



The Journal of Academic Social Science Studies

JASSS

International Journal of Social Science

Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2528>

Number: 28 , p. 315-328, Autumn II 2014

GASTRONOMİ TURİZMİNİN İL TURİZMİNE ETKİSİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

*EFFECT OF GASTRONOMY TOURISM TO PROVINCE TOURISM:
EXAMPLE OF CANAKKALE*

Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesi

Öğr. Gör. Ufuk ATEŞ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ayvacık M.Y.O.

Özet

Ülkemiz farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış, birçok kültürün birlikte yaşadığı zengin bir coğrafyada yer almaktadır. Bu kültürel çeşitlilik farklı bölgelerimizde farklı gelenekler ve yemek kültürlerinin oluşmasına katkı sağlamıştır.

Çanakkale; eşsiz konumu, dört mevsimin bir arada yaşandığı iklimi, zengin doğal güzellikleri ve binlerce yıldır farklı medeniyetlerin yaşadığı tarihi ve kültürel değerleriyle özel bir coğrafyadır. Kendi adını taşıyan boğaz ile ikiye bölünmüş, Asya ve Avrupa kıtalarında toprakları bulunan Çanakkale, zengin bir turizm merkezi olma potansiyeline sahiptir. Çanakkale, tarihi ve doğal güzellikleriyle yoğun olarak ziyaretçi alan bir bölgedir. Geçmişten günümüze pek çok kültüre ev sahipliği yapmıştır. Çanakkale farklı renk ve tatlar arayan değişen turist profilinin talep ettiği tüm özellikleri bir arada barındıran gastronomi potansiyeline sahiptir.

Çalışmada, Çanakkale turizminin analizi, Çanakkale'nin gastronomi turizmi potansiyeli, gastronomi turizmi içerisinde şarabın yeri ve önemine değinilmiştir. Ayrıca Çanakkale'de gastronomi turizmi ile ön plana çıkabilecek ve menülerde yer alabilecek özgün yiyecek ve içecekler literatür ve alan taramasıyla belirlenmiştir.

Bu çalışma, gastronomi turizm potansiyeli yüksek olan Çanakkale'de yöresel yemek kültürünün turistik ürün olarak ortaya çıkarılmasının, Çanakkale turizmine sağlayacağı etkiyi ölçmeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemi uygulanan çalışmada yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak, Çanakkale'de turizm politikası üretenler ve hizmet sağlayıcıların görüşlerine başvurulmuştur. Yarı yapılandırılmış sorularla elde edilen veriler NVIVO 10 paket programda analiz edilmiş ve bulgulardan yola çıkarak öneriler ve model geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Turizm, Gastronomi Turizmi, Yerel Mutfak, Çanakkale

Abstract

Our country has hosted various civilizations and is situated in a rich geography, where many cultures live together. This cultural diversity has contributed to the formation of different traditions in our food culture in different regions.

Canakkale is a special location with its unique position, four seasons climate, rich natural beauties and different civilizations' historical and cultural values. Divided by the Bosphorus bearing the same name and having lands in both Asia and Europe, Canakkale has the potential to become a rich tourist center. Canakkale attracts many visitors with its historical and natural beauty. Canakkale hosted many cultures from past to present. Canakkale has a gastronomy potential including all the properties for a tourist who is looking for different colors and flavors.

In this study, the analysis of Canakkale tourism, Canakkale gastronomy tourism potential and the place and importance of wine in gastronomy tourism are emphasized. Also, food and beverages forthcoming with gastronomy tourism on the menus are determined by field and literature scans.

This study aims to measure the impact of Canakkale's local food culture as a touristic product to Canakkale tourism with its high gastronomy potential. By using face to face interview technique, a qualitative research method is applied in the study. Interviews have been made with tourism policy makers and service providers in Canakkale. The data obtained with semi-structured questionnaire are analyzed with NVIVO 10 program and based on findings recommendations and models were developed.

Key Words: Gastronomy, Tourism, Gastronomy Tourism, Local Cuisine, Canakkale

1. Gastronomi Turizmi ve Çanakkale' nin Gastronomik Değerleri

Yaşamsal öneme sahip yeme içme, insanlığın var olduğu günden bu yana en temel ihtiyaçlardandır. Tarih öncesi dönemlerden itibaren çeşitli yazılı kayıtlarda insanların yeme içme ile ilgili eylemlerine ulaşılmış olsa dahi bu konuda bilimsel araştırma ve çalışmalar son yıllarda araştırmacıların çalışma alanı haline gelmiştir. Araştırmalarda, yiyecek içeceklerin kimler tarafından ne şekilde üretildiği, hangi ortam ve şartlarda, ne zaman, nasıl sunulur ve bunları belirleyen tarihi, sosyal, kültürel, ekonomik ve biyolojik faktörler incelenmiştir. Gastronomi sözcüğünün ilk kullanımı antik Yunan dönemindedir. Arcestratus' un M.Ö. 4. yy' da yazdığı muhtemelen Akdeniz bölgesinin ilk yiyecek ve şarap rehberi olarak sunulan *The Life of Luxury (Lüks Yaşam)* adlı kitapta, gastronomi bölümlerinden biridir (Wilkins and Hill'den aktaran Santich, 2004, s. 16). Gastronomi tarihi, kültürel ve çevresel etkilere bağlı olarak neyin, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi bileşimlerle yeneceğine ve içileceğine ilişkin öneriler sunma ve rehberlik etme olarak ifade edilmektedir (Santich, 2004, s. 18).

Maslow' un insan ihtiyaçları piramidinde, yeme içme fizyolojik ihtiyaçlardandır ve temelde yer alır. Gastronomi açısından bakıldığında yeme içme ihtiyacı piramidin en tepesinde yer almaktadır (Tikkanen, 2007, s. 723). Gastronomide

yiyecekler ve şarap birbirlerine yakından bağlıdır ve zamanla ayrılmaz hale gelmektedir. Gastronomi kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, tarım bilimi, antropoloji, müzik, felsefe, psikoloji ve sosyolojiyi anlamayı ve değerlendirmeyi içerir (Kivela ve Crotts, 2006, s. 356). Gastronomi sanatsal özelliklerinin yanında fen bilimlerinden (fizik, kimya ve biyoloji), sosyal bilimlerden de (ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, işletmecilik, yönetim, pazarlama vb.) yararlanır. Ayrıca fen ve sosyal bilimler için zengin bir araştırma alanıdır (Gilepsie ve Cousins, 2001, s. 2).

Mutfak kültürü üretmede teknoloji ve maddi zenginlik yeterli olmamaktadır. Bunun için zaman, hatta uzun yıllar alan bir süreç gerekmektedir. Çağlar boyu Türkler, dünya tarihinin büyük uygarlıklarının kurulduğu bölgelerde yaşamışlardır. Önceleri Çin, sonra Hint, daha sonra Orta Doğu ve Anadolu uygarlıklarıyla etkileşime girmişlerdir. Bu bölgeler aynı zamanda dünyadaki gıda çeşitliliğinin hemen hemen %75'inin çıkış noktasını oluşturmaktadır (Başaran, 2008, s. 28). Anadolu'da yaşayan Antik Yunan ve Roma mutfak kültüründen sonra, fethedilen yeni bölgelerin mutfak kültürüyle yemek çeşitleri çoğalmış ve pişirme yöntemleri zenginleşmiştir. Böylece 15. yy' dan itibaren Osmanlı saray mutfağı şekillenmeye başlamış ve günümüze dek uzanan Türk mutfak kültürü oluşmuştur (Dalby, 2004, s. 47).

Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir (Kaspar, 1986, s.14' den aktaran Du Rand ve Heath, 2006, s. 208). Kültürün en önemli unsurlarından biri yemektir. Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark yaratmaktadır. Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil aynı zamanda o yemek sürecinde farklı deneyimleri yaşamak amacıyla evlerinden dışarıda yemek yemektirler (Yüncü, 2010, s. 27). Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisinden yola çıkarak, yiyecek turizmine uyguladığı modeline göre yeme içme, insan ihtiyaçlarının bütün evrelerinde farklı biçimlerde yer almaktadır. Bu ihtiyaçlar, mevsiminde bir yiyeceğin toplanması gibi fiziksel, bağcılık turizmine katılmak gibi sosyal ya da uzman yiyecek turizmine dahil olmak gibi kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sınıflandırılmaktadır (Tikkanen, 2007, s. 731).

Çanakkale' nin gastronomik değerlerine değinecek olursak; Çanakkale, yaklaşık 5000 yıllık geçmişi ile kültür ve tarih kenti olmanın yanı sıra Trakya ve Ege bölgelerinin bereketli topraklarının eşsiz lezzetlerine de ev sahipliği yapmaktadır. Homeros'un, Herodot'un ve Aristo'nun yaşadığı, dünyanın ilk güzellik yarışmasının yapıldığı Kaz (İda) Dağları'nda yedikleri o eşsiz zeytin, zeytinyağlarının, üzümlerin ve içtikleri şarapların tadına doyamadıkları yer Çanakkale'dir (www.canakkale.com.tr, 2014). Çanakkale, tarih, doğa ve kültürle iç içe geçtiği bir kent olarak sadece Türkiye'nin değil Asya Kıtası'nın da en batı ucunda yer almaktadır. Tarihin farklı dönemlerinde kent merkezine yapılan göçler, farklı dinler ve kültürlerin bir arada yaşamalarına imkân sağlamıştır. Çanakkale'nin iklim ve coğrafyasına benzer olarak yemek kültürüne de Ege ve Akdeniz mutfağı hâkimdir. Çanakkale mutfağı, Rumlar ve Yahudilerden etkilenen deniz mutfağı ile Yörüklerin etkisiyle şekillenen dağ

mutfağı olmak üzere iki farklı yemek kültüründen oluşmaktadır (www.bogazgazetesi.com, 2014).

Süt ürünleri bakımından da verimli olan şehrin mutfağı ağırlıklı olarak bu yönde şekillenmiştir. Tatlılardan birçok yemeğe, süt, peynir, kaymak ya da yoğurt lezzet katan bir unsur olarak eklenir. Toprağı kadar denizi de bereketli olan Çanakkale’de, pek çok farklı türde balık ve deniz ürününe de mutfakta yer verilir (www.hurriyet.com.tr, 2014). Çanakkale’nin zengin bitki çeşitliliği ve iklimi doğal kaliteli tarım ürünlerinin elde edilmesini sağlamaktadır. Çanakkale domatesi, Gökçeada kekik balı, Gökçeada zeytinyağı, Lapseki kirazı ve Lapseki şeftalisi de Türk Patent Enstitüsüne başvurularını yapmış ve coğrafi işaret tescili bekleyen ürünlerdir (www.trdemarka.com, 2014). Coğrafi işaret başvurusu için çalışılan diğer ürünler ise Gökçeada’ya has bir ırk olan ve yalnızca o bölgede yetiştirilen İmroz koyunu ve Yenice ilçesinde yetiştirilen Kapyra biberidir.

Çanakkale mutfağı denildiğinde zeytinyağlı ve balık yemeklerinden oluşan bir mutfak akla gelmektedir. Çanakkale’de genellikle lüfer, levrek, sardalye ve palamut avlanmakta olup restoran mutfaklarında sunulan çipura, ahtapot ve karides ise diğer illerden sağlanmaktadır (Bucak ve Taşpınar, 2014, s. 22-23). Zeytinyağı hemen hemen tüm sebze yemeklerinde ve salatalarda kullanılmaktadır. Çanakkale’nin tarihi çarşısında geleneksel yemeklerin sunulduğu lokantalar bulunmaktadır. Çanakkale’den hediye olarak götürülebilecek en ünlü ve özgün yiyecek ise “Peynir Helvası”dır (www.canakkaleicinde.com). Dünyanın bağcılık için en elverişli iklim kuşağı üzerinde yer alan ülkemiz, üzüm üretiminde verimli topraklara sahipken şarap üretimi ancak son yıllarda gelişmeye başlamıştır. Şaraplık üzüm üretiminde Marmara Bölgesi ilk sırada yer alırken, Çanakkale bağcılık için uygun iklimi, havası, toprak yapısı bakımından elverişli bir bölgedir. Çanakkale’de önemli bağcılık merkezleri bulunmaktadır ve birçok üzüm cinsi yetiştirilmektedir (Çelik vd., 2000, s. 645). Bunlardan başlıcaları karasakız, karalahna, vasilaki, gamay, merlot, çavuşüzümüdür.

2. Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği Üzerine Bir Araştırma

Bu çalışmada gastronomi turizminin Çanakkale turizmine katkısı belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma, gastronomi turizmi potansiyelinin Çanakkale turizmi içerisinde ne ölçüde yer aldığı ve turizm faaliyetleri çerçevesinde Çanakkale’yi ziyaret eden turistlerin Çanakkale yöresel mutfağı ve gastronomi değerleriyle ne ölçüde karşılaştıkları incelenmiştir. Çalışma kapsamında iki araştırma sorusu bulunmaktadır.

- Çanakkale’de turizm faaliyetleri içerisinde gastronomi turizminin yeri ve rolü nedir?

- Gastronomi turizmi Çanakkale turizmine katkı sağlamakta mıdır?

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı; Çanakkale gastronomi turizminin nelerden oluştuğunu ve nelerin gastronomik değer olarak kabul edildiğini belirleyerek, Çanakkale turizmine katkısını tespit etmek ve gastronomi turizminin Çanakkale turizm faaliyetlerinde daha etkin yer alması yönünde olası katkılarda bulunmaktır. Bu araştırma birçok turizm

faaliyetinin yer aldığı Çanakkale’de gastronomik değer taşıyan ürün ve hizmetlerin belirlenmesinde ilk olması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca bu konuda çalışacak araştırmacılar için kaynak özelliği taşıması ve gastronomi turizminin paydaşları için öneriler sunması bakımından da önemlidir.

2.2. Araştırmanın Sayıltıları ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, aşağıdaki sayıltılardan yola çıkarak gerçekleştirilmiştir;

- Çanakkale’de gastronomik değer taşıyan yiyecekler ve içecekler bulunmaktadır,
- Çanakkale’de gastronomik değer taşıyan etkinlikler vardır ve bu yiyecek içecek ve etkinlikler turizm faaliyetleri içerisinde gereken değeri bulamamıştır,
- Çanakkale turizm potansiyelinin geliştirilmesinde gastronomi turizmi önemli bir turizm faaliyeti olabilir,
- Çanakkale turizm faaliyetlerinde gastronomik değer taşıyan ürünlerin yer alması bölgesel kalkınmayı pozitif yönde etkileyecektir,
- Gastronomi faaliyetleri bölgenin bilinirliğinin artırılmasında önemli katkı sağlamaktadır.

Araştırmanın konu, mekân, zaman ve maddi konularda bazı sınırlılıkları bulunmaktadır (Yıldız ve Yıldırım, 2013, s. 83). Çanakkale gastronomi turizminde yer alan yiyecek ve içeceklerin, alan araştırması yapılamadan literatür taraması verilerinden ve görüşmecilerin ifade ettiklerinden oluşturulması konu bağlamındaki sınırlılığdır. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise kamuda görüşme gerçekleştirilen kişilerin bürokratik engeller hissetmesinden kaynaklanan açıklama konusunda hissedilen sınırlılıktır. Araştırma nitel yöntemle gerçekleştirildiğinden dolayı veri bulma ve kontrol güçlüğü de vardır. Araştırmanın evreni, Çanakkale ve ilçelerinde gastronomik değer taşıyan yerel ürün ve hizmetlerin üretilmesi, sunulması ve tüketilmesinde yer alan kişiler ve kurumların tamamından oluşmaktadır.

Çanakkale’de doğrudan ve dolaylı olarak, turizm faaliyetlerinin oluşumunda ve geliştirilmesinde etkisi olan kamu, STK, özel sektör ve üniversiteden ilgili kişiler ile konaklama ve yeme içme hizmeti veren işletmeler ile yiyecek içecek üreten işletmeler çalışma kapsamında ele alınmıştır. Araştırmada tümevarımsal yaklaşım yöntemiyle ve genel tarama modeliyle gerçekleştirilmiş nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur (Kuş, 2012, s. 77-78).

Araştırma yönteminde seçilen genel tarama modeli ise, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir ve yapılan araştırmada evreni temsil yeteneği yüksek olan örneklem grubu seçilmiştir.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Veri toplama aracının oluşturulmasında, görüşme formu literatür taramasına bağlı kalarak, araştırmacı, danışman ve nitel araştırma konusunda uzman görüşlerinden yola çıkarak oluşturulmuştur. Görüşme soruları uygulamaya aktarılmadan önce, bir ön denemeden

geçirilmiştir. Görüşme sorularının geçerlik ve güvenilirliği nitel araştırma uzmanı görüşüyle saptanmıştır. Verilerin toplanmasında yüz yüze görüşme tekniği benimsenmiştir. Bu teknik soru cevap yoluyla veri toplamaktır, sözlü ya da yazılı olabilen bir yaklaşımla görüşme ya da yazışma kullanılırken araştırmada sözlü görüşme tekniği uygulanmıştır. Görüşme yapılan kişilerin anlatımına ya da düşüncenin ifade ediliş biçimine müdahale olmaksızın fikir ve görüşlerine başvurulmuştur. Görüşmeleri 35 dk. ile 70 dk. arasında farklı sürelerde gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında dile getirilen verilerin kaydedilmesinde görüşmecilerin izni alınarak ses kayıt cihazı ve özet bilgi niteliğinde araştırmacı notları kullanılmıştır. Görüşmede kullanılan veri toplama aracı yarı yapılandırılmış (açık uçlu) 15 görüşme sorusundan oluşmaktadır. Elde edilen verilerin yoğun hacme sahip olması ve elle işlenmesinin zor olduğundan dolayı nitel araştırma verilerinin çözümlenmesinde NVIVO 10 programı kullanılmıştır. NVIVO 10 programının kullanım amacı, nitel araştırmanın ilgili olduğu alanları, sonuçları keşfetmek, olguları anlamak ve sorulara cevap bulmaktır.

2.3. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

Araştırma soruları ve amacına uygun olarak katılımcılara yöneltilen yarı yapılandırılmış sorular ve katılımcı yanıtları ana temalar çerçevesinde tablolar halinde değerlendirilmiştir. Temalara ilişkin katılımcıların görüşleri ve analizler alt başlıklar halinde yorumlanmıştır. Katılımcılar, isim veya kurum belirtilmeksizin K1, K2, K3..... K12 şeklinde rastgele numaralandırılmıştır.

2.3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Görüşmelerde yer alan katılımcılar 12 kişiden oluşmaktadır. Katılımcılarla yapılan görüşmeler ön görüşme ve randevu alma sonrasında, iş yerlerinde ve mesai saatleri içerisinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın yapıldığı kişiler ve çalıştıkları kurumlarla ilgili bilgiler Tablo 2.1.'de belirtilmektedir.

Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Eğitim Düzeyi	Sektör Deneyim Süresi- (Yıl)	Çalıştığı Kurumdaki Deneyim Süresi (Yıl)	Görevi
Katılımcı 1	Lisans	36	2	Vali Yardımcısı
Katılımcı 2	Lisans	16	6	Belediye Başkanı
Katılımcı 3	Doktora	17	5	Akademisyen
Katılımcı 4	Lisans	26	1	Gastronomi Uzmanı
Katılımcı 5	Lise	25	18	İşletmeci
Katılımcı 6	Lisans	10	10	STK Temsilcisi
Katılımcı 7	Lise	20	6	Dernek Yöneticisi
Katılımcı 8	Lise	28	12	Halkbilim Uzmanı
Katılımcı 9	Lisans	15	6	İşletmeci
Katılımcı 10	Lisans	18	7	Saha Uzmanı

Katılımcı 11	Ön Lisans	8	2	STK Yöneticisi
Katılımcı 12	Lisans	14	11	Yönetici

Çalışmanın yapıldığı katılımcılardan 4 kişi kamu kurumu, 4 kişi STK ve 4 kişi özel sektör alanını temsil etmektedir. Tablo 2.1' de görüldüğü gibi katılımcıların 8'i lisans ve üstü eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcılardan 1kişi ön lisans ve 3 kişi lise mezunudur.

Tablo 2.1' e göre katılımcıların sektörel deneyiminin 15 yıl ve üstü olduğu görülmektedir. Bu süreler de araştırmaya dahil olan katılımcıların mesleki bilgi ve düşüncelerinin araştırma açısından anlamlı ve değerli olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların sektörel deneyimi ve kurumsal deneyimi Tablo 2.1.' e göre incelendiğinde, sektörel deneyimi fazla olan katılımcıların, çalıştıkları kurumdaki deneyim süresi ortalama 7 yıldır. Söz konusu deneyim süreleri katılımcıların farklı düşünme ve fikir üretebilme açısından araştırmaya olumlu katkı sağlayacağı düşünülebilir.

2.3.2. Çanakkale'nin Yöresel Lezzetlerine İlişkin Bulgular

Çanakkale' nin ön plana çıkan yöresel yemekleri şunlardır; Peynir Helvası, Keşkek, Balık Tuzlama, Otlar, Oğlak, Çömlek Kebabı, Asma Yaprağında Sardalye, Efibadem, Sardalye, Ezine Peyniri, Hıdırellez Pilavı, Bakla Keşkeği, Melki Mantarı, Biga Köftesi, Nohut Ekmeği, Koliva, Domates Reçeli ve Bayramiç Tahin Helvasıdır.

Katılımcıların damak tatları ve beğenileri farklı yiyecekler üzerinde yoğunlaşmıştır. Genel olarak dile getirilen yiyecekler, peynir helvası, keşkek, oğlak, Biga köftesi, asma yaprağında sardalye, ot yemekleri, bakla, tuzlu balık, nohut ekmeği gibi ilk akla gelenlerdir. Geleneksel yiyecek ve içecekler söz konusu olduğunda Hıdırellez pilavı, köy hayırlarında ikram edilen keşkek, Rum cenazelerinde ikram edilen koliva dile getirilmiştir. Çanakkale'yi ziyaret neden turistlerin Çanakkale mutfağını deneyimlemek istediğinde, tercih edebileceği restoranların ve burada sunulan Çanakkale yemeklerinin neler olduğunu belirlemeye yönelik sorularda katılımcılar, Çanakkale restoranlarının bu konuda sınırlı hizmet sunduğunu dile getirmiştir.

Çanakkale yöresel mutfağına oğlak eti, otlar, balık, şarap ve peynir hâkimdir. Otlar ve zeytinyağının birlikte kullanıldığı bir mutfak olması dolayısıyla restoran menülerinde %10-20 mezeler olarak yer almaktadır. Çanakkale'nin birçok bölgesinde zeytin ağaçları olduğundan yöre halkı zeytinyağını kendi mahsullerinden elde etmekte ve mutfakta kullanmaktadır. Gökçeda'da Ladolia cinsi zeytin ağaçları bulunmakta ve iklimin etkisiyle asit oranı düşük, lezzetli ve aromalı zeytinyağı elde edilmektedir. Restoranlarda sunulan bu ürünlerin yöresel tariflerle hazırlanmasından ve sunulmasından vazgeçilip reçetelerin standartlaşması bu yiyeceklerin özel bir değer kazanmamasına neden olmuştur.

2.3.3. Çanakkale Tanıtımına Katkısı Olan Yiyecek İçecekler ve Ürünlere İlişkin Bulgular

Çanakkale gastronomisi içerisinde değer taşıyan ve ziyaretçilerin Çanakkale ile ilgili aklına gelebilecek ürünlerin neler olduğunu belirlemeyi amaçlayan soruda, katılımcılar ziyaretçilerin Çanakkale’de bulmak ve tatmak istedikleri ürünleri anlatmışlardır. Bunlar coğrafi işaret belgesi bulunan ürünler ve coğrafi işaret alma başvurusunu yapmış onay bekleyen ürünlerdir. Katılımcıların tamamı Ezine Peyniri ve Peynir Helvasının Çanakkale tanıtımında en önemli yiyecekler olduğunu belirtmiştir. Oğlak eti, sardalye, incir reçeli, domates reçeli ve zeytinyağı Çanakkale ile özdeşleşen ikincil ürün grubu olarak katılımcıların en az % 50’si tarafından önerilmiştir.

Katılımcılardan K2, K3, K5 İmroz koyunu, Gökçeada kekik balı, karadut suyu gibi yiyeceklerin de özel kimlikleri ve tatlarıyla Çanakkale’yi tanıtımda gastronomik değer olarak sunulabileceği görüşünü paylaşmaktadır.

Çanakkale’nin tanıtımında ve gastronomi turizminde yer alması gereken çok fazla sayıda değere sahip olduğunu belirten K3’e göre bu ürünler aşağıda belirtilmiştir.

Çanakkale farklı kültürlerin zenginliğini yaşayan bir şehirdir. Ezine peyniri, Çanakkale (Ayoacık) halısı, Bayramiç beyazı denilen şeftali cinsi hâlihazırda coğrafi tescil belgesine sahiptir. Bunlara ek olarak peynir tatlısı, Çanakkale domatesi, efibadem kurabiyesi, Gelibolu sardalyesi, Bozcaada nohut ekmeği, İmroz koyunu, Gökçeada kekik balı, Lapseki kirazı, Umurbey şeftalisi, Yenice kapyra biberi ve dibek kahvesi bölgemizde ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği, arayıp bulmak istediği ürünler arasındadır. Bunların birçoğu ulusal çapta bilindiği halde, turistlere topluca sunacak bir merkezimizin olmayışı eksiklidir.

2.3.4. Yerel Mutfağın Tanıtımında Etkili Olacak Çalışmalara Yönelik Bulgular

Kurumların Çanakkale gastronomi turizminin tanınırlığını ölçmekte ya da geliştirmekte kullandığı materyaller ve tanıtım malzemelerinin araştırıldığı soruda katılımcılar birbirinden bağımsız çalışmaların zaman zaman yapıldığını ve çalışmaların bütünlük arz etmediğini dile getirmişlerdir. Katılımcılarda elde edilen veriler Tablo 2.2.’de sınıflandırılmıştır.

Tablo 2.2. Yerel Mutfağın Tanıtımında Etkili Olacak Çalışmalar

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
Yöresel yemek kitap, dergi ve broşürleri	X	X	X	X		X		X		X		X
Yöresel yemek yarışmaları	X		X	X	X		X			X		
Festival ve Panayırlar (kiraz, sardalye, şeftali)	X	X	X		X	X	X	X	X		X	
Yemek programları	X	X		X	X	X	X	X			X	X
Yöresel yemek kursları		X	X			X	X	X		X		

Katılımcılardan, K1, K3, K8 ve K10 Çanakkale’de gastronomi turizmi konusunda son derece yetersiz ve dağınık olan tanıtım faaliyetlerinin iyi bir alan taraması yapılma ihtiyacını ortaya koymaktadır. Katılımcı K4 yapılması gereken etkinlik ve çalışmalar konusunda şunları belirtmiştir:

Birkaç çalışma yapılırsa da nitelik yönüyle oldukça yetersiz kalmış, kitap dergi ve etkinlikler daha çağdaş, daha yüksek bütçeli ve daha organize bir biçimde yapılırsa başarılı olur. Festival şenlik panayır gibi faaliyetler kibri alevi gibi kısa süreli etki gösterir ve kalıcılık sağlanamaz.

Çanakkale mutfağı daha çok ulusal basında, yemek programları ve ya gazetelerin hafta sonu eklerinde yer aldığını belirten katılımcıların oranı % 67 olup 8 katılımcı görüşlerini belirtir.

Katılımcılardan K8 ve K10 Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün Eceabat ve köylerinde 2009 yılında yaptığı alan araştırmasında değişik tariflerden derlenen yemek reçeteleri bir kitapta topladığını ve çalışmalarını tamamlanan Gelibolu yemekleri kitabı basım için hazırlandığını ifade etmişlerdir.

K3 yöresel mutfağın ortaya çıkarılması ve genç nesiller tarafından benimsenmesi için şu fikirleri öne sürmüştür:

Gastronomi bir tercih ve iyi olanı seçme benimseme işidir. Bu bilincin topluma yerleşmesi için eğitimler verilmeli hatta bu eğitimler ilkökul düzeyine indirgenmelidir. Genç nesillerin konuyu daha iyi kavraması ve sahiplenmesi için büyükleriyle özdeşleştirdikleri lezzetleri envanter çalışmasıyla ortaya koymalıyız. Gençlerin bunu yapmada motivasyon kaynağı bir yarışma olmalıdır. “Babaannemin Mutfağı” adlı bir yarışma üniversite gençlerinin, çocuklukta sevilen lezzetlerin tariflerini sözlü tarih araştırmasıyla ortaya çıkarmaları ve kayıt altına almaları için organize edilmelidir.

Katılımcıların % 75’i yöresel yemek envanteri çıkarılmasının ardından bu yemeklerin, ulusal kanalların yemek programlarında tanıtılması gerektiğini ifade etmektedir. K8 bu tanıtımın başarılı olması için Çanakkaleli ünlülerin programda yer alması gerektiğini, böylece yöresel kimliğin ve değerlerin sahipleneceği görüşündedir.

2.4. Çanakkale Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi İçin Öneriler

Gastronomi turizminin Çanakkale turizmine katkı sağlaması için yapılacak çalışmalarla ilgili katılımcıların görüşlerine başvurulduğunda katılımcılar mesleki bilgi ve deneyimleri doğrultusunda ve kendi alanlarındaki çalışmalarını dile getirmişlerdir. Tablo 2. 3.’ te gastronomi turizminin etkinleştirilmesi konusunda yapılacak kapsamlı çalışmalarda kurumların iş birliğini önemsediklerine ilişkin görüşlere sahip 6 katılımcı (%50), STK’ ların, eğitim kurumlarının, kamunun ve hizmet üreticilerinin hiyerarşik bir yapı olmaksızın iş birliği yapmaları gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 2. 3. Çanakkale'de Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi İçin Öneriler

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
Kurumlar arası iş birliği yapılmalı	X	X		X		X	X			X		
Çanakkale mutfak müzesi			X	X		X		X		X		X
Müze ve ören yerlerinde yöresel lezzetler sunulmalı	X						X				X	
Restoran menülerinde yöresel lezzetler yer almalı		X	X	X	X	X	X	X				X
Halkbilim araştırmaları ve envanter çalışmaları yapılmalı	X		X	X	X		X	X				X

Kurumların iş birliğinden kaçınmaları ve kurumlar arası koordinasyon eksikliği sebebiyle birçok kurumun yaptığı çalışmanın diğerleri tarafından tekrarlandığını ve böylelikle iş gücü, zaman ve maddi kayıplar meydana geldiğini belirten K3 ve K6'ya göre iş birliği kesinlikle zorunludur.

Katılımcı K6 "İşbirliği tüm paydaşlar arasında olabilir. Gastronomi Turizmi hem yerel yönetimler, hem turizm kuruluşları hem de üreticilerin bir araya gelmesiyle anlamlı olabilir." diyerek tüm paydaşların iş birliği içinde olması gerektiğini vurgulamıştır.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi' nin ilgili birimleri, valilik, kaymakamlık, muhtarlar, sivil toplum örgütleri, ÇATSO, otelciler odası, aşçılar federasyonu gibi meslek odalarının iş birliğinden etkili projeler oluşturulması gerektiğini düşünen K1, K2, K4, K6, K7, K10, yemek envanteri çıkarılması ve yöresel yemekleri sunacak bir restoran kurulması gerektiğine dikkat çekmektedirler.

İş birliği modeli öneren K3'e göre;

"Çözüm üretecek kurumlar olarak komplekslerden sıyrılmak gerekir ve oluşturulacak modelde devlet, bürokrasi ya da belediyenin belirleyici etkisi olmamalıdır. Geliştirilecek iş birliğinde üreticiler, halk ve gelen turistler, yerel ya da genel yönetim, işletmeler, çevre ve bilim dünyasının bir arada olması önemlidir. Bunların hepsini içeren ve dernek gibi çalışan esnek bir organizasyon yapısı oluşturulmalıdır. Bu organizasyonda yer alan çalışanlar hiyerarşiden uzak, ifade özgürlüğü iş birliğini artıracak şekilde kullanılmalıdır.

Müze ve ören yerlerinde ziyaretçilerin yeme içme ihtiyacını karşılamaya yönelik yöre mutfağını içeren restoranlar açılması ihtiyacını K1, K7 ve K11 dile getirmişlerdir. Katılımcıların % 50'den fazlası restoran menülerine yöresel yemek bulundurma zorunluluğu getirilmesini önermiştir.

Tablo 2.3.' e göre 7 katılımcı halk bilim araştırmaları ve envanter çalışmalarıyla yöresel lezzetlerin ortaya çıkarılması gerektiğini önemserken, aynı araştırmacılar Çanakkale mutfak müzesi benzeri bir yapının oluşturulması ve mutfağının burada sunulması ve öğretilmesini de birlikte önermişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi turizmi, yiyecek içecek ve turizm arasındaki ilişkinin sağlıklı bir şekilde kurulmasını sağlar. Bu sayede yalnızca ekonomik değil, yerel kimliğin ve kùltürün güçlenmesine de katkıda bulunarak yöresel kalkınmayı destekler. Gastronomi turizminin Çanakkale turizmine katkısının araştırıldığı bu çalışmanın bulguları doğrultusunda edinilen bazı öneriler geliştirilen bir model çerçevesinde aşağıda sunulmuştur. Çanakkale turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi, katılımcıların %67'sinin önemle üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir. Gecelemenin düşük olması şehrin bir destinasyondan çok geçiş bölgesi olarak görölmesine bağlıdır. Buna önerilecek çözümlerden ilki turistlerin ilgi duyabileceği aktivitelerin arttırılmasıdır.

Troya Tarihi Milli Parkı ve Gelibolu Yarımadası Milli Parkı'nı gezen ziyaretçilerin konaklama sürelerini arttırmak için alternatif turistik ürün, yeme içme, alışveriş ve eğlence imkânlarının olduğu tesisler milli parkların içerisine kurulmalıdır. Ziyaretçilerin gezi alanlarında bulunan hediyeelik eşya satış alanlarında orijinal ambalajlanmış Ezine peyniri, Gökçeada balı, Bayramiç helvası, domates reçeli vb. gibi yerel ürünlerin satışı teşvik edilmelidir. Hediyeelik eşya satışı yapılan tezgâhlarda ucuz ve kalitesiz malzemelerle yapılmış ve aslına benzemeyen ithal ürünler yerine Çanakkale el sanatlarını yansıtan orijinal Çanakkale seramik ürünleri satılarak algılanan kalitenin artması sağlanmalıdır.

Çanakkale'de gerçekteştirilmesi uygun olan agro-turizm (Ayvacık, Bayramiç, Yenice), eko-turizm (Kazdağları ve Gökçeada), gastronomi turizmi (Bozcaada, Gökçeada, Biga) şarap turizmi (Bozcaada, Eceabat, Gökçeada) başarılı destinasyonlarla yerinde gözlemlene, deneyimleme ve tatma fırsatları oluşturularak; yenilik arayışında olan kùltür turistlerine farklı deneyimler yaşatılabilir. Gastronomi turizminin sürdürülebilir kalkınmayı sağlaması için Çanakkale Merkez'de pilot okul belirlenerek seçimli derslerden birinin gastronomi olması sağlanabilir. Böylelikle yeme içme konusunda çocukların eğitilmesi ve yöresel mutfağın sevdirilerek kuşaklar arası aktarımın gerçekteşmesi söz konusudur.

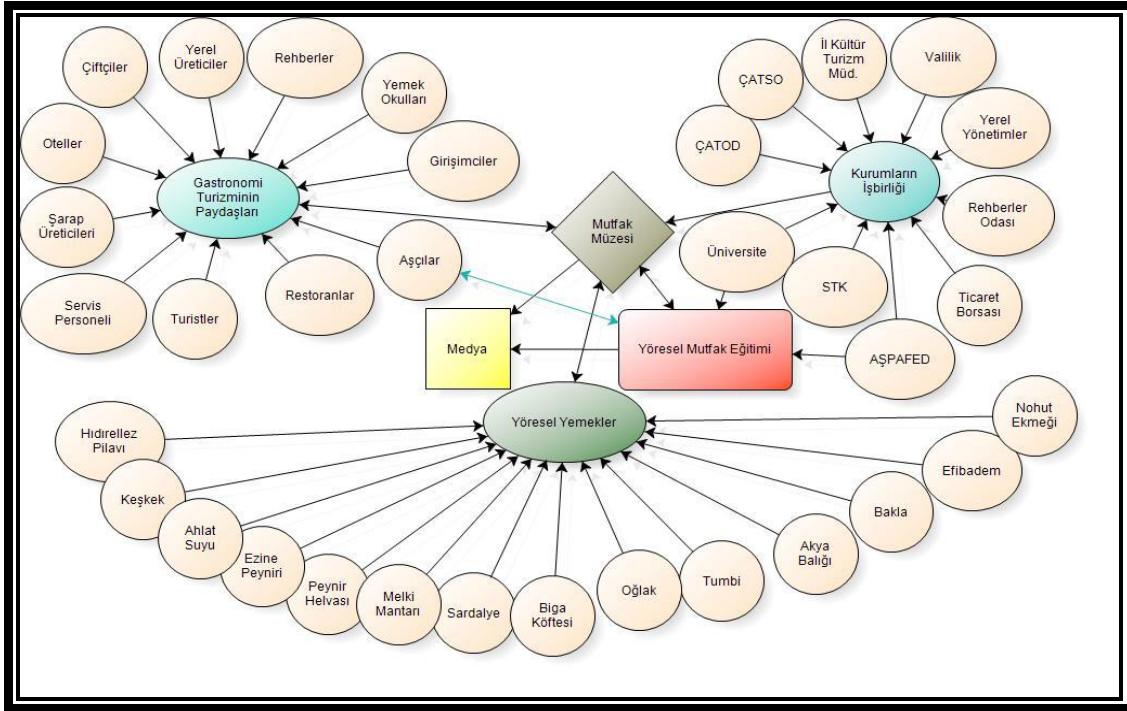
Yöresel mutfağı tanıyan, uygulayabilen kadın girişimcilerin belirlenmesi, yöre mutfağına bağlı kalarak üretim yapmak koşuluyla küçük çaplı projelerle desteklenmeli, gerekli kolaylıklar sunulmalıdır. Oteller ve restoranlar, konuklarına sundukları menülerde yer alan süt, peynir, ayran, yoğurt, tereyağ ve kaymak gibi bölgenin zengin aromasına sahip süt ürünlerini kullanmaya özendirilmelidir. Turistlerin bölgeyi daha fazla tercih etmesini kolaylaştıracak pazarlama faaliyetlerinin organize ve kapsamlı bir şekilde, tüm paydaşların iş birliğiyle gerçekteştirilmesi

gerekmektedir. Türkiye genelinde faaliyet gösteren tur operatörleri Çanakkale'ye davet edilerek bu tarihi değerlerin ve eşsiz lezzetlerin yerinde görülmesi ve tadılması sağlanmalıdır.

Kazdağları yürüyüş parkurları oluşturulmalı ve şehir dışından yürüyüş turları düzenlenmelidir. Tur esnasında yeme içme ihtiyaçlarının yürüyüş alanında bulunan büfelerden karşılanması ve bu sayede yöresel ürünlerin tanıtılması sağlanacaktır. Çanakkale'de faaliyet gösteren otel, restoran ve tur operatörlerinin bağlı olacağı bir üst kurul oluşturulmalı ve işletmelere "hizmet kalite standartları" getirilmelidir. Standartlara uymayan işletmelerle tüketiciler karşı karşıya gelmemeli, sorunların çözümünde üst kurul karar verici olmalıdır. Tur güzergahlarında dinlenme ve kişisel ihtiyaçların giderilmesi amacıyla hijyenik ortamlar oluşturulmalıdır.

Zeytin ve üzüm üretiminde önemli bir paya sahip Çanakkale'de hasat şenliği, bağ bozumu festivali düzenlenmeli ve Çanakkaleli ünlüler, köşe yazarları, gezi ve mutfak yazarları bölgeye çeşitli etkinliklerde davet edilmeli ve ağırlanmalıdır. Ziyaretçilerin gezi güzergâhlarında yeme içme, eğlence ve alışveriş ihtiyaçları bulunmadığından, Hamidiye Tabyaları gibi tarihi bir doku içinde bunlar sunulmalı ve ziyaretten aldıkları haz arttırılmalıdır. Termal turizm tesisleri sağlıklı ve modern tesisler haline getirilmelidir. Tesislerde Çanakkale mutfağı ile sağlıklı beslenme programları düzenlenmeli ve böylelikle Çanakkale mutfağı tanıtılarak, konuklar gönüllü turizm elçisi haline getirilmelidir.

Şekil 1. 1. Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısına Yönelik Paydaşlarla İş Birliği Model Önerisi



Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ile yapılacak iş birliği çerçevesinde gastronomi konulu akademik çalışmalar desteklenmeli ve düzenlenecek kongre,

konferans ve sempozyumların Çanakkale’de gerçekleştirilmesi ve devamlılığı sağlanmalıdır. Çanakkale yöresel mutfağının tanıtılması ve ürünlerin tek çatı altında sunulmasını sağlayacak bir mutfak müzesinin kurulması ve eğitimler vermesi gereklidir. Kurulacak mutfak müzesinde tarımdan tekstile, mobilyadan halıya, dekorasyon ürünlerinde seramiğe tüm malzemeler Çanakkale’ye özgü olmalıdır. Müzede verilecek aşçılık eğitimlerinin Çanakkale Profesyonel Aşçılar Derneği’nin yöresel mutfağa hakim şefleri tarafından verilmesi ve yıl boyunca devam ettirilmesi gereklidir. Bu eğitimlerde başarılı olan aşçıların gittiği farklı yörelerde ve turistik tesislerde Çanakkale mutfağına özgü yemekleri menülere dâhil etmeleri bölge mutfağının yaygınlaşmasında önemli rol oynayacaktır.

Çanakkale’deki kamu kurumları, sektör temsilcileri ve yerel yönetimlerin oluşturacağı bir tanıtım ajansı ile Çanakkale turizm faaliyetleri bütüncül bir yaklaşımla ve tek elden yürütülmelidir. Kurulacak olan tanıtım ajansı yılın belirli dönemlerinde ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetlerine katılacak ve yapılan faaliyetler hakkında paydaşları bilgilendirilecek ve sürekli iş birliği içerisinde olunacaktır.

Bu çalışma bölgesel ve ulusal düzeye çıkarılarak daha kapsamlı sonuçlar elde etmeyi sağlayacaktır. Yapılacak çalışmalarla gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olan bölgelerin destinasyonlara dahil edilmesi sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecektir. Ayrıca araştırmacılar için bir çalışma alanı ve gastronomi turizminde kaynak niteliği taşıyacak kaynaklar ortaya çıkacaktır.

KAYNAKÇA

- BAŞARAN, V. (2008). Neden Türk Mutfağı, Food in Life Turizm Gastronomisi ve Yaşam Dergisi, Sayı: 1/3, İstanbul.
- BUCAK, T. ve TAŞPINAR, O. (2014). “Türk Mutfağı Tarihinde Deniz Kültürünün Yeri ve Önemi”, International Journal of Human Sciences, Cilt: 11,Sayı:1: 551-568.
- ÇELİK, H., MARASALI, B., SÖYLEMEZOĞLU, G., TANGOLAR, S., GÜNDÜZ, M. (2000). “Bağcılıkta Üretim Hedefleri”, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Türkiye Ziraat Mühendisliği V. Teknik Kongresi Bildirileri, Cilt:2: 645-678, 17-21 Ocak 2000, Ankara.
- DALBY, A. (2004). Bizans'ın Damak Tadı-Kokular, Şaraplar, Yemekler, (Çev. Ali Özdamar), Kitap Yayınevi, İstanbul.
- DU RAND G. and HEATH E. (2006). “Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing”, Current Issues in Tourism, Sayı: 9, 206–234.
- GILLESPIE, C. COUSINS, J. A. (2001). European Gastronomy into The 21st Century, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- GMKA. (2012). Çanakkale Turizm Çalıştay Raporu, GMKA Raporları, Ağustos, 2012.

- KIVELA, J. J. and CROTTS, J. C. (2006). "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- KUŞ, E. (2012). *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- SANTİCH, B. (2004). "The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training", *Hospitality Management*, Vol: 23, 15-24.
- TIKKANEN, I. (2007). "Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland Five Cases", *British Food Journal*, Vol:1009, No:9.
- YILDIZ, R. ve YILDIRIM, E. (2013). *Soru-Cevap Tekniğiyle Tez Yazma, Makale Hazırlama ve Yayımlama Kılavuzu*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- YÜNCÜ, H. R. (2010). "Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yayıncılık", 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları, No: 11, Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.

İnternet Kaynakları:

- <http://www.bogazgazetesi.com.tr/canakkale-deniz-ve-dag-mutfeginin-bulusma-yeri/> (09.06.2014).
- <http://www.canakkaleicinde.com/yasam-ve-kultur> (12.04.2014).
- http://www.canakkale.co.tr/Food_And_Drink.tr/Gastronomy (13.04.2014).
- <http://www.canakkalekulturturizm.gov.tr/TR,70495/inanc-turizmi.html> (29.04.2014).
- <http://www.trdemarka.com/MakaleDetay.aspx?i=23&Name=%C3%87anakale%20El%20Hal%C4%B1s%C4%B1> (10.04.2014).
- http://yazarkafe.hurriyet.com.tr/Content/Index?contentUrl=http://berfendber.blogspot.com/2009/06/blog-post_8143.html (27.04.2014).