,1’i sele zeytin olarak cevaplamıştır.6 kişi cevap vermeyerek zeytin tarımı yapmadığını belirtmiştir. Bu tablo Gökçeada da zeytin tarımı ile zeytinyağı elde edildiğini göstermektedir.

Tablo 40.İkamet yerine göre ekmek üretimi

İkamet yeri					Toplam
	beyaz köy ekmeği	lavaş	pide	tam buğday ekmeği	
Uğurlu	35	0	2	0	37
Eşelek	30	0	0	0	30
Şirinköy	13	0	0	0	13
Kaleköy	0	27	32	0	59
Merkez	2	4	12	5	23
Toplam	80	31	46	5	162

Katılımcıların “ Ne tür ekmek üretimi yapıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar sonucunda beyaz köy ekmeği üreten 80 kişi, lavaş üreten 31 kişi, pide üreten 46 kişi, tam buğday ekmeği üreten 5 kişidir. 205 katılımcı ekmek üretimi yapmadığını işaretleme yapmayarak belirtmiştir. Uğurlu Köyü, eşelek, Şirinköy de beyaz köy ekmeği üretimi yapılırken, Kaleköy de lavaş üretimi yapılmaktadır. Pide üretimi Kaleköy ve Merkezde ,tam buğday ekmeği merkezde yapılmaktadır.

Tablo.41.İkamet yerine göre üretilen ürünlerin satışı ile ilgili istatistik

İkamet yeri				Toplam
	gökçeada pazarında	kendi dükkanımda	toptancıya veriyorum	
Tepeköy	0	9	1	10
Dereköy	0	10	0	10
Eski bademli	0	20	0	20
Yeni bademli	36	22	6	64
Uğurlu	8	45	0	53
Eşelek	23	7	0	30
Şirinköy	9	1	3	13
Zeytinli köy	0	21	0	21
Kaleköy	0	59	0	59
Merkez	0	87	0	87
Toplam	76	281	10	367

Katılımcıların “Ürettiğiniz ürünleri nasıl pazarlıyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 4.41’ de ki gibidir. Ürettikleri ürünleri Gökçeada pazarında satan 76 kişi, kendi dükkanında satan 281 kişi, toptancıya veren 10 kişidir. Bu tabloya göre Gökçeada halkı ürettikleri ürünlerini kendi yerlerinde satmaktadır.

Tablo 42. İkamet yerine göre Gökçeada tanıtımında akla gelenler

						Toplam
	balık ve deniz ürünleri	zeytin ve zeytin yağlı yemekler	tekne ve dalış turları	kuzu ve oğlak yemekleri	sakin şehir	
Tepeköy	0	5	0	5	0	10
Dereköy	0	3	0	6	1	10
Eski bademli	3	10	0	4	3	20
Yeni bademli	4	25	0	30	5	64
Uğurlu	15	17	0	17	4	53
Eşelek	0	16	0	14	0	30
Şirinköy	0	5	0	7	1	13
Zeytinli	0	15	0	6	0	21
Kaleköy	33	8	8	10	0	59
Merkez	0	23	2	43	19	87
Toplam	55	127	10	142	33	367

Katılımcıların “Gökçeada’nın tanıtımında aklınıza gelen ilk şey nedir?” sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 42’ de gösterilmiştir. 367 katılımcının 55’i Gökçeada’nın tanıtımında akla ilk gelen şeyin balık ve deniz ürünleri, 127’si zeytin ve zeytinyağlı yemekler, 142’si kuzu ve oğlak yemekleri, 33’ü sakin şehir, 10’u tekne ve dalış turları olarak belirtmiştir. Bu tablo kuzu ve oğlak yemekleri ile zeytin ve zeytinyağlı yemekler yerel halkın Gökçeada’yı pazarlamada kullandığı materyallerin başında gelmektedir.

Şekil 43’ te beyaz köy ekmeği üreten lokasyonlar gösterilmiştir. Bu noktalar Gökçeada merkez, Şirinköy, Uğurluköy, Eşelek Köyüdür. Yerel halk kendi bahçesinde yapmış olduğu fırınlarda mayalanmaya bıraktığı hamuruyla elde ettiği beyaz köy ekmeğini eşelek köyü, uğurlu köyü, şirinköy ve Pazar günleri halk pazarında şehir merkezinde satışa sunmaktadır. Adanın geniş ovaları olması ve halkın buğdayı kendisi yetiştirmesi, sonrasında mevcut iki değirmende öğütmesi beyaz köy ekmeğinin lezzetinin sırrını oluşturmaktadır.



LAVAŞ ROTASI



Lavaş rotası şekil 44’te oluşturulmuştur. Kaleköy ve Gökçeada merkez rotayı oluşturan noktalardır. Lavaş yapımının fazla yaygın olmadığını sınırlı sayıda işletmenin ve yerel halkın yaptığı, rotadaki iki lokasyonun varlığı bu durumun göstergesidir.

KIRMA ZEYTİN ROTASI

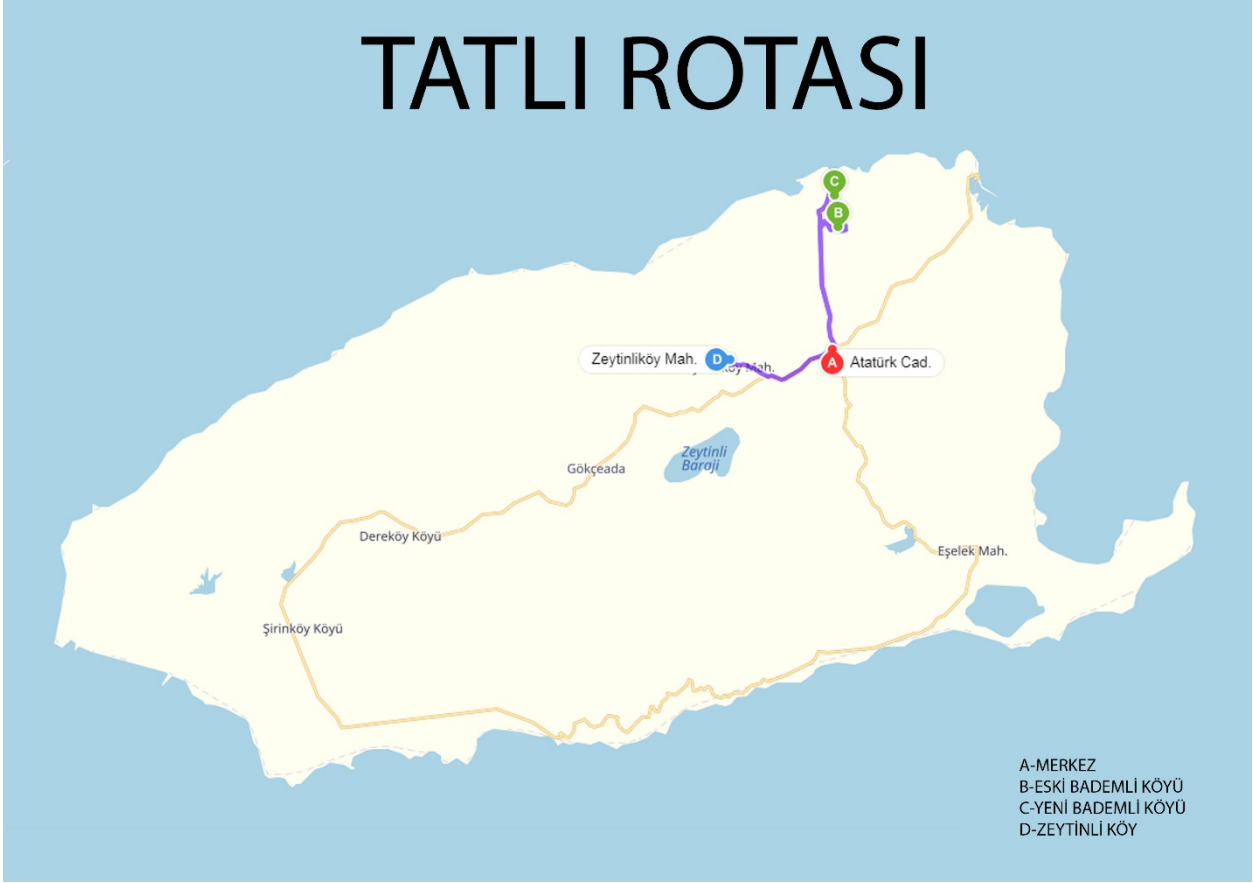


Şekil 45’ te kırma zeytin üretilen noktaların rotası yer almaktadır. Bu noktalar Gökçeada merkez ve eşelek köyüdür. Bu üretimi yapan tamamen yerel üreticidir. Zeytin tarımı yapan yerel halk yağlık zeytinin dışında kalan yemeklik zeytinlerinden elde ettiği zeytindir. Zeytinleri kırarak 10 gün kadar suda bekletip, bekleme süresince suyunu değiştirip sonrasında yağ limon ekleyerek yemeklik hale getirdiği kırma zeytinleri merkeze ve eşelek köyünde bulunabilir. Zahmetli bir iş olduğundan ve zeytin türünün daha çok yağlık olmasından çok fazla bulmak mümkün olmamaktadır. Eşelek köyü Gökçeada da kurulan en son köylerden biridir. Çanakkale’nin Biga ilçesinin eşelek köyü baraj yapımı sonrasında Gökçeada ya taşınmış ve beraberinde getirdikleri zeytin üretimi kültürünü devam ettirmişlerdir.

Zeytinyağı rotası şekil 46.' da gösterilmiştir. Oluşturulan rota adanın ilçe merkezini ve tüm köylerini kapsamaktadır. Bu noktalar Gökçeada ilçe Merkezi, Eski Bademli Köyü, Yeni Bademli Köyü, Kaleköy, Zeytinli köy, Tepe köy, Şirinköy, Uğurlu Köyü, Eşelek Köyü, Dereköy dür. Zeytin ağaçları en az 100 yıllık olup adanın bir çok noktasına zamanında dikimi yapılmış. Eski rum köyleri eski bademli, Tepeköy, Zeytinli Köy, Dereköy köylerinde bir çok noktada taş kırma zeytinyağı fabrikalarının kalıntıları mevcuttur günümüzde. Yetişen zeytinler ağılık cinsten olup yağın lezzeti ve aroması adaya özgüdür. İkliminden ve denizin iyotu esintisiyle ağaçlar ulaşması meyveye ayrı bir lezzet katmaktadır. Hasan zamanı ekim, kasım, aralık, ocak aylarıdır. Zeytinin rekoltesi yüksek olduğu zaman bu zaman dilimi uzamaktadır. 2017 yılı rekoltenin en yüksek olduğu yıllardan biridir ve hasat şubat ayının ortalarına kadar devam etmiştir. Kendine ait zeytinliği olmayanlar hak karşılığı zeytin toplamakta ve bu da adada kendi zeytinyağını elde etmede imkan sağlamaktadır. Eskiden günümüze gelen taş kırma zeytinyağı fabrikaları yoktur. Kontinü sistem soğuk sıkım 3 adet zeytinyağı fabrikası mevcut olup yerel halkın kullanıma açıktır. Bunun dışında günlük kapasitesi çok düşük kendi yağını çıkartan yerel bir üreticiye ait ufak bir fabrikada da ilçe merkezde yer almaktadır. Fabrikanın biri şirinköy de diğer ikisi şehir merkezinde mevcuttur.

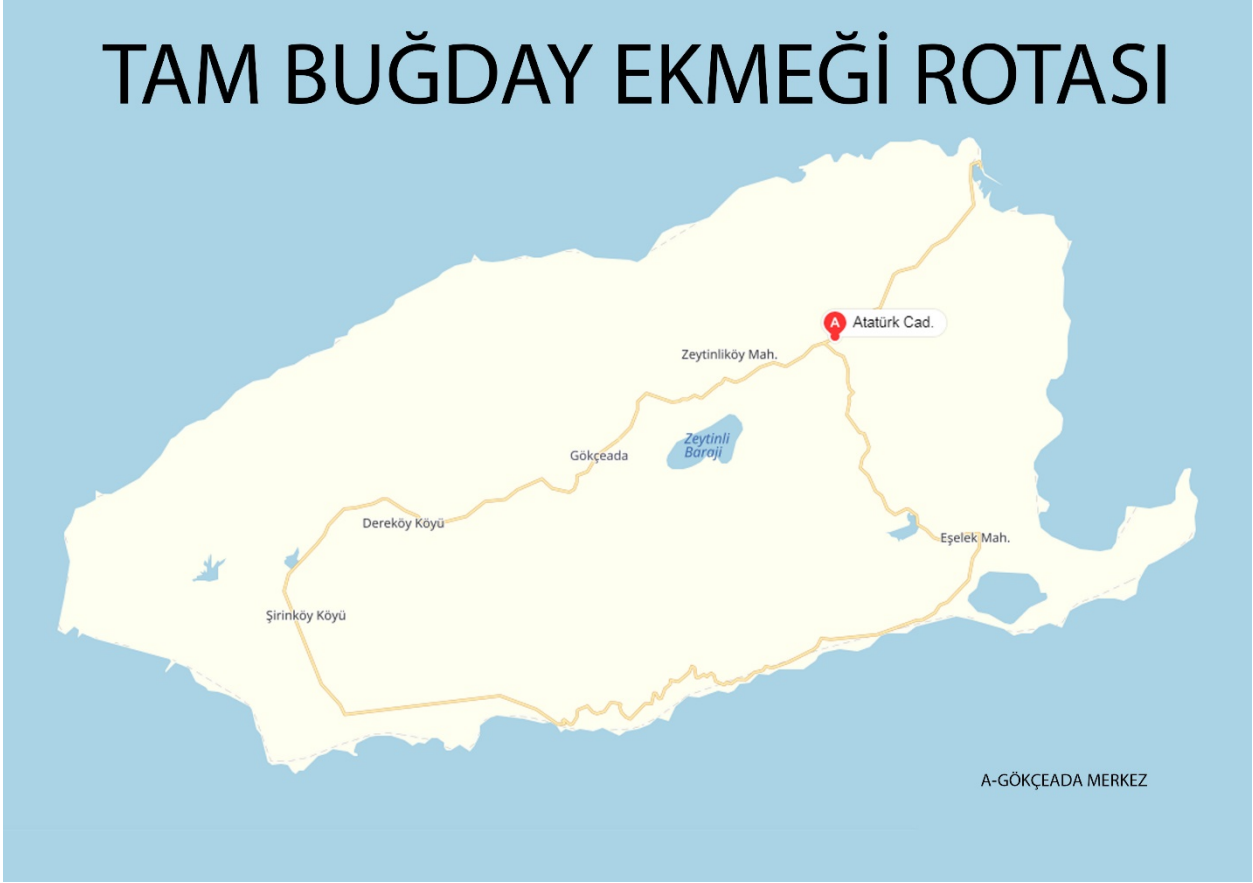


TATLI ROTASI



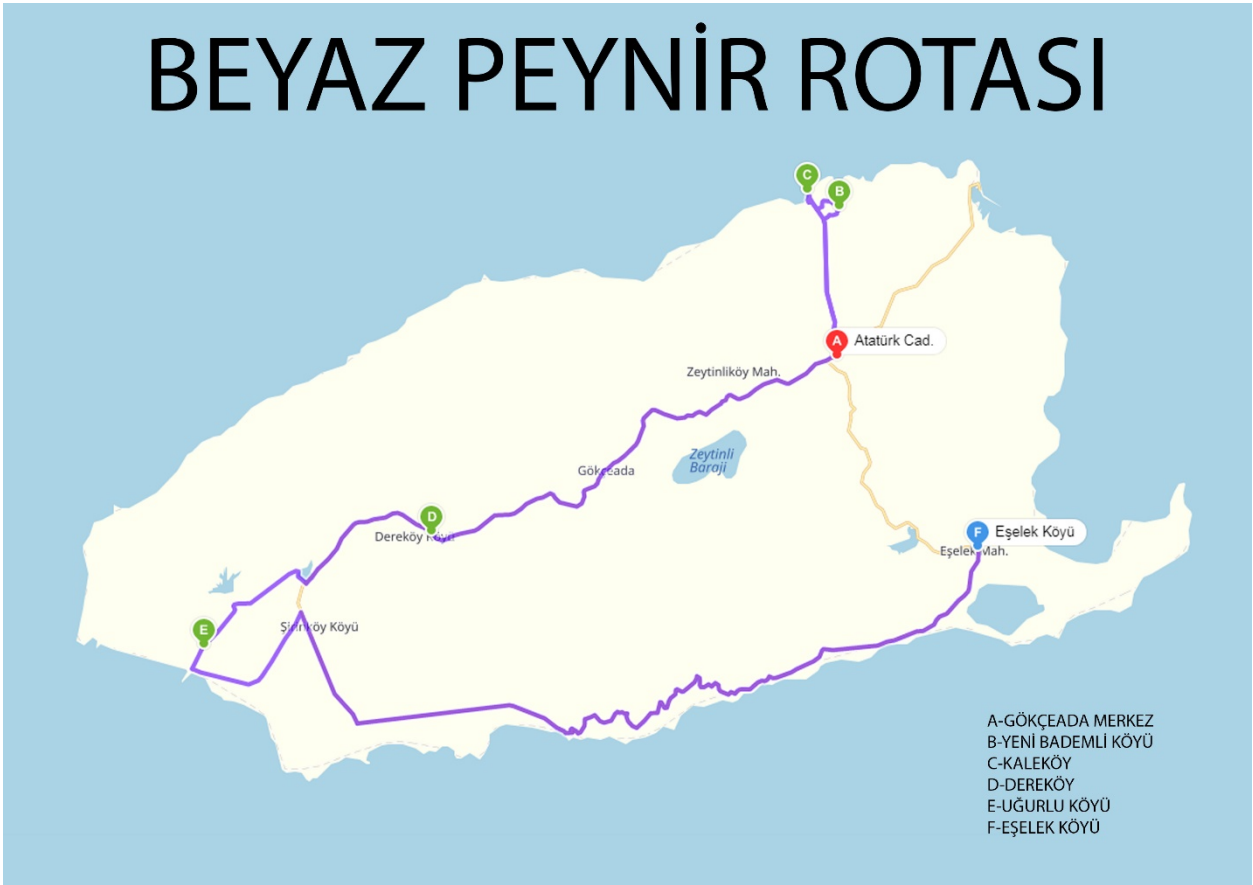
Tatlı rotası Şekil 47.'de gösterilmiştir. Oluşturulan tatlı rotası Gökçeada Merkez, Eski Bademli Köyü, Yeni Bademli Köyü ve Zeytinli Köyüdür. Tatlı rotasında yer alan lokasyonlarda damla sakızlı muhallebi, panna cotta, sütlaç, krem karamel, çikoltalı muhallebi, keçi sütü dondurması ve sütlü hafif tatlı çeşitlerini görmek mümkündür. Bu rotalarda konaklama bakımından butik oteller ve pansiyonlar mevcuttur. 1 Zeytinliköy, 2 Merkez, 3 Eski bademli ve 4 Yenibademli tatlı rotasının en tercih edilme sıralamasıdır. Zeytinliköy, Eski Bademli Köyü ve Merkez eski yerleşim olduğundan, rum asıllı vatandaşların bu lokasyonlarda ikameti ile kendilerine has sütlü tatlıları adanın gastronomi kültürüne katkı sağlamaktadır. Bunun yanında adaya dışardan yerleşmenin artmasıyla gelen kişilerin beraberinde taşıdığı mutfak kültürü ile ada kültürün sentezi sonucu tatlı çeşitliliği de artmıştır.

TAM BUĞDAY EKMEĞİ ROTASI

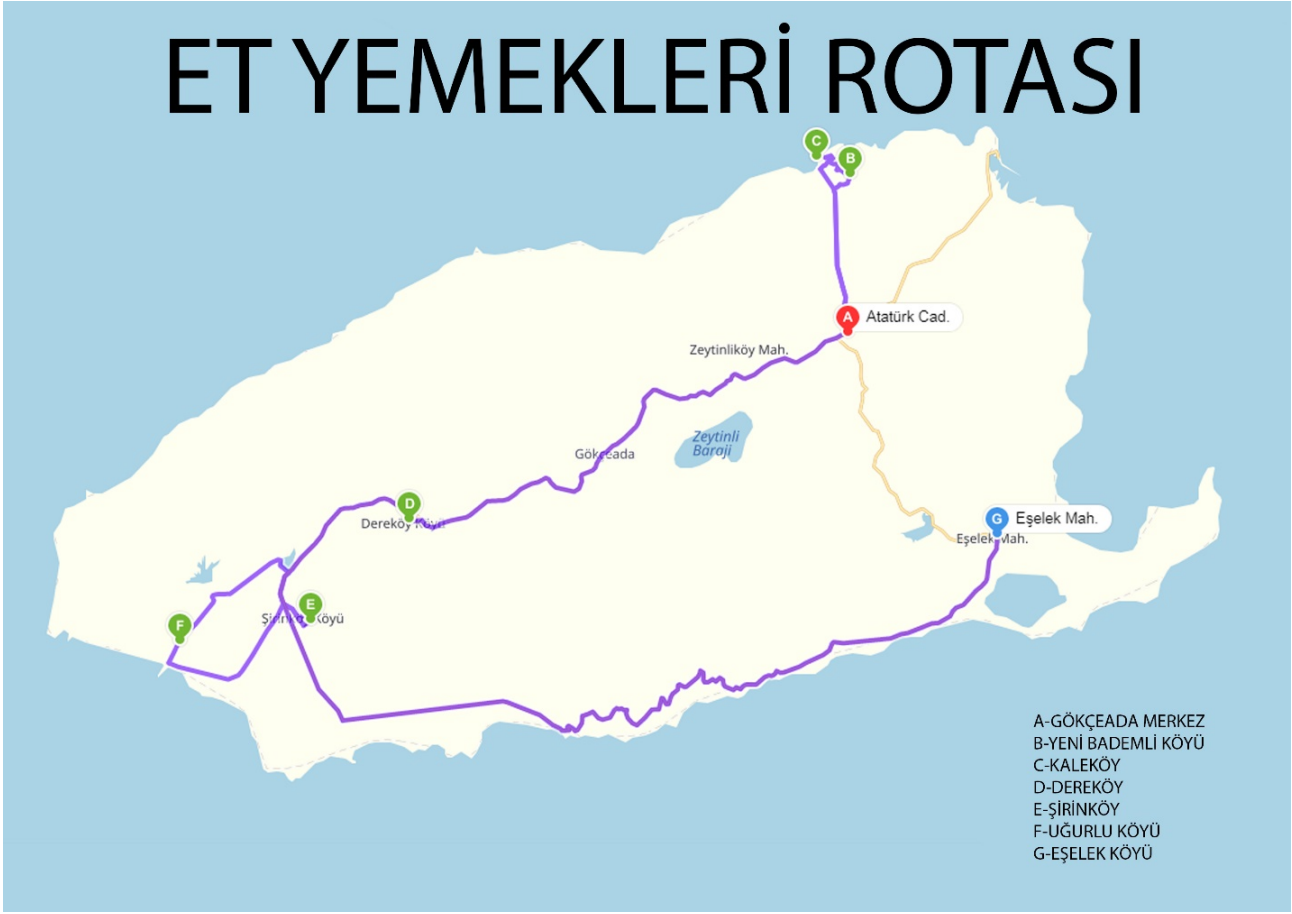


Şekil 48.' de Tam buğday ekmeği üretimini gösteren rota yer almaktadır. Oluşturulan Tam buğday ekmeği rotası Gökçeada merkez mevki sinden oluşmaktadır. Yerel üretici fırınların mevcut olduğu merkez bölgesinde bu ekmeği bulmak mümkün olmakla beraber dönemsel olarak ekmek çeşitleri bulunabilir.

Şekil 49.' da beyaz peynir üretim faaliyetlerine ilişkin rota yer almaktadır. Bu rota Gökçeada Merkez mevki, Yeni Bademli Köyü, Kaleköy, Dereköy, Uğurlu Köyü ve Eşelek Köyü güzergahlarından oluşmaktadır. Oluşturulan rotada inek varlığı çok olan köylerde inek peyniri birinci sırada, ikinci sırada koyun peyniri ve koyun-inek karışımı peynirler yapılmaktadır. Peynir üretim miktarına göre sıralama 1 Yeni Bademli Köyü, 2 Uğurlu Köyü, 3 Eşelek Köyü,4 Dereköy, 5 Merkez, 6 Kaleköy dür.



ET YEMEKLERİ ROTASI

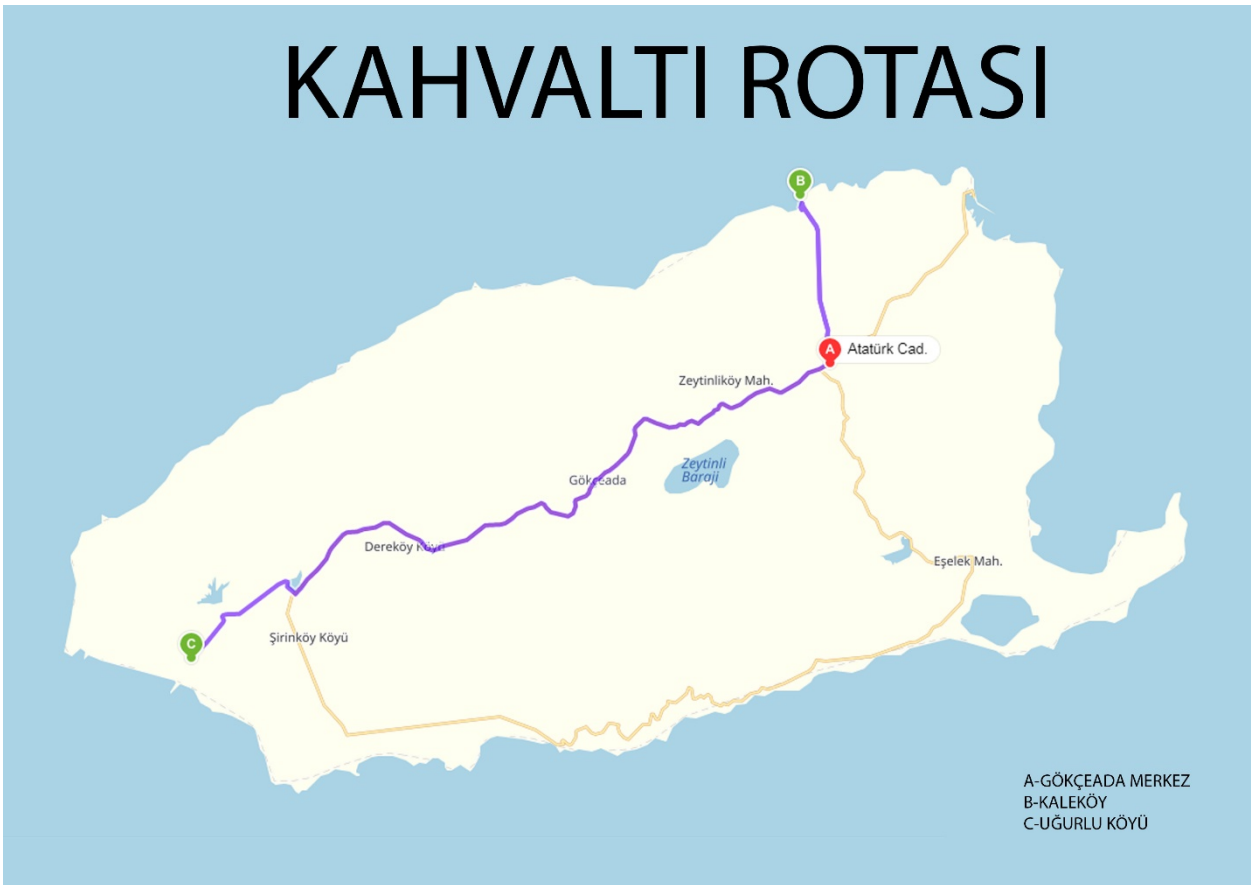


Şekil 50. 'de Gökçeada ilçesinin et yemekleri yapılıp ve satışı sunulduğu noktalar işaretlenmiştir. Dereköy, Uğurlu Köyü, Şirinköy, Eşelek Köyü, Kaleköy, Yeni bademli Köyü ve Merkez Gökçeada et yemeklerinin yaygın olarak yapılıp satışı sunulduğu noktaların isimleridir. Bu köylerin sadece üç tanesi 100 yıl ve daha eski tarihli kurulmuş köyler olup (Dereköy, Kaleköy, Merkez), diğer köyler yakın tarihli oluşan köylerdir. Bunlar Eşelek köyü, Uğurlu köyü, Şirinköy, Yeni bademli köyü dür. Gökçeada'nın tabiatı gereği doğal bitki örtüsü ve yabani otların çeşitliliğinden yetişen hayvaların etleri daha lezzetli ve doğaldır. Küçük baş hayvancılığın serbest olarak yapıldığı dağlarda serbest kendi başına yetişen hayvalar doğada bulunduğu yabani otlarla, özellikle dağ kekiği ile beslenmeleri etlere ayrı bir lezzet katmaktadır. Hayvancılık yapan çiftçilerin sayısının fazla olması ve hayvanların yetişmesi için fazla bir emek ve harcama gerektirmemesi yerli halkın çoğunun hayvancılık yapmasını doğal teşvik etkisi yapmıştır. Oğlak eti ile yapılan yemekler yada sadece oğlağın fırınlanması ile oğlak tandır, oğlak çevirme gelen turistlere sunulan başlıca et yemeklerindendir. Gökçeada Türkiyenin en büyük adası olması sebebiyle yüzölçümü büyüktür. Rotaları oluşturulan yerlere ulaşım karayolu ile olmaktadır. Merkezden Kaleköy ve Yeni bademliye yürüyüş yolu mevcuttur. Diğer noktalara arası mesafe uzun olduğundan araçla gidilimlei yada şehir içi minibusler kullanılmalıdır. Kuzu ve oğlakların büyümesi ve kesim zamanı gelmesiyle et

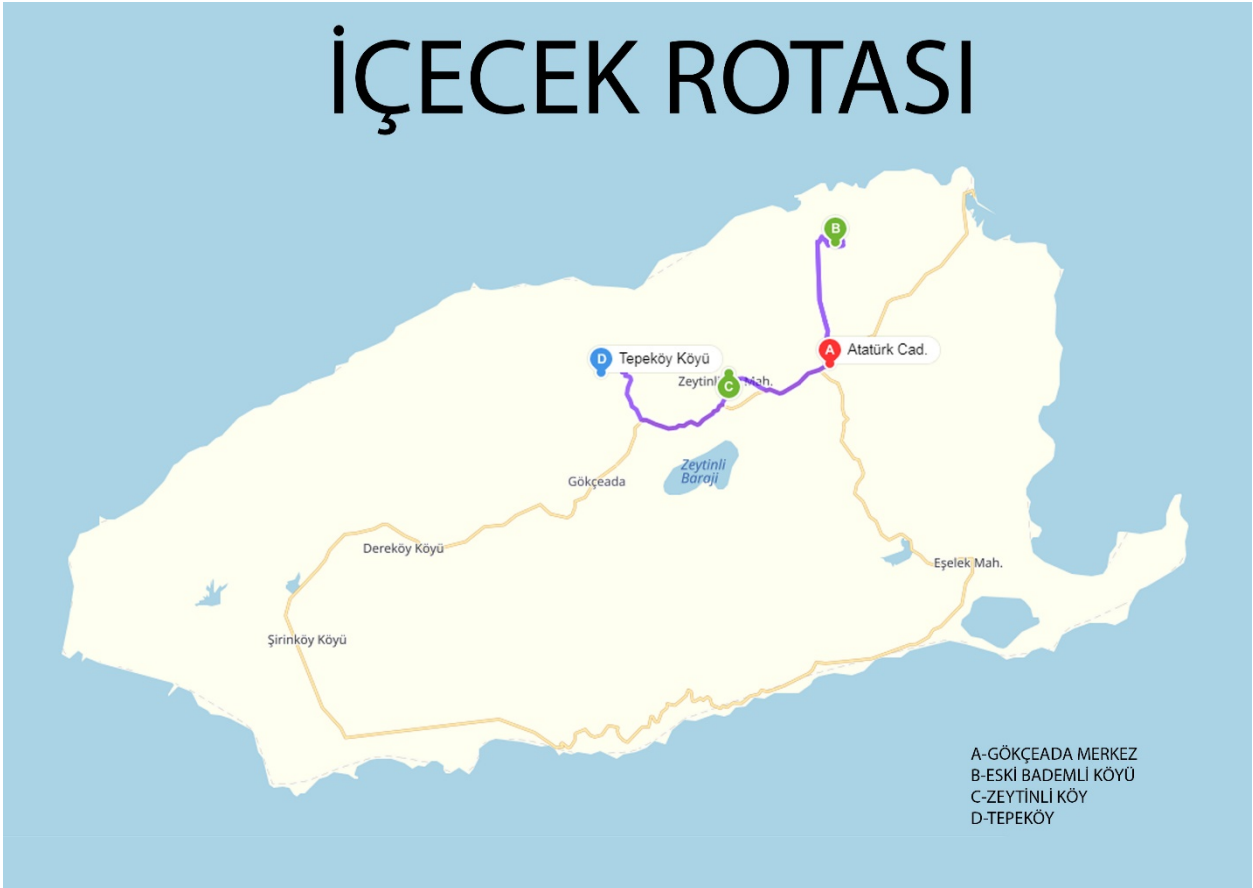
yemekleri şekilde belirtilen rotalarda yapımı hızlanmaktadır. Bu hızlanmaya gelen turist sayısının katkısı yadsınamaz. Sıralama yaptığımızda en fazladan en aza doğru Uğurlu köyü, Eşelek köyü, Şirinköy, Yeni Bademli köyü, Dereköy ve Merkez dir.



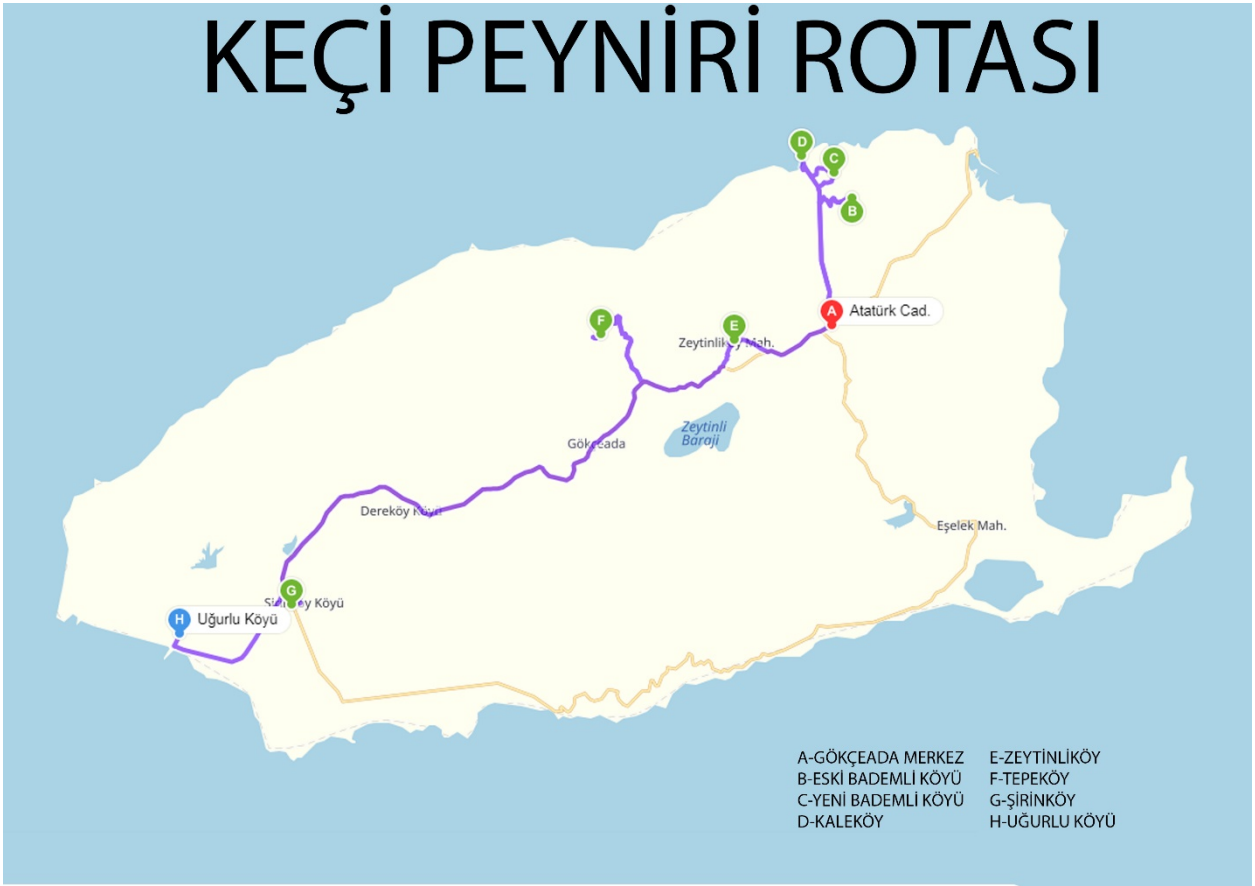
Şekil 51.' de özellikle kahvaltı üzerine hizmet veren işletmelerin rotası yer almaktadır. Gökçeada Merkez, Kaleköy ve Uğurlu Köyü rotayı oluşturan noktalardır. Kahvaltı rotasında birinci sırada Kaleköy, ikinci sırada Merkez ve üçüncü sırada Uğurlu Köyü dür. Adaya gelen turistlerin geç kahvaltı (brunch) tercih etmeleri restoranların dışında kendine has özellikte ,adaya özgü ürünlerin yer aldığı yerel kahvaltı yada köy kahvaltısı adı altında hizmet veren yerlerin ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Bu kahvaltı noktalarında kahvaltıya sunulan gıdalar ada üretimi olmasına dikkat edilmektedir.



İçecek rotası şekil 52.' de gösterilmiştir. Oluşturulan içecek rotası Gökçeada Merkez, Eski Bademli Köyü, Tepeköy, Zeytinli Köy dür. İçecek olarak dibek kahvesi, damla sakızlı kahve, frape, çay, karadut şurubu, limonata baş sırada gelmektedir. Rotada yer alan noktaların tercih edilme sıralaması 1 Zeytinli Köy, 2 Eski Bademli Köyü, 3 Tepeköy, 4 Gökçeada Merkez. Zeytinli Köy, Tepeköy ve Eski Bademli Köyünün eski yerleşim olması, binaların iki kat ve taş yapı olması, rum köyü olması turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu noktalarda rum vatandaşların gelen turistlere sunduğu içecek hizmeti açılan yeni işletmeler sayesinde sayısı her geçen gün artmaktadır. Rotayı oluşturan noktalarda konaklama için butik otel ve pansiyonlar mevcuttur.



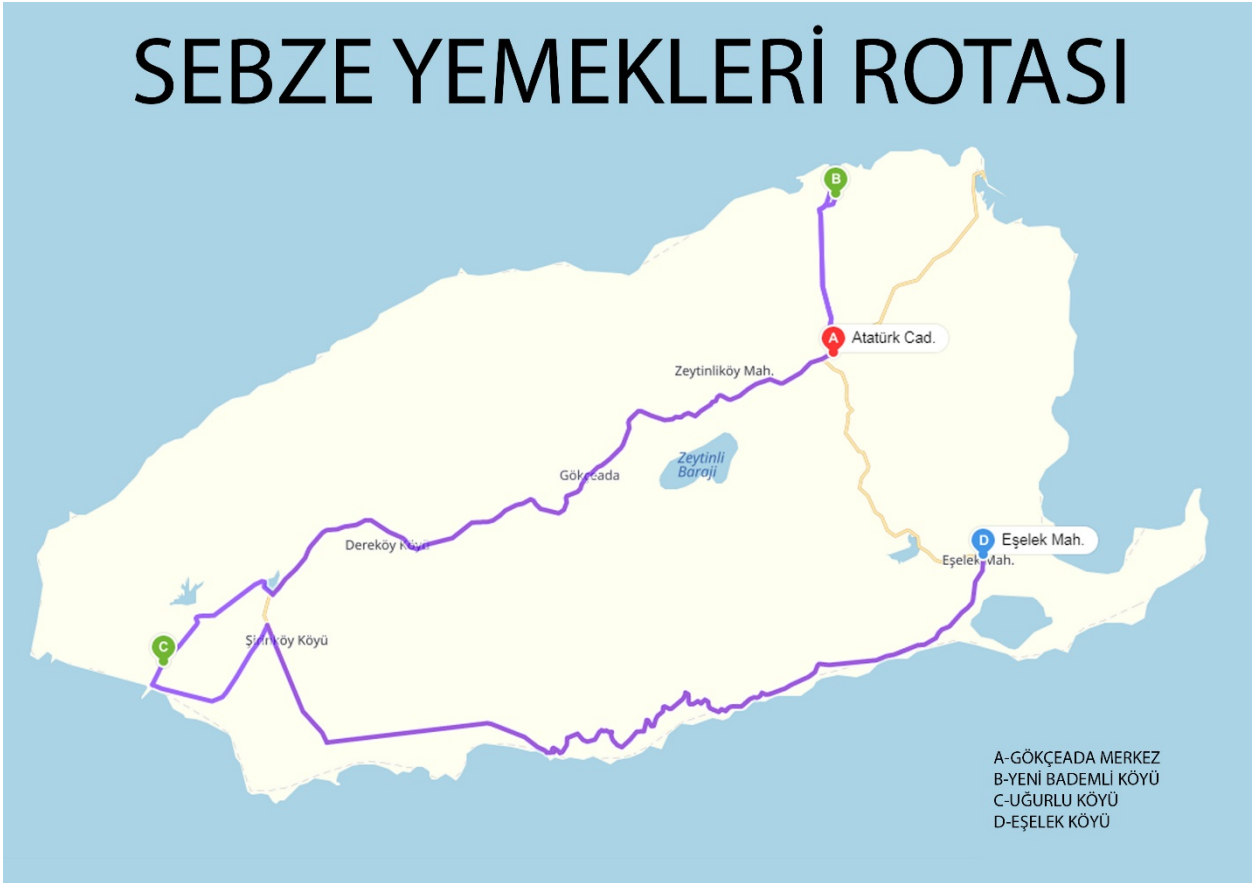
Şekil 53.' te keçi peyniri üretimi yapılan rotalar yer almaktadır. Oluşturulan rota adanın yerleşim yerlerinin tamamına yakınında keçi peyniri üretimi olduğunu göstermektedir. Adada keçi varlığının fazla olması ,keçi peynirinin sağlıklı ve talep edilir olmasından keçi peyniri üretimini artırmıştır. Serbest gezen keçilerin doğal beslenmesi ve adanın izole bir yer almasından peynir yapımında iki yöntem kullanılmaktadır. Birincisi eski yöntem sağılan süt kendi sıcaklığında mayalanmaya bırakılması ve tuzlanıp beklemeye alınması. Rumlar bu yöntemi kullanmaktadır. Hayvanlarda hastalık olmadığından bu yöntemin kullanılabilir olduğunu lezzetli peynirlerde görmek mümkündür. İkinci yöntem sütü kaynatıp yapmak. Gökçeada da ulaşabildiğiniz her noktada keçi peyniri bulmak mümkündür.



Pide rotası şekil 54.' te gösterilmiştir. Oluşturulan pide rotası Gökçeada Merkez, Kaleköy ve Uğurlu Köyüdür. Gökçeada merkez de yıl boyunca pide çeşitleri bulmak mümkünken uğurlu köyünde daha çok sezonluk mayıs ayı ile eylül ayı arası üretim yapılmaktadır. Kaleköy de pide üretimi biraz daha uzun tutulmaktadır. Kaşarlı, Kıymalı, oğlak etli, kuşbaşı, sebzeli pide çeşitleri mevcuttur.



Sebze yemekleri rotası Şekil 55.' te gösterilmiştir. Oluşturulan sebze yemekleri rotası Gökçeada merkez, yeni bademli köyü, uŐurlu köyü, eşelek köyü dr. Köylerin ekilebilir sulu arazilerinin varlıŐı üretimin yapılmasını elveriŐli kılmaktadır. Köylülerin ürettikleri sebzeleri yemek olarak bulmak mümkündür. İlçe merkezindeki işletmeler de bu köylerden aldıkları sebzelerle yemek yapmaktadır.



Şekil 56.' da sele zeytin üretim yapılan rota yer almaktadır. Bu rota Gökçeada ilçe merkezi ve yeni bademli köyünden oluşmaktadır. Ada halkının zeytinlerini zeytinyağı olarak değerlendirdiğini sofralık zeytin üretiminin düşük olduğunu geniş yüzölçümü ve dokuz köyü olan Gökçeada'nın iki noktada sele zeytin üretimi göstergesidir.

SELE ZEYTİN ROTASI



Şekil 57.'de siyah zeytin üretilen noktaların rotası yer almaktadır. Bu rota Gökçeada ilçe Merkez, Yeni Bademli Köyü, Kaleköy, Eşelek Köyü ve Şirin Köyü den oluşmaktadır. Yerel işletmeler , kahvaltılık verim işletmeler bazı butik oteller hasat zamanı kendine ait olan kendi zeytininden ,zeytini olmayan yerel pazardan satın alarak temin ettikleri olgun siyah zeytinleri cam kavanoz veya plastik bidonlarda salamura yapmaktadır. Ada cinsi zeytinlerden ziyade son zamanlara ekilen sofralık Gemlik tipi zeytinler kullanılmaktadır.



Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda popülaritesi artan özel ilgi turizmin içinde yer alan gastronomi turizmi, yöreye ait özellikleri keşfetme, yeni lezzetleri veya var olanı öğrenme, bir yemeğin üretilmesini görme ve tatma, yiyecek-ıcecek üreticilerini, restoranları, köyleri, yöreye özgü yerleri öğrenme olarak değerlendirilir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, keçi peyniri, zeytin, zeytinyağı, sebze yemekleri, et yemekleri, kahvaltı, köy ekmeği, unlu mamuller, yöresel ıcecek gibi ürünler Gökçeada'nın gastronomi turizminin varlıklarını oluşturmaktadır. Bu ürünler ana konu alınarak Gökçeada için gastronomi turizm rotaları oluşturulmuştur. Oluşturulan gastronomi turizm rotaları nokta lokasyon olarak belirtilmiş içeriği ve detayı açıklanmış ve rota ziyaretleri ile köyün içindeki lezzetlerin keşfedilmesi ziyaretçiye bırakılmıştır. Oluşturulan rotalarda mekan ,işletme isimleri mevcut olmamakla beraber ziyaretçilerin keşfine bırakılmıştır.

Gastronomik ürün bakımından fazlaca çeşitliliğe sahip Gökçeada'da oluşturulan gastronomi rotası etrafında, ele alınan ürünlere yönelik tadım merkezi, müze, sunum noktaları gibi turisti çekecek merkezler bulunmamaktadır. Bu tür cazibe merkezlerinin gastronomi turizm merkezleri üzerinde önemi büyüktür. Peynir ve şarap tadımları, süt ve peynir festivalleri gibi etkinlikler gastronomi turizmüne yönelik oluşturulacak aktivitelerdendir. Tat eğitimi, tüketicileri eğitmek ve bilgilendirmek için organize edilen, mevsimsel yiyeceklerin ve ıcecekleri tanımak ve test etmek amacıyla yapılır. Yavaş yemek turizmi, yerel yemek ve ıcecek tüketimi konusunda eşsiz deneyimler yaşamak isteyen turistleri çeken kültürel turizm pazarının bir parçasıdır (Viassone & Grimmer, 2015).

Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle Gökçeada halkı yerel mutfağın tanınırlığını yeterli bulmamaktadır. Yerel halkın gastronomi değerlerinin korunması ve yaşatılması için ada mutfağı daha bilinir hale gelmelidir. Gastronomi turizm potansiyelinin yöre halkı tarafından farkına varılması, bu farkındalıkla beraber geleneksel lezzetlerin korunması ,devam ettirilmesi, Cittaslow ünvanına sahip Gökçeada'nın gastronomi turizm açısından gelişmesine çok fazla katkı sağlayacaktır. Gastronomi turizmin geliştirilmesinde bölge halkının yerel ürünleri sahiplenmesi, yerel yemekleri

tanınması-tanıtılması ve pazarlamasına içten inanarak, güvenerek yapılmalıdır (Alonso & Yi, 2011). Yerel halkın dünyada ilk sakin ada ünvanının Gökçeada da olmasının anlamını çok iyi kavrayarak ve özüne ve geleneklerine sahip çıkarak ada kimliğini gelen turistlere yansıtmalıdır. Yerel halk gastronomi turizmin potansiyelin farkında olmamakla birlikte bu konuda ada halkına bilgilendirme ve eğitim verilmemektedir. Yerel halkın eğitiminin önemini (Alyakut & Küçükkömürler, 2017) yaptıkları çalışmalarında “çeşitli eğitimler (tarım, turizm, beslenme ve mutfak) ve projelerle yöre halkında farkındalık oluşturulmalı ve artırılmalı” sözleriyle belirtmektedir. Son yıllarda artış gösteren hızlı ve kolay para kazanma hırısı geleneklerinden uzaklaşarak , kendi özlelerindeki yemeklerden uzaklaşp daha hızlı fast food ürünleri tercih etmek , hızlı betonlaşma ile kalitesiz konaklama yerlerinin artışı slow food ve sakin ada ünvanını zedelemektedir. Yavaş şehirlerde, “yöre halkı tarafından, yerel, doğa ve kültüre dayalı bir küçük ölçekli turizm faaliyeti”, “çevre koruması ve yöre halkını gözetten bir anlayış, yerel halkın karar verme mekanizmalarında yer alması ve sürdürülebilirlik” ilkeleri hakimdir. Yavaş şehirlerin artmasıyla önem kazanan yavaş turizmin, gastronomi turizmin amaçları iyi anlaşılmalı ve ileriye yönelik planlamalar buna göre yapılmalıdır (Ünal, 2016). Gastronomi mirası, yaşanan toplumun veya bölgenin yemek pişirme yöntemleri, yemek pişirme araç gereçleri, sunum, yemek pişirmede kullanılan malzemeler, pişirme zamanı gibi yöntemler ile özel ve benzersiz değerleridir (Leng Khoo & Badarulzaman, 2014). Yavaş şehir hareketi ile çevre korunurken aynı zamanda kentler kendine özgü değer ve kültürlerini yeniden keşfeder (Sağır, 2017).

Ada halkının gastronomi turizmi ile kendi mevcut yaşamlarına ilave hiçbir şey gerekmeden daha iyi gelirin mümkün olabileceğini konferans , eğitim, toplantı gibi etkinliklerle bilgilendirme yapılmalıdır. (Ak, 2017) yaptığı çalışma ile yavaş şehir hareketinin Türkiye tali başkenti olarak kabul edilen Seferihisar örneğinin dışında fazla tecrübe sahibi olmayan, halk tarafından sahiplenilmeyen ve bu konuda sorunlar yaşan örneklerin olduğunu ortaya koymuştur. Coğrafi ve kültürel etkilerden sonra , yerel yönetim ve halkın hareketin başarıya ulaşması için belirleyicilerdendir. Yerel seçimlerde belediye başkanının değişmesi hareketin sürdürülebilirliğini etkilememelidir (Ak, 2017). Yerel yönetimlerle ortak hareket edebilecek, Yavaş Şehir felsefesini benimsemiş yerel halk ile felsefenin sürdürülebilirliği sağlanır (Dündar & Sert, 2018). Cittaslow hareketi toplumsal kalkınma hareketi olarak nitelendirilir. Çünkü Cittaslow hareketini

uygulayanlar toplumun yine kendi bireyleridir. Bu konuda halka eğitim, seminer, sunumlar yapılmalıdır (Karataş & Karabağ, 2013). Gastronomi turizmi ,turistlerin özellikle seçtiği mutfağın özelliklerinin farkında oldukları için bölgenin turistik yerlerini tanıtmak ve geliştirmek için fırsat sağlar (Canizares & Lopez Guzman, 2011)

Gökçeada'nın eski kurulu köylerinde yıkıntı halinde olan zeytinyağı fabrikaları gastronomi turizmi için bir değerdir. Bu taş binalar restore edilip ziyarete açılmalıdır. Ayrıca rotası oluşturulan keçi peyniri, tatlı içecek gibi gıdaların bulunabilirliğini artırmak için peynir evleri, tatlı evleri, peynir atölyeleri gibi yerel lezzetlerin üretildiği yerlerin mekanların açılması için yerel halk desteklenmelidir. Adaya ait olmayan ürünlerin Gökçeada da üretiliyor gibi sadece etiket vurularak satılması engellenmeli ve Gökçeada da üretilen ürünlerin ada ürünü olduğunun alıcı tarafından tespitinin kolaylaştırılması, ada da mevcut olan ve henüz kullanılmayan zeytinyağı ve bal dolmuş tesisinin hayata geçirilmesi adaya ait ürünlerin paketlenmesi turistlerin yerel ürün aldığının güvencesinin kanıtı olacaktır. Şehirlerin pazarlanmasında başarıya ulaşmak için turistlerin ziyaret ettikleri şehirlerden her açıdan memnun ayrılmasını sağlamak temel amaç olmalıdır. Memnun ayrılan turist şehrin güçlü bir imaj oluşturulmasında önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır (Tayfun & Arslan, 2013). Turistler ziyaret ettiği yöreden tatilinin bitiminde yanına alabileceği yöreye özgü ürünler arar. Bu alışveriş isteği Gökçeada'nın turizminin gelişmesine olumlu reklam katkısı sağlar. Adanın yerli marka ürünleri geliştirilmelidir.

Adanın merkez ve köyleri dahil olmak üzere konaklama mevcuttur. Bu konaklamanın geniş bir ağına sahip olması gastronomi turizmi açısından önemlidir. Yerel lezzetlerin keşfi ,yerel gıdaların yapım aşamasını izleme için konaklamanın yeri önemlidir. Konaklama gastronomi turizmine direkt etki etmektedir .Konaklama yerlerinin iyileştirilmesi ve özü koruyarak kaliteli konaklama hizmeti sunmak gastronomi turizmine büyük katkı sağlayacaktır. Mimari dokuya uyumlu butik konaklama yerlerinin yapılması ada turizmine değer katacaktır.

Gökçeada'nın sakin ada unvanına zarar verecek, adanın dokusunu kirletecek her türlü yapılaşmadan uzak durulmalıdır. Eski taş binalar restore edilerek turizme kazandırılmalıdır. Eskiden kullanılan yayla evleri onarılıp çiftlik yaşamının sunulacağı alanlara dönüştürülmelidir. Gökçeada'nın Cittaslow markasına zarar verecek yapılaşma

engellenmelidir. Nitekim Cittaslow Türkiye Ağı 14. Koordinasyon toplantısında üyelerle ilgili önemli kararlar almış olup, Gökçeada ilçesinin üyeliği için tekrar inceleme kararı alınmıştır (Akman, 2018). Kontrolsüz ve doğaya uygun olmayan yapılaşma bu sonucun doğmasına katkı sağlamaktadır. (Taşkiran & ark., 2018) şehrin mimarisinin korunmasında, taş duvar ve binaların özgün tasarım yapılarak yerel ve geleneksel kültürün sürekliliğinin sağlanması turizme değer katar. Şehrin tarihi dokusunu koruyarak yapılan projelere örnekler; Seferihisar'da Sığacık Kaleiçi dokuya uygun restore, Taraklı'da şehrin tüm dokusunu oluşturan tarihi evlerin restoresi, Taraklı'da TOKİ'nin yapmayı planladığı evlerin yerel mimariye uygun az katlı ve dış cephe giydirmeli olarak yapılması (Birsen & ark, 2016).

Gökçeada kendine özgü endemik bir zeytin türüne sahiptir. Buna bağlı olarak çok kaliteli zeytinyağı üretimi gerçekleşmektedir.. Bu zeytinlerden elde edilen zeytin yağlarının aroması başka hiçbir yerde yoktur. Gökçeada iklimi ve denizin iyot esintileriyle ada özgü yetişen zeytinleri ile daha belirgin hale gelmelidir Yerel halk ürettiği birinci kalite zeytinyağlarını pazarlamakta sıkıntı yaşamaktadır. Yeni kooperatif kurulmalı veya mevcut kooperatifler düzenlenerek yerel marka haline getirilerek ,halkın ürettiği birinci kalite zeytinyağları değerlendirilmelidir. Eski yıllarda soğuk sıkım olarak elde edilen zeytinyağlarının aynı yöntemlerle eldesi için taş baskı, az ve öz sıkım yapan zeytinyağı işletmeleri hayata geçirilmelidir (Pajo & Uğurlu, 2015)'nın yaptıkları çalışma bu araştırmayı desteklemektedir. Yerel halkın ,gençlerin zeytin ve zeytinyağı üretmelerine yardımcı olunarak gerekli destek verilmelidir. Zeytin hasat zamanlarında gastronomi turistlerinin zeytin hasat etkinliğine katılımları sağlanmalıdır. Gastronomi hem turist memnuniyetinde hem de bölgenin kültürel ve çevresel mirasının bir parçası olarak önemli bir rol oynar (Guzman, 2014). Zeytinyağı tüketiminin artırılmasında zeytin bahçelerinin ziyaret edilmesi, zeytin hasat turları, zeytinden yağ çıkarılması gibi etkinlikler başta gelir (Özkaya & ark., 2018)

Serbest hayvancılık yapılan Gökçeada da doğal beslenen hayvanların etleri ve sütleri çok lezzetlidir. Bu lezzetlerin hak ettiği değere ulaşması üreticinin emeğinin karşılığını alması hem üretimin devamlılığı hem de gelen turistin devamlılığı açısından önemlidir. Hayvanlarının sütlerinin değerlendirildiğini gören halk daha fazla üretim yapacak ve sağlamadığı hayvan kalmayacaktır. Bunun için yerel süt işleyen tesislerin açılması, dondurma üreten yerlerin artması, peynir üreten yerlerin, tatlı üreten yerlerin artması ve

belli standartta sahip olması gerekmektedir. Süt üretimin artırılması süt ürünlerinin çeşitlerinin artması sağlanmalı. Yıllar önce yapılan tereyağı yine tekrardan yapılabilmeli. Süt toplama merkezleri kurulup süt üretiminin devamlılığını sağlayacak süt işleme tesisleri kurulmalıdır. Adanın yerel halkının ürettiği ürünler bir marka haline getirilmelidir. Gökçeada koyun ırkı olan İmroz ırkının koruma altına alınarak hayvansal ürünlerin markalaşması için mera ıslah çalışmaları organik yaşamı bozmayacak şekilde yapılmalıdır (Aktürk & ark., 2005).

Gökçeada da zeytinyağlı yemekler lezzetini hem zeytinyağından hem de adada yetilen otlar ve sebzelerden almaktadır. İlk baharda yetişen otlardan yapılan ot yemeklerinin ve mevcut otların bilinirliğini artırmak için üniversite işbirliği sayesinde otların ve otlardan yapılan yemeklerin bir kitapçık şeklinde ortaya çıkarılması gerekmektedir. Her sene düzenli olarak ot festivali tertip edilmelidir. Şehre yerli ve yabancı turist çekmek için, festival ve kültürel aktiviteler, konferans, sergi, seminer, basın toplantısı, kent turları, alternatif spor ve dinlenme merkezleri teşvik etmek olasıdır (Tayfun & Arslan, 2013). Yörenin gastronomik ve doğal güzelliklerine yönelik multidisipliner etkinlikler (gastronomik festivaller, yemek yarışmaları, doğa sporları vb.) düzenlenmeli ve turizm potansiyeli tanıtılmalıdır (Alyakut & Küçükkömürler, 2017). Çalışma bulgularını destekleyen (Sormaz & ark, 2016) araştırmalarında, gastronomi turizminin gelişimi için araştırmalar, çalışmalar, projeler, paneller, atölye çalışması, seminerler, ulusal ve uluslararası yiyecek ve gastronomi festivalleri düzenlenmelidir.

Gökçeada da butik otellerin yanında ev pansiyonculuğu adı altında konaklama imkanı sunulmaktadır. Bu gibi yerlerin yerel yönetim tarafından belli bir standartta bağlanması ve kontrol edilmesi gastronomi turizmi açısından önemlidir.

Gökçeada da Üniversite'nin mevcut Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nün ada ürünlerinin üretilmesinde öncü olması eğitilmiş bireylerin yetişmesi kaliteli turizm sunumları için çok önemlidir. Bu bağlamda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu ,yerel yönetim ve turizm işletmeleri koordinasyonu ile öğrencilerin staj dönemlerinde adaya katkısı sağlanmalıdır.

Akademik anlamda, Gökçeada gastronomi rotalarını ele alan bu çalışmaya ek olarak Gökçeada otlarının tespiti ve bu otlar ile yapılan yemeklerin yer aldığı, et yemeklerini, sebze yemeklerini içeren envanter geliştirme çalışmaları yapılmalıdır. Yiyecek bir

yörenin kimliğinin oluşmasında önemli faktördür. İnsanoğlunun temel ihtiyaçlarından biri olan yemek yörenin marka değeri taşımasında önemlidir (Richards, 2002).

Gökçeada da gastronomi turizmde katkı sağlayacak agro turizm destekli faaliyetler çeşitlendirilebilir. Serbest hayvancılığın yapıldığı Gökçeada da serbest gezen keçilerin süt sağım ve toplanma zamanlarında toplanma alanlarına ziyaret düzenlenebilir. Serbest gezen koyunların küpeleme ve kırkım için yapılan mandıra faaliyetini yerinde izletmek. Mandıra, serbest hayvanlardan et ve süt elde etmek için v şeklinde bir alan çevrilip 10-15 kişinin, hayvan varlığına bağlı olarak sayı değişkenlik gösterebilir, sabahın erken saatlerinde koşturarak bu v şeklinde yapılan alana kapatması işlemidir. Bu yöntem yıllardır Gökçeada da kullanılmakta ve bu şekilde bir hayvan kapama yöntemi başka yerde yoktur. Turistlerin böyle bir faaliyetin varlığından haberdar edilerek, bir organizasyonla mandıra zamanları tespit edilip rezervasyon ile bu faaliyetlere katılım sağlanmalıdır. Şehirlerin pazarlanarak ekonomik değere dönüşmesi doğal ve tarihi yapı olarak değerlendirilen kültürel miras öğelerinin ortaya çıkarılması ve korunması ile ilgilidir (Oral & Kılıç, 2018). Cittaslow'un ana felsefesi, yerel halkın gelenek görenek, yaşam kültürünü modern dünyada bozulmaya uğramadan mevcut durumu ile koruyup destekleyerek daha iyi sürdürülebilir yaşam kalitesi yakalamaktır (Yılmaz İ. , 2014). Gökçeada da yerel ürünlerin bulunabilirliği ve devamlılığı için gerekli alt yapı ve üretici destek faaliyetleri yapılmalı. Ada içerisinde üretilen ürünler mevcut iken ada dışından daha ucuz ve organik olmayan ürünlerin adaya girişi engellenmeli. Yerel ürün diye dışardan ürün getirerek satılan ürünler yasaklanmalı ve kontroller artırılmalıdır. Yerel üretim teşvik edilmesi ve yerel ürünlerin ticarileşmesi için olanak sağlanmalıdır (Taşkıran & ark., 2018). Üretimi yapılan her türlü el sanatı, zanaatı ve tarımsal ürünlerin ticarileşip markalaşması için pazar alanlarının oluşturulması ve atölyelerin kurulması, bunu gerçekleştirirken tüm ilçe halkını kapsayan çalışmalar, kurslar etkinlikler düzenlenerek geleneksel ürünlerin teşviki ve devamlılığı sağlanmalıdır (Yılmaz & ark., 2016).

(Dündar & Sert, 2018) tarafından yapılan araştırmalarda ulaşılan sonuçlar bu çalışma sonuçlarını desteklemektedir. Yavaş şehir akımı ile birlikte gelen turist sayısı artmış, ekonomide canlanma olmuş, şehrin bilinirliği artmış ve şehrin yaşam kalitesinde gelişim sağlanmaya başlanmıştır. Cittaslow etiketi kazanan şehirler önemi bir marka değeri kazanırlar. Cittaslow , şehir pazarlamasında ve marka şehir yaklaşımında etkili bir paradigmadır (Yücel & Karabağ, 2011).

Gökççada'nın slow food ürünlerinin tespiti ile, Adanın turizm gelirini artırmak ,kısa olan turizm sezonun uzamasını sağlamak, Gökççada'nın gastronomi turizmüne kaynak oluşturacak rotalar oluşturuldu.

Doğal yaşamı korumak isteyenler ve doğal yaşamla iç içe yaşamayı planlayanlar için en ideal yerdir Gökççada. Bu özelliği ile ilerki yıllarda daha belirgin ve tanınır hale gelecektir. Bu güne kadar yapılan çalışmalar ile Gökççada hak ettiği değeri anlaşılamamış, bu çalışma ile anlaşılması daha iyi olacağı ortaya çıkmıştır .Tıbbi aromatik bitkiler Gökççada'nın yakın gelecekte gastronomi rotalarına girecektir.



KAYNAKLAR

- Campisi, J. (2015, Nisan 29). The Joy of Cooking. *Food, Culture & Society An International Journal of Multidisciplinary Research*, s. 405-419.
<https://doi.org/10.2752/175174413X13673466711804> adresinden alındı
- Leng Khoo, S., & Badarulzaman, N. (2014). Factors Determining George Town as a City of Gastronomy. *Tourism Planning & Development*, 371-386.
- (2018, Eylül 28). Vikipedi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Cittaslow> adresinden alındı
- (2018, Eylül 28). Cittaslow Türkiye: <http://cittaslowturkiye.org/#uluslararası> adresinden alındı
- (2018, Ocak 9). TÜİK: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> adresinden alındı
- Abbate, T., & ark. (2019). Cittaslow & fast-growing SMes: Evidence from Europe. *Land use Policy*, 195-203.
- Ak, D. (2017). YAVAŞ KENT (CITTASLOW) HAREKETİ VE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME . *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 900-901.
- Akman, E. (2018). Türkiye'deki Yavaş Şehirlerin Politika Uygulamaları Üzerinden Bir Analiz. *Ekev Akademi Dergisi*, 76-105.
- Aksoy M., Ç. M. (2017). Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumları: Şanlıurfa Örneği. *Journal of tourism and gastronomy studies*.
- Aktürk, D., & ark. (2005). Gökçeada'da Ekstansif Koşullarda Hayvancılık Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Açından İncelenmesi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 229-235.
- Alonso, A., & Yi, L. (2011). "The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine: The Case Of The Fortunate Islands". *International Journal of Hospitality Management*, 974-981.
- Alyakut, Ö., & Küçükkömürler, S. (2017). Geleneksel Kartepe Mutfak Kültürü ve BuTür Mutfak Kültürü Araştırmalarının Kırsal ve Gastronomi Turizmine Katkısı. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 84-89.
- Andarabi, F. (2012). Cittaslow markasına sahip şehirlerde yerel halkın turizme yaklaşımı üzerine bir analiz: Seferihisar örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*. Ankara.
- Bentia, D. (2015, Nisan 16). Sensuous Pageantry. *The Senses and Society*, s. 174-193.
<https://doi.org/10.2752/174589314X13953118734823> adresinden alındı

- Birsen, Ö., & ark. (2016). KENTLEŞME DİNAMİKLERİNE CİTTASLOW KENTLER ÜZERİNDEN BAKMAK: TÜRKİYE'DEKİ CİTTASLOW ŞEHİRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemlik Dergisi*, 18-19.
- Bruce, P. (2004). You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement. *REVIEW OF SOCIAL ECONOMY*, 310.
- Bufka, A. (2017). A Passion for Slow Food. *Italian America*, 10-12.
- Canizares, S., & Lopez Guzman, T. (2011). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 63-71.
- Chung, J. Y., & ark. (2017, Mayıs 16). Slow-food-seeking behaviour, authentic experience, and perceived slow value of a slow-life festival. *Current Issues in Tourism*, s. 123-127. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1326470> adresinden alındı
- Cittaslow. (2019, Ocak 5). Cittaslow: <http://www.cittaslow.org/content/association> adresinden alındı
- Cittaslow. (2019, Ocak 6). Cittaslow: <http://www.cittaslow.org> adresinden alındı
- Cittaslow. (2019, Ocak 8). *cittaslow*. *cittaslow*: <https://cittaslowturkiye.org/#cittaslow> adresinden alındı
- Cittaslow Türkiye. (2018, Eylül 28). *cittaslowturkiye.org*: <http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada/> adresinden alındı
- Çağlı, İ. (2012). Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizm Örneği. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çakır, A., & ark. (2017). Trakya Turizm Rotası Projesi: Lezzet Rotası Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 194-205.
- Çavuşoğlu, M. (2011). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. N. Kürşat, & N. Avcı içinde, *I. Uluslararası IV. Ulusal Eğridir Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (s. 527-538). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi.
- Delind, L. (2006). Of bodies, place, and culture: Re-situating local food. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, s. 121-146.
- Dunlap, R. (2012, Mayıs 1). Recreating culture: Slow Food as a leisure education movement. *World Leisure Journal*, s. 38-47. <https://doi.org/10.1080/04419057.2012.668038> adresinden alındı
- Dündar, Y., & Sert, A. (2018). Yerel Halkın Yavaş (Sakin) Şehir Hakkındaki Algıları: Seferihisar'da Nitel Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 74-91.
- Erdoğan, İ. (1998). *SPSS kullanımı Örnekleriyle Araştırma ve Dizaynı ve İstatistik Yöntemleri*. Ankara: Emel Matbaası.
- Ferdağ Tatar, B. A. (2017). Ankara İli Beypazarı İlçesi Kırsal Turizm Gelişimi ve Yerel Kalkınmaya Etkisi. Ankara.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 275-292.

- Gökçeada Belediyesi.* (2018, Ekim 3). www.gokceada.bel.tr: <http://www.gokceada.bel.tr> adresinden alındı
- Gökçeada kaymakamlığı.* (2018, Ekim 3). www.gokceada.gov.tr: <http://www.gokceada.gov.tr> adresinden alındı
- Gökçeada Tarihi.* (2018, eylül 28). gokceadaimroz.com: <https://www.gokceadaimroz.com/gokceada-tarihi/> adresinden alındı
- Gökdeniz, A., & ark. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 16.
- Gözüm, Ü. (2017). *Çanakkale Rehberi*. Ankara: Karınca Ajans Yayıncılık Matbaacılık.
- Guzman, T. (2014). GASTRONOMIC TOURISM AS AN ENGINE FOR LOCAL AND REGIONAL DEVELOPMENT. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 95-100.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31-42.
- Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi, Doktora tezi*, 10. Sakarya, Türkiye: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hegarty, J. A. (2010). Culinary Science, Arts, and Technology in the Global Age. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1-3.
- Karataş, A., & Karabağ, Ö. (2013). Cittaslow Hareketinde Çevre Eğitiminin Önemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19.
- Kıncal, R. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (4 b.). Ankara: Nobel Akademik Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Kivela, J., & ark. (2005). Gastronomy tourism:a meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science& Technology*, 39-55.
- Köster, E. (2009). Diversity in the determinants of food choice:a psychological perspective. *Food Quality and Preference*, 70.
- Legrand, W., & ark. (2015). *Culinary Tourism The routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy*. New york: Routledge Handbook Taylor and Francis Group.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı* (1 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lourens, M. (2007). Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development. *Journal Development Southern Africa*.
- Mayer L., K. H. (2009). Cittaslow: Ein Programm für nachhaltige Stadtentwicklung. In. Deutschland.
- Morgan, K., & ark. (2006). *Worlds of Food*. Oxford: Oxford University Press.
- Mynttinen, S., & ark. (2015). Perceptions of food and its locality among Russian tourists in the South savo region of Finland. *Tourism Management*, 455-466.

- Nakilcioğlu, E., & Ötleş, S. (2018, Eylül 28). *gidabilgi*. www.gidabilgi.com:
<http://gidabilgi.com/Makale/Detay/slow--food-akimi-nedir--0284d3> adresinden alındı
- Oral, M., & Kılıç, R. (2018). Sakin Şehir Hareketinde Kültürel Miras Öğeleri:Elmalı İlçesi Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 836.
- Özkaya, F., & ark. (2018). Anadolu'da Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 263-274.
- Öztürk, B. (2002). *Yeşil ve mavinin özgür dünyası Gökçeada*. İstanbul: Ser ofset san tic ldt şti.
- Pajo, A., & Uğurlu, K. (2015). Cittaslow Kentleri için Slow Food Çalışmalarının Önemi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 65-73.
- Philippon , D. (2015, Ocak 5). *How Local is Slow Food*. JSTOR:
https://www.jstor.org/stable/26241300?seq=1#metadata_info_tab_contents
adresinden alındı
- Pietrykowski, B. (2007, Şubat 18). You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement. *Review of Social Economy*, s. 307-321.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0034676042000253927> adresinden alındı
- Pietrykowski, B. (2007, Şubat 18). You Are What You Eat: The Social Economy of the Slow Food Movement. *Review of Social Economy*, s. 307-321.
<https://doi.org/10.1080/0034676042000253927> adresinden alındı
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? A.-M. Hjalager içinde, *Tourism and Gastronomy* (s. 4). London: Taylor&Francis Group.
- Sağır, G. (2017). KÜRESELLEŞMEDEN GELENEKSELE DÖNÜŞTE SLOW FOOD VE CİTTASLOW HAREKETİ. *The Journal of Social Science*, 50-60.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International of Journal of Hospitality Management*, 15.
- Sekeran, U. (1992). *Research Methods For Business*. Canada: John Wiley ve Sons,Inc.
- Slowfood*. (2018, Aralık 30). www.slowfood.com: <https://www.slowfood.com/> adresinden alındı
- Slowfood*. (2019, Ocak 9). slowfood: <http://slowfood.com> adresinden alındı
- Sormaz, Ü., & ark. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 725-730.
- Taşkıran, Ö., & ark. (2018). Türkiye'deki İlk Cittaslow Dostu İşletme Olan "Yedi Bilgeler"e Yönelik E-Yorumların Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1-9.
- Tayfun, A., & Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 191-206.

- Türk Dil Kurumu*. (2018, 03 03). www.tdk.gov.tr:
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a9db09286cd41.36411780 adresinden alındı
- Ünal, Ç. (2016). TURİZM COĞRAFYASINDA YENİ BİR KAVRAM "YAVAŞ ŞEHİRLER". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25-26.
- Viassone, M., & Grimmer, M. (2015). Ethical food as a differentiation factor for tourist destinations: The case of "Slow Food". *Journal of Investment and Management*, 1-9.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism The Hidden Harvest*. Abd: Kendall Hunt Publishing .
- Yılmaz, A., & ark. (2016). Yavaş Şehir (Sürdürülebilir Yerel Kalkınma) Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Güzelyurt, Aksaray. *Studies Of The Ottoman Domain*, 12-17.
- Yılmaz, İ. (2014). Turistik Yörelere Sürdürülebilir Kalkınma Aracı Olarak Cittaslow Hareketi Avanos'a Yönelik Bir Durum Değerlendirmesi. *Avanos Sempozyumu* (s. 13). Nevşehir: Nevkam.
- Yurtseven, H. R., & ark. (2006). *Yavaş Hareketi*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Yücekaya, P. (2017). Nepotizmin örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: Mülkiyet sahipliği yoluyla ve özel girişimlere devir şeklinde özelleştirilen işletmelerde bir araştırma. *Doktora Tezi, Kastamonu Üniveristesi Sosoyal Bilimler Entitüsü*. kastamonu.
- Yücel, F., & Karabağ, Ö. (2011). Şehirlerin Turistik Ürün Olarak Pazarlanmasında Cittaslow Hareketi. 3. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi*, (s. 8). Bosna Hersek.

EKLER

BU ÇALIŞMA OKAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ GASTRONOMİ BÖLÜMÜ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI KAPSAMINDA "GÖKÇEADA'NIN GASTONOMİ ROTALARINDA SLOW FOOD VE GASTRONOMİ TURİZMİ" KONU BAŞLIKLIL TEZİN ORTAYA ÇIKARILMASI İÇİN HAZIRLANMIŞ SORULAR İÇERMEKTEDİR.

BÖLÜM 1

YEMEK VE GASTRONOMİYA KARŞI İLGİNİZ: ÇOK İLGİLİ İLGİLİ AZ İLGİLİ İLGİSİZ

YAŞ: 20-30 31-40 41-50 51-60 61 +

CİNSİYET: KADIN ERKEK

EĞİTİM DURUMU: İLKĞRETİM ORTAÖĞRETİM ÜNİVERSİTE
YÜKSEKLİSANS/DOKTORA

BÖLÜM 2 (GÖKÇEADA DA YEMEK , İÇECEK)

1.NE KADAR ZAMANDIR GÖKÇEADA'DA YAŞAMAKTASINIZ?

1-5 YIL 6-10 YIL 11-15 YIL 16-20 YIL 20 +

2.KÖYÜNÜZE ÖZGÜ YETİŞEN YABANİ OTLARI NASIL DEĞERLENDİRİYORSUNUZ?

GÖKÇEADA PAZARINDA SATIŞ

YEMEKLERİNİ YAPIP KENDİ YERİMDE SATIŞ

BÖREK PASTA YAPIP İŞLETMELERE SATIŞ

TURİSTLERE SATIŞ

3.KÖYÜNÜZE ÖZGÜ YAPTIĞINIZ YEME –İÇME ALIŞKANKIKLARI NELERDİR?

İÇECEK TATLI ET YEMEĞİ SEBZE YEMEĞİ KAHVALTI

4.ÖZEL GÜNLERDE YAPTIĞINIZ YEMEKLER NELERDİR?

TATLI BÖREK ETLİ YEMEK SEBZE – OT YEMEKEĞİ ÇORBA

5.NE TÜR PEYNİR ÜRETİMİ YAPIYORMUSUNUZ?

BEYAZ PEYNİR LOR KAŞAR KEÇİ PEYNİRİ

6.ZEYTİN TARIMI İLE HANGİ ÜRÜNÜ ÜRETİYORSUNUZ?

ZEYTİNYAĞI SIYAH ZEYTİN KIRMA ZEYTİN SELE ZEYTİN

7.NE TÜR EKMEK ÜRETİMİ YAPIYORSUNUZ?

BEYAZ KÖY EKMEĞİ LAVAŞ PİDE TAM BUĞDAY EKMEĞİ

8.ÜRETTİĞİNİZ ÜRÜNLERİ NASIL PAZARLIYORUSUNUZ?

GÖKÇEADA PAZARINDA İNTERNETTEN KENDİ DÜKKANIMDA TOPTANCIYA VERİYORUM

9. GÖKÇEADA’NIN TANITIMINDA AKLINIZA İLK GELEN ŞEY NEDİR? BALIK VE DENİZ ÜRÜNLERİ <input type="checkbox"/> ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞLI YEMEKLER <input type="checkbox"/> TEKNE VE DALIŞ TURLARI <input type="checkbox"/> KUZU VE OĞLAK YEMEKLERİ <input type="checkbox"/> SAKİN ŞEHİR <input type="checkbox"/>

BÖLÜM 3 (CİTTA SLOW VE SLOW FOOD)

Aşağıdaki soruları 5 kesinlikle Katılıyorum; 4 Katılıyorum; 3 Kararsızım; 2 Katılmıyorum; Kesinlikle Katılmıyorum ölçeğine göre değerlendiriniz.

1.CİTTA SLOW TURİST SAYISININ ARTIŞINDA ETKİLİ BİR UNSURDUR.	1	2	3	4	5
2.CİTTASLOW ,YÖRENİN KALKINMA VE GELİŞMESİ İÇİN İYİ BİR MODELDİR	1	2	3	4	5
3.CİTTASLOW, YEREL HALKIN YAŞAM KALİTESİNİN YÜKSELTİLMESİ İÇİN İYİ BİR MODELDİR.	1	2	3	4	5
4. YAŞADIĞIM ŞEHRİN CİTTASLOW OLMASINDAN MEMNUNUM.	1	2	3	4	5

BÖLÜM 4(GÖKÇEADA GASTRONOMİ ÖLÇEĞİ)

Aşağıdaki soruları 5 kesinlikle Katılıyorum; 4 Katılıyorum; 3 Kararsızım; 2 Katılmıyorum; Kesinlikle Katılmıyorum ölçeğine göre değerlendiriniz.					
GASTRONOMİ ÖLÇEĞİ					
1-YÖRESEL YİYECEK VE İÇECEKLER BANA YEREL HALKIN KÜLTÜRÜ İLE İLGİLİ BİLGİ VERİR	1	2	3	4	5
2-GÖKÇEADA NİN TANITILMASINDA YEREL MUTFAK ÖN PLANDA TUTULMALIDIR	1	2	3	4	5
3-GÖKÇEADA MUTFAĞI KÜLTÜREL BİR DEĞERDİR VE KORUNMASI GEREKİR	1	2	3	4	5
4-GÖKÇEADA'DA SATILAN YİYECEKLER LEZZETLİ VE DOYURUCUDUR	1	2	3	4	5
5-GÖKÇEADA'DA YEREL YEMEK KÜLTÜRÜNÜN TANITILMASINA DAİR YETERLİ ÇABA HARCANMAKTADIR.	1	2	3	4	5
6-GÖKÇEADA MUTFAĞINI ETKİN BİR ŞEKİLDE KULLANMAK,GÖKÇEADA'NIN TURİZM SEZONUNUN UZAMASINA KATKI SAĞLAYACAKTIR	1	2	3	4	5
7-GÖKÇEADA MUTFAĞININ TÜRKİYE'DE YETERİNCE TANINMAKTADIR	1	2	3	4	5
8-YÖRENİN PAZARLANMASINDA 'YÖRE MUTFAĞI VE GASTRONOMİ' DAHA ÇOK KULLANILMALIDIR.	1	2	3	4	5
9-YÖRE MUTFAĞI İLE İLGİLİ 'GELENEKSEL OT VE YEMEK FESTİVALİ DÜZENLENEBİLİR	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Çanakkale İl'inin Gökçeada ilçesinde 1984 yılında doğdu. İlk ,orta ve lise eğitimini Gökçeada da tamamladı. Lisans eğitimini Balıkesir Üniversitesi Necatibey Eğitim Fakültesinde 2007 yılında tamamladı. Kafkas Üniversitesi Fen Bilimleri Enstisüsünde tezli yüksek lisansını 2010 da tamamladı. Yurt dışı dil eğitimlerini tamamlayarak gıda sektörüne adım attı. Gastronomi ve mutfak üzerine kurslara katılarak serfikalar aldı ve özel sektörde deneyim kazanarak 2016 yılında Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulunda Gastronomi Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaya başladı. 2016 yılında Okan Üniversitesi Gastronomi tezli yüksek lisansa başladı. Evli ve bir kız çocuk babası olan Özkan Yazar Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulunda görev yapmaktadır.

Adres: Cumhuriyet mahallesi sümbül sokak 14/2 Gökçeada /Çanakkale

Tel: 542 354 94 64

Mail: ozkanyazar@gmail.com