

Gastronomi Perspektifinden Kültürel Kimlik Üzerine Nitel Bir Araştırma: Edremit Körfezi-Balıkesir Örneği*

Kübra Ürkün^{1**}  Gizem Özgürel² 

¹ Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, Türkiye, kubra.urkunn@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1112-2743

² Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir, Türkiye, gizem.ozgurel@balikesir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1161-3721

Öz

Kültür, içine doğulan toplumun etkisiyle zaman içerisinde kazanılan ve yine zaman içerisinde değişen bir olgudur. Toplumların örf, adet, gelenek, dil, din, ırk, yeme-içme alışkanlıkları gibi birçok unsurun birleşimi kültürü oluşturmaktadır. Söz konusu unsurların toplumca sahiplenilmesi ve atadan oğula aktararak devam ettirilmesi kültürel kimliğin varlık kazanmasına yol açmaktadır. Kültürel kimlik olgusu, çeşitli toplumsal bağlantılar ve farklı kategori etiketlerine dayandırılabilir. Yapılan çalışma kapsamında kültürel kimlik yemek ve kültür ile yemek ve kimlik ilişkisi temelinde irdelenmiştir. Çalışmada Edremit Körfezi'nin Balıkesir iline bağlı ilçelerindeki (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran) yiyecek ve içecek işletmesi yetkililerinin bölgenin kültürel kimliğine ilişkin görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Nitel araştırmanın benimsendiği çalışmada 09.10.2023-03.04.2024 tarihleri arasında bölgede faaliyet gösteren 15 yiyecek içecek işletmesi yetkilisinden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulguları; 410 kod, 13 alt tema ve 4 ana tema altında toplanmıştır. Ana temalar; "Edremit Körfezi'nin Gastronomi ve Kültür Ekseninde Algılanışı", "Edremit Körfezi'nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri", "Edremit Körfezi'nde Tercih Edilen Ürünler" ve "Edremit Körfezi Kültürel Kimliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Temsilleri" olarak ortaya çıkmıştır. 12 işletmenin menülerinde yöresel isimler taşıyan yiyecek ve içeceklerin yer aldığı tespit edilmiştir. Katılanlardan 8'i işletmelerinin Edremit Körfezi kültürünü tamamen yansıttığı, 4'ü ise kısmen yansıttığı görüşündedirler.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Kültürel Kimlik Teorisi, Edremit Körfezi, Yiyecek İçecek İşletmeleri

A Qualitative Research on Cultural Identity from the Perspective of Gastronomy: Edremit Gulf-Balıkesir Example

Abstract

Culture is a phenomenon that is acquired and changed over time with the influence of the society into which it is born. The combination of many elements such as society's customs, traditions, language, religion, ethnicity, eating and drinking habits forms culture. The social ownership of these elements and their continuation by transferring them from generation to generation leads to the existence of cultural identity. When the concept of cultural identity affected by environmental factors is examined the relationship between food and culture and food and identity emerges. The phenomenon of cultural identity can be based on various social connections and different category labels. Within the scope of this study, cultural identity is examined on the basis of the relationship between food and culture and food and identity. In the study, the views of food and beverage business officials in the districts of Edremit Bay in Balıkesir province (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran) on the cultural identity of the region were tried to be determined. In the study where qualitative research was adopted, the data obtained from 15 food and beverage business officials operating in the region between 09.10.2023-03.04.2024 were subjected to content analysis. Research findings were collected under 410 codes, 13 sub-themes and 4 main themes. The main themes are; 'Perception of Edremit Bay on the Axis of Gastronomy and Culture', 'Gastronomic Identity Components of Edremit Bay', 'Preferred Products in Edremit Bay' and 'Representations of Edremit Bay Cultural Identity in Food and Beverage Establishments'. It was determined that 12 establishments have food and beverages with local names in their menus. 8 of the participants are of the opinion that their businesses fully reflect the culture of Edremit Bay, while 4 of them partially reflect it.

Keywords: Gastronomy, Cultural Identity Theory, Edremit Bay, Food and Beverage Enterprises

önerilen atf/cite this article as

Ürkün, K., & Özgürel, G. (2025). Gastronomi Perspektifinden Kültürel Kimlik Üzerine Nitel Bir Araştırma: Edremit Körfezi-Balıkesir Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 55-79.

*Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalında "Kültürel Kimlik Teorisi Çerçevesinde Edremit Körfezi'ndeki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Gastronomik Açından Değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: kubra.urkunn@gmail.com

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 1, 2025
ss. 55-79

Gönderim : 22.05.2024
1. Düzeltme: 16.09.2024
2. Düzeltme: 27.10.2024
Kabul Tarihi: 05.11.2024

Research Article

Vol 9, No 1, 2025
pp. 55-79

Received : 22.05.2024
Revision1: 16.09.2024
Revision2: 27.10.2024
Accepted: 05.11.2024

GİRİŞ

Kültürel Kimlik Teorisi sosyal bilimlerde önemli bir araştırma alanı olarak görülmektedir. Kültürel kimlik, bireyler ve toplumlar tarafından kendilerini bir grupta ilişkilendirme ve bu grupla özdeşleşme biçimini ifade eder. Bu bağlamda, yiyecek ve içecek işletmeleri, Kültürel Kimlik Teorisi kapsamında önemli bir değerlendirme ortamı sunmaktadır. Yiyecek ve içecek işletmeleri, bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarını, yemek kültürünü ve beslenme tercihlerini yansıtan önemli birer araç olarak kabul edilebilir (Şen & Silahşör, 2018). Bu bağlamda; yiyecek içecek işletmelerinin, toplumların kültürel kimliğinin yansıtılması ve sembolize edilmesinde oynadıkları rollerin Kültürel Kimlik Teorisi temelinde incelenmesi yazarca önemli görülmüş ve incelenmeye değer bulunmuştur. Çünkü yiyecek ve içecek işletmelerinin değerlendirilmesi, kültürel kimliğin çeşitli boyutlarını anlamak için önemli bir yol sunmaktadır. İşletmelerin menülerinde yer alan yemekler, sunum tarzları ve dekorasyonları bir toplumun kültürel kimliğini yansıtan unsurlar olarak görülebilir. Örneğin, bir İtalyan restoranının menüsünde pizza ve makarna gibi tipik İtalyan yemeklerinin bulunması, İtalyan kültürünün bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde bir Türk restoranında sunulan; kebab, ince ekmek (lavaş, yufka vb.), zeytin ürünleri ve yansıtılan kültürü; keşkek, ayran, Türk kahvesi ve çay gibi yerel yiyecek ve içecekler Türk kültürünün önemli bir parçasını temsil etmektedir.

Gastronomi, insanların yeme-içme alışkanlıklarını, beslenme tercihlerini ve yemek kültürlerini inceleyen ve analiz eden disiplinler arası bir alan olarak kabul edilmektedir. Kültürel kimlik ise bireylerin kendilerini bir gruba ait hissetme ve o gruba aidiyet duygusuyla tanımlama biçimi olarak tanımlanabilmektedir. Gastronomi ve kültürel kimlik arasındaki ilişki, bir toplumun yemek tercihleri, yemek hazırlama yöntemleri, yemeklerin sembolik anlamları ve yemekle ilgili ritüeller aracılığıyla ortaya çıkar (Süt, 2019). Bu bağlamda, gastronomik açıdan kültürel kimlik, bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarının ve yemek kültürünün, o toplumun kimlik oluşumunda ve ifade edilmesinde oynadığı önemli role odaklanmaktadır. Gastronomik açıdan kültürel kimliğin; toplumların tarih, coğrafya, iklim, ekonomi, din, göç ve etnik köken gibi çeşitli faktörlerden etkilenen karmaşık bir olgu olduğu görülmektedir. Bir toplumun yeme-içme alışkanlıkları ve yemek kültürü, geçmişten günümüze aktarılan geleneklerin, değerlerin ve normların bir yansımasıdır (Yılmaz & Akman, 2020: 129). Örneğin, bir toplumun tarım geçmişi ve coğrafi konumu, onun hangi tarım ürünlerini yetiştirdiğini ve hangi yiyecekleri tükettiğini belirler. Aynı şekilde, bir toplumun dini inançları ve ritüelleri, yemek hazırlama ve tüketme şeklini etkiler. Toplumların kendilerini ifade etme tarzları ile diğer toplumlardan ayırt edilmelerinde ve kendilerine özgü bir kimlik kazanmalarında etkili olan kültür; gelenekleri, efsaneleri, örf ve adetleri, bilgi birikimleri, değerleri ve yaşam biçimlerinin bileşkesinden oluşmaktadır (Özgürel, 2018: 4895). Gastronomik miras; geleneksel yemek tarifleri, yeme-içme alışkanlıkları, pişirme teknikleri ve yemeğe ilişkin ritüeller gibi çeşitli unsurları kapsar. Bu unsurlar; toplumların tarihini ve kültürel kimliğini yansıtırken, aynı zamanda o toplumun tarih boyunca yaşadığı değişimleri ve etkileşimleri de gösterir. Örneğin; bir ülkenin mutfağındaki çeşitlilik, o ülkenin

tarihindeki göçlerin, istilaların ve ticaretin izlerini taşır ve söz konusu olaylar ülkenin kültürel kimliğini zenginleştirir (Domšić, 2013).

Kültürel kimlik, bireylerin ve toplumların kendilerini tanımlama biçimlerini ve başkalarıyla ilişki kurma şekillerini belirlerken; gastronomik açıdan kültürel kimlik de bu süreçte önemli bir rol oynar. Bir toplumun yemek kültürü, o toplumun benzersizliğini ve farklılığını vurgular. Yemek, beslenme alışkanlıkları ve toplumsal yaşamdaki pratikler toplum üyeleri arasında birleştirici ve aralarındaki bağı güçlendirici etkiler yaratma potansiyeli taşımaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak toplumların yemek kültürü aidiyet bilincini ve grup kimliğini pekiştirir (Chen, 2014: 1). Örneğin topluluklarda yaşayan bireylerin düğünlerde, çeşitli kültürel etkinliklerde ya da dini bayramlarda özel yemekleri, kültürel semboller taşıyan sofrada adaplarıyla tüketmeleri bir taraftan toplumsal aidiyeti bir diğer taraftan da grup kimliğini geliştirmektedir. Böylece birey toplum içerisinde bütünü bir parçası/üyesi olarak birlikte yaşama duygusunu pekiştirir. Ayrıca gastronomik açıdan kültürel kimlik, bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarının ve yemek kültürünün değişim ve dönüşüm süreçlerini de incelemektedir. Göç, ticaret, teknolojik ilerlemeler ve küreselleşme gibi faktörler, bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarını ve yemek kültürünü etkileyerek gastronomik açıdan kültürel kimliğin şekillenmesine katkıda bulunur (Diker & Deniz, 2017: 191). Bu bağlamda, gastronomik açıdan kültürel kimlik incelendiğinde sürekli bir şekilde yeniden tanımlanan ve şekillenen dinamik bir olgu olduğu gözlemlenebilmektedir. Gastronomi perspektifinden kültürel kimlik, aynı zamanda bir toplumun diğer toplumlarla etkileşiminde ve kültürel alışverişinde de önemli bir rol oynar. Kültürel alışveriş, farklı toplumların yemek kültürlerini birbirleriyle paylaşması ve etkileşimde bulunması sürecidir. Bu süreç, göçmenlerin kendi yemek kültürlerini yeni toplumlara taşımaları, ticaret yoluyla farklı mutfakların etkileşimi ve turizm gibi faktörler aracılığıyla gerçekleşebilir (Holton, 2013). Dolayısıyla gastronomi çerçevesinde kültürel kimlik; bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarının, yemek kültürünün ve yemekle ilgili ritüellerin, o toplumun kimlik oluşumunda ve ifade edilmesinde oynadığı önemli role odaklanır. Bu bağlamda; kültürel kimlik, bir toplumun geçmişinden günümüze aktarılan geleneklerin, değerlerin ve normların bir yansımasıdır ve sürekli değişen ve dönüşen dinamik bir olgudur. Ayrıca yiyecek ve içecek işletmeleri, bir toplumun sosyal yapısını ve ilişkilerini de yansıtabilir. Restoranlar, kafeler ve diğer yeme-içme mekanları, insanların bir araya gelerek sosyalleştiği ve etkileşimde bulunduğu önemli alanlardır. Bu mekanların atmosferi, müşteri hizmeti ve diğer hizmetler, bir toplumun sosyal normlarını ve değerlerini yansıtan unsurlar olarak değerlendirilebilir (Tekeli, Yıldırım & Çıtak, 2024).

İstanbul'da Balıkesir kültürünü tanıtmak amacıyla düzenlenen lansmanda Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Başkanı Yücel Yılmaz'ın ilk kez dile getirdiği "Türkiye'yi Doyuran Şehir" unvanı; zengin gıda çeşitliliği ve bölgede bulunan sanayilerin %40'ının gıda sektörüne ait olmasıyla bu unvanın kabul görmesine olanak tanımıştır (Aka, 2024). Zamanla Balıkesir için "Türkiye'yi Doyuran Şehir, Gastronomi Şehri" gibi unvanları lansmanlarda, toplantılarda, röportajlarda kurumsal makamların kullanması kabul görüldüğünü göstermektedir (T.C. Balıkesir Valiliği, 2016). Edremit

Körfezi (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran) coğrafi konumu, somut ve somut olmayan kültürel değerleri, doğal çekicilikleri, zengin gastronomik ürünleriyle özellikle yaz döneminde turistlere ve ziyaretçilere ev sahipliği yapmaktadır. Aynı zamanda Edremit Körfezi, Türkiye'nin batı sahil şeridinde yer alan ve Ege Denizi'ne kıyısı bulunan önemli bir coğrafyadır. Zeytin ağaçlarının yoğun olarak yetiştiği, verimli topraklara sahip olan körfez, Türkiye'nin en önemli zeytin üretim merkezlerinden biridir. Çeşitli ve kaliteli tarım ürünlerinin yetiştirildiği bir coğrafi alan olan Edremit Körfezi, doğal güzellikleriyle de dikkat çeker. Körfezin etrafı, yemyeşil dağlar ve masmavi deniz manzaralarıyla çevrilidir, bu da bölgeyi doğa turizmi için cazip hale getirir. Edremit Körfezi'nin gastronomisi de bölgenin önemli bir özelliğidir. Zeytinyağlı yemekler, deniz ürünleri ve yöresel tatlılar, bölgenin geleneksel mutfak kültürünü yansıtır. Özellikle zeytinyağı, coğrafi işaretli ürünler arasında yer alır ve bölgenin damak tadını belirleyen önemli bir unsurdur (Yalın, 2020). Edremit Körfezi'nde yetiştirilen ürünler, coğrafi işaret olarak öne çıkmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı, Edremit Körfezi'nin gastronomik kimliğinde önemli bir yer tutmaktadır. Zeytin ağaçlarının verimli topraklarda yetişmesi ve Akdeniz ikliminin etkisiyle kaliteli zeytinler ve farklı aromatik yapısıyla dikkat çeken zeytinyağları elde edilmektedir. Edremit Körfezi'nin zeytinyağı, ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmaktadır ve tercih edilen coğrafi işaretli bir ürün olarak bilinmektedir (Polat, 2017). Bunun yanı sıra, Edremit Körfezi çevresinde yetiştirilen diğer ürünler de gastronomi açısından önemlidir. Bu ürünler, yöresel yemeklerin hazırlanmasında kullanılarak Edremit Körfezi'nin zengin gastronomik mirasını oluşturmaktadır. Edremit Körfezi'nin gastronomisi, zengin bir kültürel birikimin ürünüdür ve yöreye özgü lezzetlerle öne çıkmaktadır. Yöresel yemeklerde genellikle zeytinyağı, zeytin ve taze sebzeler kullanılmaktadır. Özellikle zeytinyağlı yemekler, Edremit Körfezi'nde geleneksel Ege Mutfağı izleri taşıyan, nefaseti ile gastronomik deneyimleri zenginleştiren önemli bir bileşendir. Bölgenin zengin deniz ürünleri ve doğal tarım ürünleri, yöresel mutfağın ürün çeşitliliğini ve lezzet yelpazesini genişletmektedir. Söz konusu özellikleriyle Edremit Körfezi, gastronomi turizmi açısından da önemli bir destinasyon olarak değerlendirilmektedir (Ataman, 2018). Balıkesir'de coğrafi işaretli, 11 menşe adlı ve 23 mahreç işaretli toplamda 34 ürün bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024). Bunlardan 16 tanesi Körfez bölgesindedir. Edremit Körfezi'nde; "Ayvalık Karadiken, Ayvalık Lor Tatlısı, Ayvalık Sakızlı Kurabiye, Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Dügün Çorbası, Balıkesir Kuzu Kokoreci, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Balıkesir Kaymaklısı, Balıkesir Kuzu Eti, Balıkesir Manda Kaymağı, Burhaniye Zeytinyağı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Edremit Zeytinyağı, Havran Mandalinası ve Havran Siyah İnciri" coğrafi işaretli bölgede üretilen ürünlerindedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024). Sonuç olarak yiyecek ve içecek işletmelerinin kültürel kimlik üzerindeki etkisi, Kültürel Kimlik Teorisi açısından önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Bu işletmelerin menülerinden, atmosferlerine kadar birçok unsuru, bir toplumun kimlik oluşumunda ve ifade edilmesinde etkili rol oynamaktadır. Yiyecek ve içecek işletmelerinin kültürel kimlik üzerindeki etkisini anlamak ve açıklamak için Kültürel Kimlik Teorisi temel bir dayanak oluştururken bir

diğer taraftan teoriyi genişletmenin, yeni bir bakış açısı kazanmanın perdesi de aralanabilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Kültürel Kimlik

Kültürel kimliğin; bireylerin bir topluma aidiyet duygusuyla birlikte, o toplumun tarihini, geleneklerini, değerlerini, dilini, sanatını, dinini ve diğer kültürel unsurlarını benimsemesi ve paylaşmasıyla şekillendiği bilinmektedir. Buradan hareketle kültürel kimliğin; bir kişinin kendini tanımlama biçimiyle ve çevresiyle etkileşim içindeki kimliğiyle yakından ilişkili olduğu söylenebilir (Fawziah, 2020: 13). Kültürel kimlik; bireyler ve gruplar arasında, kültürel geçmişleri ve atmosferleriyle ilişkili ortak bir kültürün doğrulanmasını vurgulamaktadır (Tian, Wang, Law & Zhang, 2020). Bireylerin kültürel kimlikleri; doğdukları veya büyüdükleri toplumun kültürel unsurlarını öğrenerek, yaşayarak ve içselleştirerek oluşmaktadır. Kültürel kimlik; bir toplumun tarihî, coğrafi, sosyal ve kültürel arka planını yansıtırken, aynı zamanda farklılıkları ve çeşitliliği de içerir. Bu nedenle; kültürel kimlik, bireylerin benzersizliğini ve toplumların çeşitliliğini vurgularken, aynı zamanda birlik ve beraberlik duygularını da pekiştirir. Kültürel kimlik, bir toplumun kolektif hafızasının bir parçasıdır ve söz konusu toplumun kültürel mirasının devamlılığını sağlar. Toplumun kültürel kimliği; dil, gelenekler, sanat, müzik, edebiyat, yemek kültürü ve diğer kültürel unsurlar aracılığıyla ifade edilir. Söz konusu kültürel unsurlar; o toplumun geçmişteki deneyimlerini, değerlerini ve inançlarını yansıtarak, bir toplumun kendine özgü bir karaktere sahip olmasını sağlar (Proshansky, Fabian & Kaminoff, 1978: 78). Aynı zamanda toplum üyeleri arasında bir bağ oluşturan kültürel kimlik, toplum dışındaki dış dünyaya da kimliğini ve varlığını tanımlama imkânı sunar. Bu nedenle; kültürel kimlik, bireylerin kimlik duygusu ve toplumların birlik ve dayanışma duyguları üzerinde derin bir etkiye sahiptir. “Biz” olmayı sağlayan kültürel kimliğin, yerelde topluluk duygusunu, yer aidiyetini, yer kimliğini ve mekânsal vatandaşlığı güçlendirme potansiyeli taşıdığı söylenebilir. Topluluk duygusu, bireylerin içinde yaşadıkları toplum ya da toplulukla bağlantı kurdukları, birlikte olmanın yarattığı duygusal durumdur. Dolayısıyla üyelerin birliktelikleri ile “biz” olma durumu, daha açık ifadeyle topluluk duygusu ile kültürel kimlik arasında karşılıklı ve yakın bir ilişki olması kaçınılmaz görünmektedir. Yer aidiyeti, gündelik yaşam rutinlerinin yaşandığı fiziksel çevreden ziyade, o çevrede oluşan güçlü sosyal ve kültürel ilişkiler ile zaman içinde oluşmaktadır (Jorgensen & Stedman, 2001). Kültürel kimlik ile ilişkilendirilebilen, gastronomi temeline dayanan unsurlar arasında yer alan; otantiklik, yöresel yemekler, coğrafi işaretli ürünler gastronomik kimlik olarak ele alınabilir. Özcan (2019) yüksek lisans tezinde İzmir’de düzenlenen festivalleri kültürel kimlik ve aidiyet açısından incelemiştir. “Alaçatı Ot Festivali ve Uluslararası Bayındır Çiçek Festivali” olmak üzere 2 festival üzerinden araştırmasını yapan Özcan, festivallerde; bölgede yetişen ürünlerin (çeşitli otlar ve çiçekler) baz alındığı, kültürel kimlik öğelerinin yer aldığı ve aidiyet duygusunu desteklediği sonuçlarına ulaşmıştır. Ning, Xiao-zhen & Ying-zhi (2022), Çin’de yer alan Wutai

bölgesinde, “kültürel kimlik, mekân bağlılığı ve turist sadakati” arasındaki ilişkiyi Biliş-Duygu-Niyet Teorisi çerçevesinde inceleyerek ampirik bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırmacılar; kültürel kimliğin turist sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu, kültürel kimliğin mekâna bağlılığı açısından kısmen etkili olduğu, mekâna bağlılığın kültürel kimlik ve turist sadakati arasındaki bağlantıda kısmen aracı olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Kültürel Kimlik Teorisi

Kültürel Kimlik Teorisi ilk olarak 1950’li yıllarda Amerikalı psikanalist Erik Erikson’ın ortaya attığı, ilgili literatürde yüksek düzeyde önem atfedilen bir teoridir. Teoriye göre; belirli bir ulusal toplulukta uzun vadede bir arada yaşamını sürdüren topluluk üyelerinin meydana getirdiği, ulus için önemli derecede anlam ifade eden birtakım şeylerin olumlu olarak tanıtılmasını sembolize etmektedir (Liang, 2024).

Kültürel Kimlik Teorisi, sosyal bilimlerde kültürel çeşitliliğin ve kimlik oluşumunun anlaşılmasına odaklanan bir çerçeve sunar. Teori; bireylerin ve grupların kültürel kökenleri, değerleri, inançları ve pratikleri üzerinden kimliklerini nasıl tanımladıklarını açıklar (Nar, 2019: 73). Bilgin & Oksal (2018: 86) çalışmalarında Kültürel Kimlik Teorisi’nin; “kimlik oluşumunun sosyal, kültürel ve tarihsel bağlamlarını vurgulayan ve bireylerin kimliklerini sürekli olarak yeniden inşa ettikleri dinamik bir süreç olarak ele aldığını ifade etmektedirler. Usborne & Sablonnière’ye (2014) göre teori, kültürel kimliğin çok boyutlu olduğunu ve birden fazla kimlik unsuru içerebileceğini kabul eder. Bireyler; etnik kökenleri, dilleri, dinleri, cinsiyetleri, yaşları, sosyal sınıfları ve diğer faktörleri üzerinden kimliklerini belirlerken, aynı zamanda çeşitli kimlikler arasında geçiş yapabilirler. Kültürel Kimlik Teorisi, bireylerin kimliklerinin karmaşık ve çok katmanlı olduğunu ve zamanla değişebileceğini vurgular.

Kültürel Kimlik Teorisi, kimlik oluşumunda etkili olan çeşitli faktörleri de ele alır. Söz konusu faktörler arasında; aile, eğitim, medya, toplumsal normlar, siyasi yapılar ve ekonomik koşullar yer alabilir. Kültürel kimlik, yukarıda ifade edilen çevre ve kültür karakteristiğinin etkileşimi ile şekillenir ve belirli bir toplum veya kültür içinde benzersiz bir kimlik oluşturur (Ward, Szabó & Ng Tseung-Wong, 2024). Kültürel kimliği, “verilmiş kültürel kimlik” ve “kazanılmış kültürel kimlik” kategorilerine ayırarak incelemek mümkündür. Verilmiş kültürel kimlik, bireyin doğduğu toplumda edindiği kimlik olarak tanımlanırken; kazanılmış kültürel kimlik ise bireyin kendi iradesiyle seçtiği kültürel kimliği olarak açıklanmaktadır (Yurdusev, 1997).

Kültürel Kimlik Teorisi, kültürel kimliğin toplumsal süreçlerle nasıl ilişkili olduğunu vurgular. Bireyler; toplumlarındaki sosyal yapılar, kültürel pratikler ve değerler üzerinden kimliklerini belirlerken, aynı zamanda toplumun tarihi, coğrafyası ve siyasi ortamı da kimlik oluşumunu etkiler. Bu nedenle; Kültürel Kimlik Teorisi, kimlik oluşumunu bireysel deneyimlerin ötesinde toplumsal bir fenomen olarak ele alır (Gupta, Thakur, Stephen, Rani, Ramchandra Panse & Singh, 2024). Sonuç olarak; Kültürel Kimlik Teorisi, bireylerin ve grupların kimliklerini kültürel bağlamlar içinde hem inşa hem de ifade ediş biçimlerinin anlaşılmasına yardımcı olan kapsamlı bir

çerçeve sunar. Tıpkı kültür gibi Kültürel Kimlik Teorisi de kimlik oluşumunun dinamik ve kesintisiz işleyen bir süreç olduğunu ve kültürel kimliğin çok boyutlu doğasını vurgular (Urieta & Noblit, 2018).

Gastronomik Kimlik

Yemek-Kültür-Kimlik kavramlarının arasındaki bağlantı toplumlar arası değişkenlik göstermektedir. Gastronomik kimlik, bir bölgenin mutfak kültürü oluşumunu incelemeye olanak sağlamaktadır (Töre Başat, Sandıkçı & Çelik, 2017). Harrington (2005) tarafından gastronomik kimlik olgusu kapsamlı olarak tanımlanmıştır. Araştırmacı gastronomik kimliğin, bir destinasyonun yiyecek-içecek sektörüne ilişkin özelliklerini kapsadığını vurgulamıştır. Harrington çalışmasında gastronomik kimliği, “çevre” ve “kültür” olarak iki ana tema altında incelemektedir. Araştırmacı; çevre ana temasının, “coğrafya, iklim, mikro iklimler, yöreye ait ürünler ve yeni ürünlerin yöreye uyumu” olmak üzere beş alt temadan oluştuğunu ifade etmektedir. Harrington’a (2005) göre kültür ana teması ise “tarih, etnik çeşitlilik, deneme yanılma, gelenekler, inançlar ve değerler” alt temalarından oluşmaktadır. Araştırmacının yaklaşımıyla; bölgelerin mevcut çevre ve kültür karakteristiğinin yöre mutfağını, gastronomik kimliği ve tümevarımsal bir bakış açısıyla kültürel kimliği etkilediği görülmektedir. Hem kültür ve çevre karakteristiğinin hem de bölge mutfağının “lezzet yapısı, sofraya düzeni ve yemek reçeteleri”nin destinasyonun gastronomik kimliğinin şekillenmesinde ve kültürel kimliğin oluşturulmasında yüksek düzeyde etki yaratma potansiyeli barındırdığı bilinmektedir (Harrington, 2005: 133). Bir yörenin mutfak ve sofraya kültürüyle birlikte o yörede hem üretimi yapılan hem de yörenin kendine has sunum yöntemi ile tüketime hazır hale getirilen gastronomi ürünleri, yöre karakteristiğini ortaya koyar ve gastronomik kimliğini meydana getirir (Bekar & Karakulak, 2017: 156). Gastronomik kimlik holistik bir bakış açısıyla gastronomi ve turizm disiplinlerince ele alınmaktadır ve kültürel, sosyal, ekonomik yönleriyle ilgili literatür genişletilmeye devam etmektedir. Turizm destinasyonlarında giderek artan sayıdaki ziyaretçinin yerel mutfaka ilgisi gerek gastronomi gerekse turizm disiplinlerince yapılan araştırmalar ve bunlara ek olarak destinasyonların kendine has karakteristiğini ortaya koydukları kimliklerini çok yönlü ele almayı gerekli kılmıştır (Çalışkan, 2013: 39).

Gastronomik ve Kültürel Kimlik İlişkisi

Bir toplumun yemek alışkanlıkları, yeme-içme kültürü ve gıda tercihleri gibi gastronomik unsurları, söz konusu toplumun kültürel kimliğini şekillendirmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere gastronomik kimlik kavramı Harrington (2005) tarafından tanımlanmış ve bir destinasyonun yiyecek-içecek sektörüne ilişkin özelliklerini kapsadığı vurgulanmıştır. Harrington’ın Gastronomik Kimlik Modeli’nde bulunan ana ve alt temaların, bölge mutfağındaki “lezzet yapısı, sofraya düzeni ve yemek reçetelerinin” bölgenin gastronomik kimliğinin şekillenmesinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Harrington, 2005: 133). Hjalager & Richards (2002), bir bölgede turistlerin tüketimine sunulan gastronomik ürünlerin dört ayrı kategoride değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu sınıflandırmaya göre ilk kategori,

“yerel gelişim aşaması” şeklinde adlandırılmaktadır ve gastronomik ürünlerin direkt olarak turizm sektöründe kullanılmasını ifade etmektedir. Bu kategoriye turistik destinasyonların pazarlarda satışa sunduğu sebzeler ve meyveler örnek verilebilmektedir. İkinci kategori, “yatay gelişim aşaması” olarak ifade edilmektedir ve yerel gastronomiye ait ürünlerin belirli bir kaliteyle, belli bir standartla üretilmesi ve tüketime hazır hale getirilmesini içermektedir. İkinci kategoriye; “peynir, zeytinyağı ve şarap” gibi ürünler örnek gösterilebilmektedir. Üçüncü kategori, “dikey gelişim aşaması” olarak adlandırılmaktadır ve yerel gastronomik ürünün farklı bir turistik ürünle birleştirilerek turiste sunulmasını içermektedir. Dikey gelişim kategorisine örnek olarak, yiyecek içecek üzerine yapılan festivaller ve turistik turlarda peynir, şarap, zeytinyağı gibi gastronomik ürünlerin imalatının yapıldığı mekanların gezi programlarına eklenmesi gösterilebilmektedir. Son olarak dördüncü kategori, “çapraz gelişim aşaması”dır ve yeni gastronomik ürünlerin üretilmesi ve aşçılara yerel yiyecekler ile ilgili bilgilendirme yapılması gerekliliğini içermektedir. Çapraz gelişim aşamasına; ürün medya merkezleri kurulması, yerel gastronomik değerler üzerine kurslar düzenlenerek yeni ürünlerin ortaya çıkarılmasına ilişkin çalışmalar yapılması örnek gösterilebilmektedir (Nebioğlu, 2017). Gastronomik kimliğin turizm ve gastronomiyi kültürel, sosyal, ekonomik vb. faktörleri gözeterek ele alması, sahip olunan gastronomik kimliğin oluşum sürecinde yerel yiyecek içecek faaliyetlerince doğrudan etkilenmesinden kaynaklanmaktadır (Karakulak, 2016: 1). Bölgelerin gastronomik kimliklerinin çevre ve kültür olmak üzere iki temel yapı taşına dayanması, kültürel kimliğin de şekillenmesinde aynı temele dayanması aralarındaki bağın gücünü ve ayrılmazlığını göstermektedir. Çünkü, bir taraftan gastronomik kimlik bir bölgenin mutfak kültürü oluşumunu incelemeye olanak sağlamakta, (Töre Başat vd., 2017) bir diğer taraftan kültürün temel unsurlarından olan kimliği şekillendirmektedir.

YÖNTEM

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma; disiplinler arası bütüncül bakış açısının temel kabul edilerek, çalışmanın problem durumunun yorum katılarak incelendiği ve değerlendirildiği bir yöntemdir (Karataş, 2015: 63). Araştırma kapsamında, Edremit Körfezi’nde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yetkilileri ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın ana ve alt amaçları doğrultusunda Edremit Körfezi’nin Balıkesir iline bağlı ilçelerinde (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran) bulunan yiyecek içecek işletmesi yetkililerinin görüşleri hem de işletmelerin menü içerikleri, sundukları atmosfer ve bölge kültürel kimliğinin temsilleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma evrenini oluşturan Ayvalık, Burhaniye, Edremit ve Gömeç ilçeleri denize kıyısı olan ilçeler iken Havran gerek coğrafi konumu ve tarihsel bağı gerek bölge kültürünü yansıttığı düşünülen değerleri gerekse gastronomik zenginlikleri göz önünde bulundurularak araştırma alanına dahil edilmiştir. Araştırmanın iç geçerliliğini sağlamak amacıyla, görüşmelerde araştırmacı tarafından alınan notlar katılanların onayına sunulmuş, ifadelere verdikleri cevapları gözden geçirmeleri sağlanmıştır. Bu bağlamda yanlış anlaşılmanın, eksik-yetersiz kalabilecek verilerin önüne geçilmek istenmiştir. Dış

geçerliliği sağlamaya ilişkin olarak analitik açıdan bir genelleme yapılmış ve kültür, kimlik, kültürel ve gastronomik kimlik ilişkisi ortaya konmuştur. Yapılan çalışma kapsamında izlenen tüm süreç okuyucuya detaylı olarak sunulmuş, bu çalışmadan sonra yapılacak araştırmalar için kılavuzluk edebilecek özellikte olması sağlanmaya çalışılmıştır. Ek olarak sahada çekilen fotoğraflar ve elde edilen veriler özgünlüğü korunarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Araştırmanın nitel verilerinin evreni, "Tripadvisor" platformunda yer alan Edremit Körfezi'nin Balıkesir'e bağlı ilçelerinde (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç ve Havran) bulunan yiyecek içecek işletmeleridir. Araştırmacı tarafından ulaşılabilen ve yüz yüze görüşmeyi kabul eden, yöresel yiyecekler sunan 15 işletme araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Nitel araştırmanın saha çalışması; Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç ve Havran ilçelerinde 09.10.2023-03.04.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış soru formunun hazırlığında; turizm literatürü taranarak araştırma soruları oluşturulmuştur. Akabinde hazırlanan sorular, alanında uzman beş akademisyenin görüşleri alınarak, 6 adet demografik soru ve 10 adet yarı yapılandırılmış araştırma sorusunu içeren görüşme formuna dönüştürülmüştür. Görüşme sorularında tek bir doğrunun olmadığı savunulduğundan, araştırmacılar ve görüşmeciler arasında makul bir "anlayışa ve kavrayışa" ulaşabilmek için ön hazırlık olarak araştırmacıya rehberlik edebilecek sorular hazırlanması ve görüşme esnasında soruların anlaşılmasında gibi durumlarda soruların tekrardan düzenlenebilmesi avantajlarıyla çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır (Polat, 2022). Nitel görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. Tümevarımcı bir analiz olan içerik analizi, "değişkenler veya temalar arasındaki tutarlı kalıpları ve ilişkileri belirlemek için nitelikli bir metinsel veriyi benzer gruplara veya kavramsal kategorilere sınıflandırma işlemi" olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, Çokluk & Köklü, 2018). Bir diğer tanımlamaya göre içerik analizi, sistematik ve tarafsız olarak metin içerisinde bahsi geçen değişkenlerin tanımlanmasıdır (Koçak & Arun, 2013). Böylelikle görünürde açık olmayan bir konu, durum, olay veya görüş hakkında olanaklı, görünür çıkarımlar yapmak mümkün hale gelmektedir. Çalışmada içerik analizi altı aşamada gerçekleştirilmiştir. Sırasıyla; (a) problemin saptanması ve içerik belirleme, (b) örneklem seçimi, (c) çözümleme birimlerinin belirlenmesi, (d) kodlama cetvelinin oluşturulması, (e) kodlama cetvelinin sınanması ve güvenilirliğinin ölçülmesi ve (f) verilerin çözümlenmesi işlemleri gerçekleştirilmiştir (Metin & Ünal, 2022).

Saha araştırmasında, yerinde yapılan gözlemlerde, menü içerikleri incelenmiştir. Menülerin mevsimsellik etkisi altında kaldığı ve taze olarak temin edilen çeşitli ot ve organik bitkilerin mevsiminde pişirilerek menü içeriklerine dahil edildiği tespit edilmiştir. Bölgeye ziyaretçi akışlarının yoğun olduğu yaz aylarında sunulan ürün çeşitliliğinin ve üretim miktarlarının arttığı yapılan görüşmelerde tespit edilmiştir.

BULGULAR

Edremit Körfezi'nde faaliyete devam eden yiyecek içecek işletmeleri ile ilgili demografik bilgiler ışığında Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Edremit Körfezi Yiyecek İçecek İşletmelerine İlişkin Demografik Bulgular

	Verilen Kod	İşletme Adı
Görüşme Yapılan İşletmeler	K1	Adab Mutfak (Ayvalık)
	K2	Ayna Yeme İçme Oturma Yeri (Ayvalık)
	K3	Cafe Caramel (Ayvalık)
	K4	Karadeniz Pastanesi Cunda (Ayvalık)
	K5	Lal Girit Mutfağı (Ayvalık)
	K6	Karakaş Otel-Restaurant-Cafe Bar (Burhaniye)
	K7	Otantik Gözleme Evi (Burhaniye)
	K8	Cumhuriyet Lokantası (Edremit)
	K9	Edremit Bahar Lokantası (Edremit)
	K10	Hasret Pide Kebap Salonu (Gömeç)
	K11	Kardeşler Boşnak Börek Salonu (Gömeç)
	K12	Meriçler Restoran (Gömeç)
	K13	Meşhur Köfteci Ünal (Gömeç)
	K14	Dr. Yağcı Kahvaltı Restoran (Havran)
	K15	Nermin Hanım Zeytinliği (Havran)
İşletmenin Faaliyet Süresi	1 yıldan az	1 (K11)
	1-5 yıl arası	2 (K14, K15)
	6-10 yıl arası	2 (K1, K9)
	11-15 yıl arası	2 (K3, K12)
	16 yıl ve üzeri	8 (K2, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K13)
İşletme Yetkilisi/Görüşme Yapılan Kişi	İşletme Sahibi	10 (K1, K2, K3, K4, K5, K7, K9, K11, K12, K13)
	İşletme Müdürü	1 (K14)
	Mutfak Şefi	4 (K6, K8, K10, K15)
Öğün Menüleri	Kahvaltı	8 (K4, K6, K7, K8, K9, K10, K14, K15)
	Öğle Yemeği	12 (K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10, K12, K13, K14, K15)
	Akşam Yemeği	10 (K1, K2, K5, K6, K8, K10, K12, K13, K14, K15)
	Brunch	2 (K14, K15)
Fiyatlandırma ve Sunum Şekillerine Göre Menü	Diğer (Pastane, 3 (K4, K11; K15) Boşnak Böreği ve Ribitsa, Protokol ve Toplu Yemek)	
	Alakart Menü	10 (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K10, K12, K14, K15)
	Dönüşümlü Menü	1 (K9)
	Günün Menüsü	4 (K2, K6, K8, K9)
	Fix Menü	7 (K6, K7, K8, K11, K13, K14, K15)
Farklı Beslenme Türleri Sunma	Banket Menü	1 (K6)
	Vejetaryen	12 (K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K14, K15)
	Vegan	10 (K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K14, K15)
	Diğer Hastaları, Duyarlılığı) (Çölyak3 (K6, K8, K15) Glüten)	

Aşağıda Tablo 2’de “Yiyecek İçecek İşletmesi Yetkililerinin Edremit Körfezi Gastronomi Temelli Kültürel Kimliğine İlişkin Görüşlerini” içeren bulgular tematik gruplandırma yapılarak, frekans ve yüzdeleri hesaplanarak sunulmuştur. Bulgular değerlendirildiğinde 410 kod, 13 alt tema ve 4 ana tema altında toplanmıştır. Ana temalar; “Edremit Körfezi’nin Gastronomi & Kültür Ekseninde Algılanışı (f=96)”, “Edremit Körfezi’nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri (f=78)”, “Edremit Körfezi’nde Tercih Edilen Ürünler (f=32)” ve “Edremit Körfezi Kültürel Kimliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Temsilleri (f=204)” olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 2. Yiyecek İçecek İşletmesi Yetkililerinin Edremit Körfezi Gastronomi Temelli Kültürel Kimliğine İlişkin Görüşleri

Ana Temalar	f	%	Alt Temalar	f	%	Kodlar	f	%						
Edremit Körfezi’nin Gastronomi & Kültür Ekseninde Algılanışı	96	23,41	Bölge Gastronomisine İlişkin Algılar	49	11,95	Coğrafi İşaretli Ürün Zenginliği [K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15]	3,41							
						Gastronomik Miras Sahipliği [K1, K2, K3, K4, K5, K9, K13, K14]	1,95							
						Gastronomi Merkezi Olma [K2, K4, K5, K6, K8, K9, K13]	1,70							
						Yeme-İçme Kültürü (Ot, Meze Kültürü) [K1, K2, K3, K5, K6, K8, K9]	1,70							
						Kültürel Çeşitlilik [K1, K2, K3, K9, K13, K14]	6	1,46						
						Otantiklik Algısı [K1, K2, K5, K14]	4	0,97						
						Kaliteli Ürünler [K1, K9, K14]	3	0,73						
			Bölge Mutfağı Kültürünü Oluşturan Lezzetler	47	11,46	Yöresel Zeytinyağlılar (Taze Fasulye, Horoz Fasulye, Enginar, Bamya, Kereviz, Melki, Kuzu Göbeği Mantarı/Göbelek vb.) [K1, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10]	8	1,95	Yöresel Et Yemekleri (Keşkek, Ciğer Sarma, Papaz Yahni/Çömlek Kebabı, Kuzu Göveci, Kuzu Haşlama, Kuzu Kapama, Sebze Kebabı, Koyun/Kuzu Etli Akkız-Şevketi Bostan, Kuzu Etli Arapsaçı, Tandır, İskender, Tas Kebabı, Karnıyarık) [K1, K3, K4, K7, K8, K9, K13]	7	1,70			
												Yöresel Tatlılar (Höşmerim, Lor Tatlısı) [K3, K4, K10, K11, K13, K15]	6	1,46
												Yöresel Deniz Ürünleri (Papalina, Körfez Levreği, Yerli Kalamar/Sübye İslı Uskumru, İslı Levrek) [K1, K2, K3, K6, K8]	5	1,21
												Yöresel Mezeler (Deniz Fasulyesi, Deniz Börülcesi, Fava, Kabak Çiçeği Dolması, Lakerda) [K1, K2, K4, K5, K6]	5	1,21
												Yöre Meyvelerinden Reçeller (Mandalina, Portakal Kabuğu, Biber, Şeftali Reçeli) [K1, K2, K5, K9, K15]	5	1,21
												Yöresel Hamur İşleri (Mantı, Balıkesir Mantısı, Patoblika, Karides Mantısı) [K3, K6, K8, K11]	4	0,97

Edremit Körfezi'nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri	78	19,02	32	7,81	Bölgede Yetiştirilen Ürünler	Yöresel İçecekler (Koruk Suyu, Karadut Suyu, Limonata, Havran Çiftliği Ayran) [K3, K5,3 K13]	0,73
						Yörede Yapılan Izgara & Fast Food vb. (Havran Köftesi, Havran Burger) [K12, K14]	0,48
						Yöresel Çorbalar [K1]	0,24
						Yörede Öne Çıkan Soslar (Nar Ekşisi) [K15]	0,24
	31	7,56	Bölgenin Mutfak Karakteristiği	Tarım Ürünleri (Zeytin, Zeytinyağı, Cunda Enginarı/Enginar, Bamya, Çakıl Fasulye, Domates, Kereviz, Taze Fasulye, Havran14 Mandalinası) [K1, K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15]	3,41		
				Yöresel Otlar/Yeşillikler (İzvinnye/Yabani Kuşkonmaz, Kekik [K1, K2, K3, K5, K7, K8, K9, K13, K14])	2,19		
				Hayvansal Ürünler (Kuzu Eti, Peynir, Lor Peyniri, Saganaki) [K1, K3, K4, K6, K9, K10, K12, K14, K15]	2,19		
				Türk Mutfağı [K1, K3, K7, K8, K9, K10, K12, K13, K14, K15]	2,43		
				Girit Mutfağı [K1, K2, K4, K5, K6, K7, K8]	1,70		
				Akdeniz Mutfağı [K2, K3, K5, K9, K10, K15]	1,46		
Batı Mutfağı [K3, K4, K15]				0,73			
10	2,44	Bölgenin Coğrafi Konumu	Osmanlı Mutfağı [K1, K8]	0,48			
			Doğu Mutfağı [K15]	0,24			
			Boşnak Mutfağı [K11]	0,24			
4	0,97	Bölgenin Tarihi	Yunan Mutfağı [K5]	0,24			
			Tarih [K1, K2, K8, K9]	0,97			
1	0,24	Bölgenin İklimi	Edremit Körfezi Konumu [K1, K2, K4, K6, K7, K8, K9, K10, K14, K15]	2,43			
			İklim [K9]	0,24			
Edremit Körfezi'nde Tercih Edilen Ürünler	32	7,81	32	7,81	İşletmelerde Öne Çıkan Ürünler	Etli Yemekler/Sakatatlar (Papaz Yahnisi, Sura, Keşkek, Kokoreç, İskender, Kuzu/Oğlak Eti Yemeği, Ciğer Sarma, Karnıyarık, İşkembe Yahni, Kuzu Tandır, Tereyağlı yaprak Ciğer, Kuzu Etli Arapsaçı, Kuzu Etli Akkız, Kuzu Etli Enginar [K1, K8, K9, K15])	0,97
						Mezeler (Fava, Manca, Şakşuka, Kabak Çiçeği Dolması, Kızarmış Keçi Peyniri (kadayıflı), Melki [K1, K5, K6, K9])	0,97

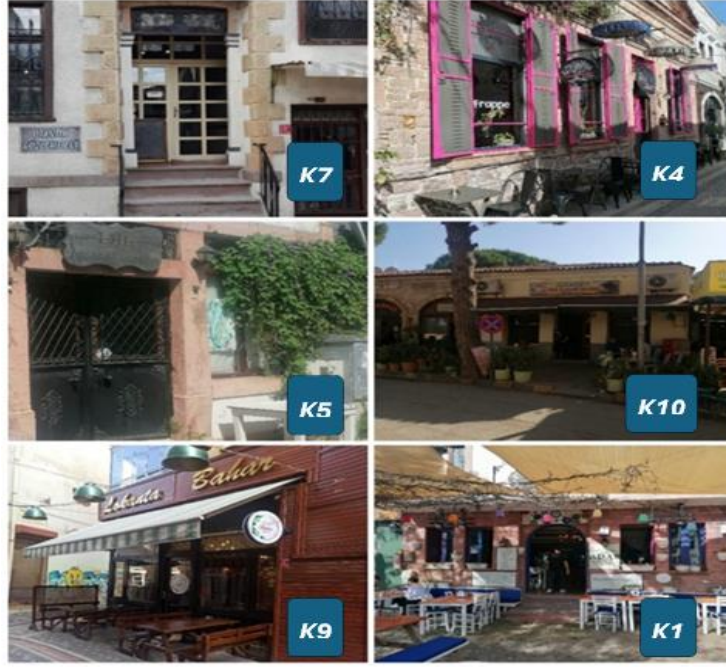
		Izgaralar (Köfte, Nermin Hanım Köftesi, Havran Köfte) [K10, K13, K14, K15]	4	0,97
		Hamur İşleri (Mantı, Patlıcanlı Kol Böreği, Ev Böreği, Boşnak Böreği/Ispanaklı-Etli vb. [K3, K4, K7, K11]	4	0,97
		Zeytinyağlı Yemekler (Taze Fasulye, Horoz Fasulye, Enginar, Bamya, Kereviz, Melki, Kuzu Göbeği Mantarı/Göbelek vb. [K1, K6, K9]	3	0,73
		Salatalar (Deniz Mahsulleri, Deniz Otları, Yeşillikler) [K1, K2, K6]	3	0,73
		Tatlılar (Höşmerim, Lor Tatlısı, Lor Kurabiyesi, Sakızlı Kurabiye, Cunda Special Kurabiyesi, Ev Baklavası [K3, K4, K8]	3	0,73
		Pilavlar (Şımarık, Tereyağlı) [K2, K5]	2	0,48
		Süt Ürünleri (Koyun Yoğurdu) [K8, K13]	2	0,48
		Pide/Kebap Çeşitleri [K10, K12]	2	0,48
		Deniz Ürünleri (Midye, Karides, Çiroz, Hamsi, Sardalye, Lakerda, Çıtır Levrek, Levrek Kavurma, İslı Levrek, İslı Uskumru [K6]	1	0,24
		Yörenin Zeytin ve Zeytinyağları [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15]	13	3,42
		Zeytinyağlılar (İzvinya, Enginar Dolması, Bamya, Ispanak, Meyveli Boşnak Fasulyesi, Çakıl Fasulye, Yaprak Sarması, Ada Otları, Mücveri, Peta Peynirli Musakka) [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K15]	11	2,68
	29,51	Et Yemekleri (Kuzu Etli Enginar, Etli Nohut, Keşkek, Lahana Sarması, Pazı Dolması, Göveçte Kuzu Eti, Kuzu Ciğer Sarma, Sura, Köfte, Kekikli Kuzu, Kokoreç, Tandır, Dalyan Köfte, Kuzu Haşlama, Havran Köftesi, İskender, Girit Usulü Limon Soslu Tavuk) [K1, K2, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K13, K14, K15]	11	2,68
204	49,76	Yöresel Tatlılar (Karabaş Otlı Dondurma, Höşmerim, Zeytinyağlı Ev Baklavası, Damla Sakızlı-Bademli Ev Baklavası, Dibile/Dible Tatlısı, Küllü Kalburabastı, Revani, Süt Helvası, Lor Tatlısı, Bademli Muhallebi, Sakızlı Sütlaç) [K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K13, K14]	10	2,43
		Yöresel Sebzelerden Turşular [K1, K2, K6, K8, K9, K12, K14, K15]	8	1,95
		Mezeler (Koruk Soslu Yaprak Sarma, Şakşuka, Deniz Börülcesi, Deniz Fasulyesi, Lakerda, Hamsi Turşusu, Kabak Çiçeği Dolması, Fava, Manca, Girit Kabağı Dolması, Frik Ezme, Ponos, Kabak Çiçeği Kızartması, Börülce Piyazı, Mantar) [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10]	8	1,95

			Yöresel Süt Ürünleri (Pete Peyniri, Ezine Peyniri, İzmir Tulum Peyniri, Sepet Peyniri, Saganaki, Keçi Peyniri, Yerel Peynir Tabağı, Kuru Lor, Koyun Yoğurdu) [K1, K2, K4, K6, K8, K12, K13, K14]	8	1,95
			Yöresel İçecekler (Koruk Suyu, Karadut Suyu, Ev Yapımı Limonata, Reyhan Şerbeti, Mürver Çiçeği Şerbeti, Havran Çiftlik Ayranı, Yayıklık Ayranı) [K1, K2, K3, K4, K7, K10, K14, K15]	8	1,95
			Hamur İşleri (Gözleme, Boşnak Böreği, Ribitsa/Boşnak Mantısı, Patlıcanlı Börek, Kapak/Kapaktan Kesme vb., Lor Kurabiyesi, Sakızlı Kurabiye, Cunda Special Kurabiyesi, Mantı, Erişte) [K1, K3, K4, K7, K11, K14, K15]	7	1,70
			Yöresel Tüketim Maddeleri (Salça, Tarhana, Nar Ekşisi, Un, Reçel, Tahin, Pekmez) [K2, K7, K8, K9, K11, K14, K15]	7	1,70
			Yöresel Ot Yemekleri [K1, K5, K7, K9, K10, K15]	6	1,46
			Sebze Yemekleri [K5, K6, K8, K9, K10, K15]	6	1,46
			Sağlıklı Ürünler (Yeşillik vb.) [K2, K6, K8, K12, K13]	5	1,21
			Yöreden Toplanan Bitkilerden Ürünler (Baharat ya da Çay Olarak) (Kekik, Papatya, Adaçayı, İhlamur) [K4, K5, K6, K13]	4	0,97
			Salatalar (Kuru Börülce, Deniz Otları Salatası/ Deniz Börülcesi-Deniz Fasulyesi-Kaya Koruğu, Armutlu Yeşil Salata) [K1, K2, K6]	3	0,73
			Deniz Mahsulü (İsli Uskumru, İsli Levrek, Çiroz, Sardalye, Çıtır Levrek, Kavurma, Şımarık Pilav) [K1, K2, K6]	3	0,73
			Yöresel Çorbalar (Ada Otları Çorbası, Adap, Sakızlı Badem Çorbası, Balık Çorbası) [K1, K2, K9]	3	0,73
Sunum	31	7,56	Yerellik [K1, K2, K4, K5, K7, K8, K9, K11, K14, K15]	10	2,43
			Geleneksellik (K1, K5, K7, K8, K9, K12)	6	1,46
			Otantiklik [K1, K2, K4, K9, K14, K15]	6	1,46
			Girit Mutfağından İzler [K1, K5, K9]	3	0,73
			Zeytin Ürünleriyle Sunum [K11, K12, K15]	3	0,73
			Kuzey Ege İzleri [K1, K9, K14]	3	0,73
Dekorasyon & Atmosfer	14	3,42	Yörenin Temsili Objeler (Sarımsak Tablosu, Kaz Dağları Sembolleri, Yaban Kazı, Pineyt, Yastac, Susak, Çatal, Kaşık) [K1, K2, K4, K7, K9, K15]	6	1,46
			Yöresel El Sanatları (İğne Oyası [K1, K3, K7])	3	0,73
			Zeytin/Zeytin Ağacı Figürleri [K9, K15]	2	0,48
			Tarihi Mekân [K8, K10]	2	0,48
			Yöreye Özgü Mobilyalar [K7]	1	0,24

					Yörenin Menşe Ürünleri (Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Kuzu Eti, Burhaniye Zeytinyağı, Edremit Zeytinyağı, Edremit Körfezi Yeşil13 Çizik Zeytini) [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15]	3,17		
	20	4,88			Yörenin Mahreç Ürünleri (Ayvalık Lor Tatlısı, Ayvalık Sakızlı Kurabiyesi, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Balıkesir Düğün7 Çorbası/Adab, Balıkesir Göbel Kuzu Kokoreci, Havran Mandalinası, İvrindi Kelle Peyniri [K1, K4, K8, K9, K12, K14, K15]	1,70		
Yöresel Pişirme Yöntem ve Teknikleri	18	4,39			Saklama (Buzdolabı, Dondurucu, Kurutma, Vakumlama, Konserve) [K1, K2, K5, K6, K7,11 K8, K10, K11, K13, K14, K15]	2,68		
					Hazırlama (Tuzlu/Limonlu/Sirkeli Suda Bekletme, Marine, Salamura) [K1, K5, K6, K8,5 K15]	1,21		
					Pişirme (Tabanlı Fırın, Taş Fırın) [K4, K9]	2 0,48		
Toplam	410	100,00	Toplam	410	100,00	Toplam	410	100,00

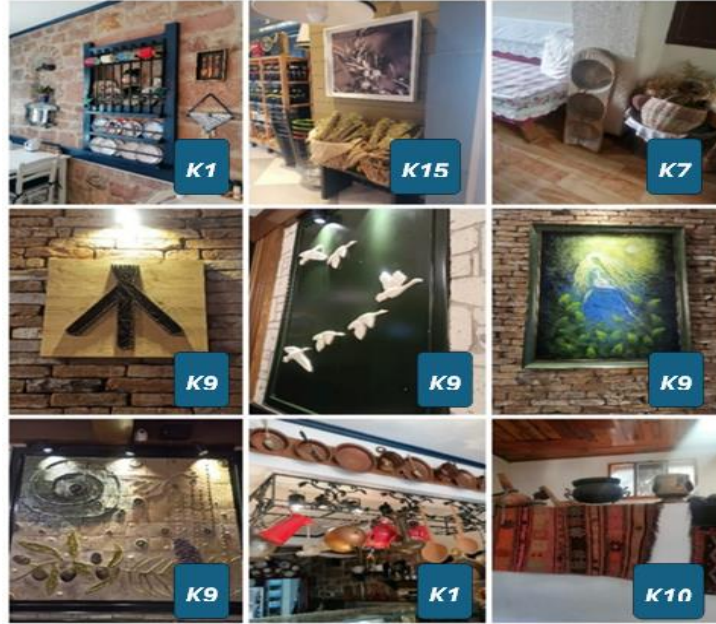
Tablo 2'ye göre "Edremit Körfezi'nin Gastronomi & Kültür Ekseninde Algılanışı" ana teması; "Bölge Gastronomisine İlişkin Algılar (f=49)" ve "Bölge Mutfak Kültürünü Oluşturan Lezzetler (f=47)" alt temalarından oluşmaktadır. "Edremit Körfezi'nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri" ana teması; "Bölgede Yetişen/Yetiştirilen Ürünler (f=32)", "Bölgenin Mutfak Karakteristiği (f=31)", "Bölgenin Coğrafi Konumu (f=10)", "Bölgenin Tarihi (f=4)" ve "Bölgenin İklimi (f=1)" alt temalarından oluşmaktadır. "Edremit Körfezi'nde Tercih Edilen Ürünler" ana teması "İşletmelerde Öne Çıkan Ürünler (f=32)" alt temasını içermektedir. Bir diğer ana tema olan "Edremit Körfezi Kültürel Kimliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Temsilleri" ana temasını; "Menü İçeriği (f=121)", "Sunum (f=31)", "Dekorasyon & Atmosfer (f=14)", "Coğrafi İşaretli Ürünler (f=20)" ve "Yöresel Pişirme Yöntem ve Teknikleri (f=18)" alt temaları oluşturmaktadır. Araştırmada görüşme yapılan yiyecek içecek işletmesi yetkililerinden 12'si işletme menülerinde yöresel isimler taşıyan yiyecek ve içeceklerin yer aldığını (K1, K2, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11, K13, K14, K15) ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılanlardan 8'i (K2, K4, K5, K7, K8, K9, K11, K15) işletmelerinin Edremit Körfezi kültürünü tamamen yansıttıkları, 4'ü (K1, K6, K10, K14) ise kısmen yansıttıkları görüşündedirler. Kara & Türkay (2024) araştırmalarında, görüştüğü 23 üreticinin, İstanbul'un gastronomi kimliğine katkıda buldukları konusunda neredeyse hem fikir olduklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda bir destinasyonun gastronomi temelinde kültürel kimliğinin sunulması, yaşatılması ve turistlerce deneyimlenmesinin sağlanmasında yiyecek içecek işletmelerine önemli görevler düştüğünü belirtmek gerekmektedir.

Edremit Körfezi'nde yer alan araştırma örneklemini oluşturan işletmelerin kültürel kimlik sembolleri, restoran atmosferi ve menü içerikleri incelenmiş olup, işletmelerde yansıtılan kültürel öğeler araştırmacı tarafından fotoğraflanmıştır. Fotoğraflara ilişkin değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur (Fotoğraf 1-6).



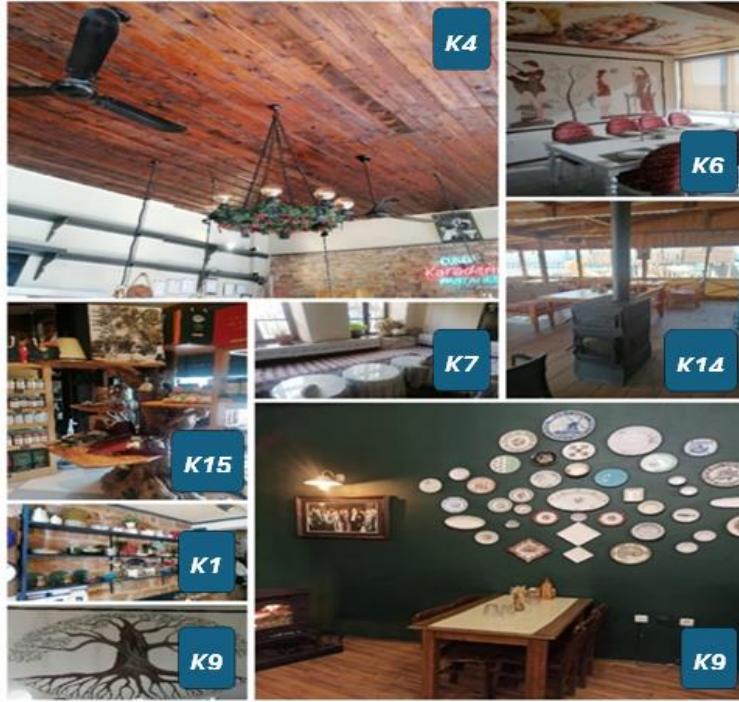
Fotoğraf 1. İşletmelerin Yansıttığı Dış Atmosfere Örnekler

Fotoğraf 1’de işletmelerden bazılarının yöre mimarisini yansıtan binalarda faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir (K4, K5, K7, K9, K10).



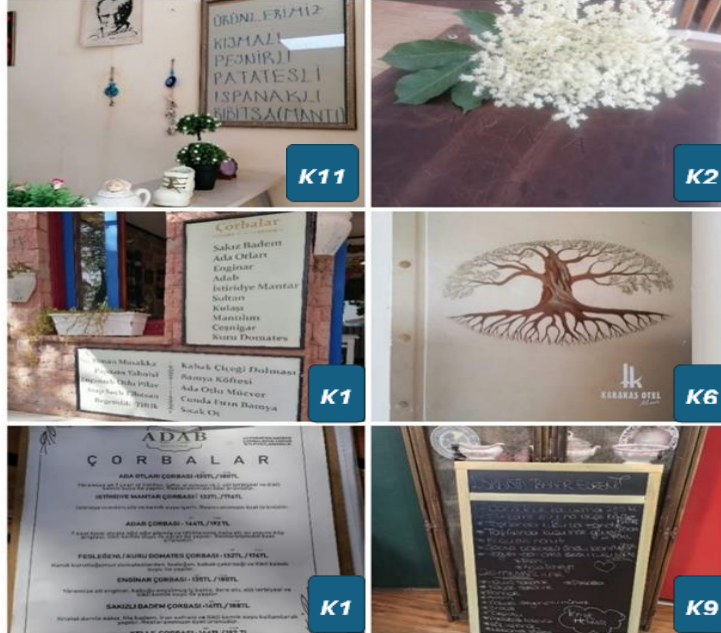
Fotoğraf 2. İşletmelerin Yansıttığı Kültürel Sembollere Örnekler

Fotoğraf 2’de işletmelerin iç mekanlarında kaz ayağı, zeytin, zeytin ağacı, Sarıkız, Yaban Kazı, yöresel mutfak eşyaları, bölgeye özgü yöresel nakış ve dokuma kilimler, bölge mitolojisinden çeşitli görseller sergilenmektedir. Bölge kültürel kimliğini temsil eden objelerin (Sarıkız Tablosu, Kaz Dağları Sembolleri, Yaban Kazı, Pineyt, Yastac, Susak, Çatal, Kaşık) K1, K2, K4, K7, K9 ve K15 kodlu işletmelerde yaratılan atmosferin ayrılmaz bir parçasını oluşturduğu görülmektedir.



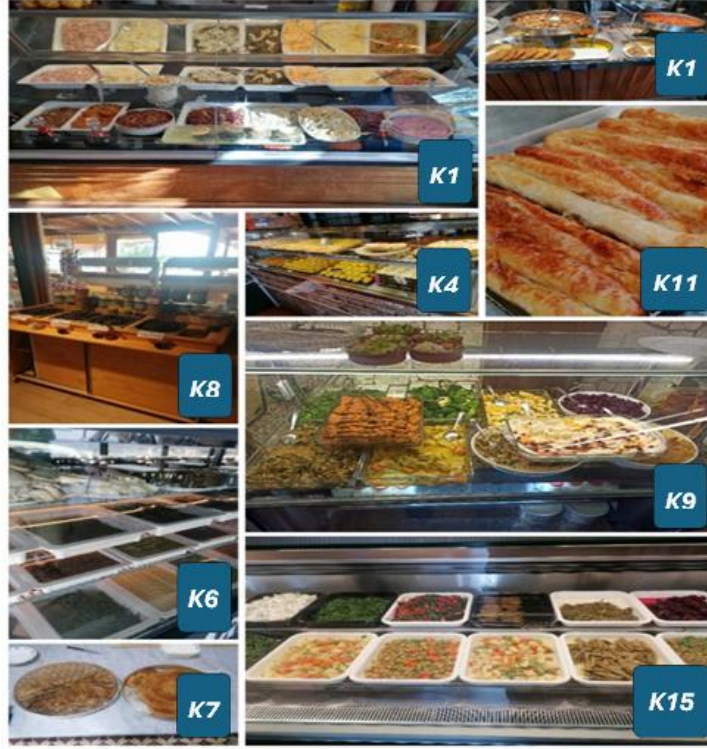
Fotoğraf 3. İşletmelerin Yansıttığı İç Atmosfere Örnekler

Fotoğraf 3'te işletmelerin iç mekanlarında yöresel olarak kullanılan nakış, tabak, çanak gibi öğeler sergilenirken aynı zamanda iç mekân tasarımında da bölge mitlerine yer verildiği görülmektedir (K1, K4, K6, K7, K9, K14, K15).



Fotoğraf 4. İşletmelerden Menü Örnekleri

Fotoğraf 4'te işletmelerin kullandıkları menüler incelenmiştir. Menülerde yöresel isimleri ile yiyecek ve içecekler bulunduğu görülmektedir. Ancak menü tasarımlarında yöresel unsurlar bulunmamaktadır (K1, K2, K6, K9, K11).



Fotoğraf 5. İşletmelerde Sunulan Yöresel Lezzetlere Örnekler

Fotoğraf 5'te görüleceği üzere Balıkesir'in Menşe Ürünleri içerisinde yer alan Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Kuzu Eti, Burhaniye Zeytinyağı, Edremit Zeytinyağı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15] ile Mahreç Ürünleri içerisinde yer alan Ayvalık Lor Tatlısı, Ayvalık Sakızlı Kurabiyesi, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Balıkesir Düğün Çorbası/Adab, Balıkesir Göbel Kuzu Kokoreci, Havran Mandalinası ve İvrindi Kelle Peynirinin [K1, K4, K8, K9, K12, K14, K15] işletmelerde sunulması Edremit Körfezi Kültürel Kimliği temsillerinin yiyecek içecek işletmelerince sahiplenildiğini göstermektedir. Ek olarak bölge mutfak kültürüne; Tahtacı Türkmenler, Yörükler, Ada ve Rumeli göçmenlerinin zenginlik kattığı söylenebilir. Bölgede; oklava, yastaç (hamur açılan yuvarlak yer sofrası) ve pineyt (ekmek taşımada kullanılan oyuklu tahtalar) gibi eski zamanlardan beri kullanılan aletlerin işletmelerce kullanıldığı görülmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Yapılan çalışmada kültürel kimlik teorisi çerçevesinde Edremit Körfezi'nin gastronomi temelinde kültürel kimliği irdelenmiştir. Bu kapsamda; kültürel kimliğin ayrılmaz bir parçasını oluşturan yeme içme gelenekleri, yöresel ürünler, kültürün gastronomideki temsilleri Edremit Körfezi ölçeğinde, kültürel kimlik ve gastronomi arasındaki karşılıklı ilişki ve önemi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Toplumların tarihsel geçmişlerinden, yaşanan göçlerden, bulunan coğrafyadan ve sosyal çevreden etkilenen kültürel kimlik, yemek-kültür ve yemek-kimlik ilişkisini ve aralarındaki güçlü bağı sergilemektedir. Bu sonuca destek olarak Şahin'in (2023) yüksek lisans tezinde ulaştığı sonuçlar gösterilebilmektedir. Edremit Körfezi yiyecek içecek işletmesi yetkilileri ile yüz yüze derinlemesine yapılan görüşmelerden elde

edilen dikkat çekici sonuçlar ve bu doğrultuda geliştirilen öneriler aşağıda sunulmuştur. Balıkesir iline bağlı, Edremit Körfezi'nde yer alan 5 ilçede (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç ve Havran) faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin %53,33'ü (n=8) 16 yıl ve üzeri süredir turizm sektöründe hizmet vermeye devam etmektedirler. Görüşmeye katılanların çoğunluğu (%66; n=10) işletme sahibidir. Farklı öğün menüleri bulunan işletmelerin (kahvaltı, öğle, akşam, brunch vb.) ağırlıklı olarak alakart menü (n=10) ile vejetaryen (n=12) ve vegan (n=10) beslenme türlerinde hizmet sundukları tespit edilmiştir. Yapılan içerik analizine göre nitel araştırma bulguları değerlendirildiğinde; 410 kod, 13 alt tema ve 4 ana tema altında toplanmıştır. Ana temalar; "Edremit Körfezi'nin Gastronomi & Kültür Ekseninde Algılanışı (f=96)", "Edremit Körfezi'nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri (f=78)", "Edremit Körfezi'nde Tercih Edilen Ürünler (f=32)" ve "Edremit Körfezi Kültürel Kimliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Temsilleri (f=204)" olarak ortaya çıkmıştır. "Edremit Körfezi'nin Gastronomi & Kültür Ekseninde Algılanışı" ana teması altında yer alan "Bölge Gastronomisine İlişkin Algılar" alt temasında "Coğrafi İşaretli Ürün Zenginliği (f=14)"nin ve "Bölge Mutfak Kültürünü Oluşturan Lezzetler" alt temasında "Yöresel Zeytinyağlılar (f=8)" kodunun ifade sıklıklarına göre üst sıralarda yer alması beklenen bir durumdur. Çünkü Balıkesir ili sahip olduğu 34 adet Coğrafi İşaretli Ürünü ve gerek bulunduğu coğrafi konum gerekse zeytin ve zeytinyağı kültürü ile dikkat çeken bir destinasyondur. "Edremit Körfezi'nin Gastronomik Kimlik Bileşenleri" ana teması altında yer alan; "Bölgede Yetişen/Yetiştirilen Ürünler" alt temasında "Tarım Ürünleri (f=14)", "Bölgenin Mutfak Karakteristiği" alt temasında "Türk Mutfağı (f=10)" ve akabinde "Girit Mutfağı (f=7)" ve "Bölgenin Coğrafi Konumu (f=10) alt temasında "Edremit Körfezi Konumu (f=10)" kodlarının ifade sıklıkları açısından üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Balıkesir ilinin "Türkiye'yi Doyuran Şehir" unvanını almasında Edremit Körfezi'nin tarımsal üretimdeki çeşitliliği ve verimliliğinin etkili olduğu söylenebilir. Bölgedeki kültürel çeşitlilik; coğrafi konumu (geçiş güzergahında olması) ve gerek geçmişte Mübadele sürecinde yaşanan göçler gerekse yaşam biçimi göçmenlerinin tercih ettiği bir destinasyon olmasıyla kültürel çeşitliliğe yol açmıştır. Mutfak kültürü açısından Türk Mutfak Kültürü ve Girit Mutfak Kültürü izleri bölgede belirgindir. "Edremit Körfezi'nde Tercih Edilen Ürünler" ana teması altında yer alan "İşletmelerde Öne Çıkan Ürünler" alt temasında; "Etlî Yemekler/Sakatlar (Papaz Yahnisi, Sura, Keşkek, Kokoreç, İskender, Kuzu/Oğlak Eti Yemeği, Ciğer Sarma, Karnıyarık, İşkembe Yahnî, Kuzu Tandır, Tereyağlı Yaprak Ciğer, Kuzu Etlî Arapsaçı, Kuzu Etlî Akkız, Kuzu Etlî Enginar [K1, K8, K9, K15]", "Mezeler (Fava, Manca, Şakşuka, Kabak Çiçeği Dolması, Kızarmış Keçi Peyniri (kadayıflı), Melki [K1, K5, K6, K9]", "Izgaralar (Köfte, Nermin Hanım Köftesi, Havran Köfte) [K10, K13, K14, K15]" ve "Hamur İşleri (Mantı, Patlıcanlı Kol Böreği, Ev Böreği, Boşnak Böreği/İspanaklı-Etlî vb. [K3, K4, K7, K11]" ifade sıklıkları açısından üst sıralarda yer almaktadır. Bölgenin yemek kültürünün zenginliğini ve var olan çeşitliliğini gösteren değerler, gastronomik kimliği ile bölgenin ön plana çıkartılmasının turizm faaliyetleri açısından bir gereklilik olduğunu göstermektedir. "Edremit Körfezi Kültürel Kimliğinin Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Temsilleri" ana teması altında Menü İçeriği (f=121), "Sunum (f=31)",

“Coğrafi İşaretli Ürünler (f=20)”, “Yöresel Pişirme Yöntem ve Teknikleri (f=18)” ve “Dekorasyon & Atmosfer (f=14)” alt temaları ortaya çıkmıştır. Alt temaları oluşturan kodlar bir bütün olarak değerlendirildiğinde; bölgenin zeytin ve zeytinyağları başta olmak üzere yöresel mutfak ürünlerinin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde bulunduğu, misafirlerine sunumlarında yerelliğe, gelenekselliğe ve otantikliğe yer veren işletmelerin olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak bölge kültürel kimliğini temsil edecek objelerin (Sarıköz Tablosu, Kaz Dağları Sembolleri, Yaban Kazı, Pineyt, Yastac, Susak, Çatal, Kaşık) [K1, K2, K4, K7, K9, K15] işletmelerde sergilenmesi, Balıkesir’in Menşe Ürünleri içerisinde yer alan Ayvalık Zeytinyağı, Balıkesir Kuzu Eti, Burhaniye Zeytinyağı, Edremit Zeytinyağı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15] ile Mahreç Ürünleri içerisinde yer alan Ayvalık Lor Tatlısı, Ayvalık Sakızlı Kurabiyesi, Balıkesir Höşmerim Tatlısı, Balıkesir Dügün Çorbası/Adab, Balıkesir Göbel Kuzu Kokoreci, Havran Mandalinası ve İvrindi Kelle Peynirinin [K1, K4, K8, K9, K12, K14, K15] işletmelerde sunulması Edremit Körfezi Kültürel Kimliği temsillerinin yiyecek içecek işletmelerince sahiplenildiğini göstermektedir. Son olarak bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin yöresel pişirme yöntem ve teknikleri kapsamında; saklama (kurutma, konserve vb. [K1, K2, K5, K6, K7, K8, K10, K11, K13, K14, K15]), hazırlama (salamura, tuzlu/limonlu/sirkeli suda bekletme [K1, K5, K6, K8, K15]) ve pişirmede (tabanlı fırın, taş fırın) [K4, K9] geleneksel yöntemlerden yararlandıkları tespit edilmiştir.

Yiyecek içecek işletmelerinin bakış açısıyla yöresel yemeklerin; bölge halkının tarihini, geçmişteki göç hareketlerini, tarım ve hayvancılık uygulamalarını yansıttığını dolayısıyla bölgenin kültürel kimliğini güçlendirdiği söylenebilir. Bölgenin kültürel kimliği çatısı altında yer alan gastronomik kimliğinin bilinmesinin hem bölge kültürel geçmişinin anlaşılmasında hem de günümüzdeki kimliğinin değerlendirilmesinde kaynak işlevi göreceği düşünülmektedir. Çünkü yeme alışkanlıkları, yemek tarifleri ve gıda üretim yöntemleri gibi unsurlar, bölge halkının tarihini, coğrafyasını ve sosyal yapısını yansıtırken, aynı zamanda bölge toplumunun kültürel kimliğini şekillendirme gücüne sahiptir. Ayrıca, gastronomik kimliğin korunması ve sürdürülebilirliği için yerel gıda üreticilerinin desteklenmesi, coğrafi işaret başvurularının takip edilmesi ve yerel tarımın teşvik edilmesi önemlidir (Karakulak, 2016, s. 71). Küreselleşme ve endüstriyel tarımın etkileriyle mücadele etmek için, yerel gıda üretimine ve sürdürülebilir tarım uygulamalarına yatırım yapılmalıdır. Bu hem yerel ekonomiyi canlandıracak hem de yerel kültürel mirasın korunmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca, gastronomik kimliğin turizmde ve yerel ekonomide kullanılması için stratejik planlamalar yapılmalıdır. Bir ülkenin veya bölgenin gastronomik mirası, o bölgenin ziyaret edilmesinde önemli bir çekicilik gücü barındırmaktadır. Bu nedenle gerek gastronomik deneyim peşinde koşan gerekse ana motivasyonu, seyahat amacı farklı olsa da bölgeye gelen turistlerin gastronomik deneyimlerinin zenginleştirilmesi, yerel restoranların bölgenin kültürel kimliğinin temsillerini sunması gerektiği düşünülmektedir. Bu sonuca örnek olarak Duran’ın (2009) yapmış olduğu doktora tezinde sonucu destekler nitelikte sonuçlar yer almaktadır.

Yapılan araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıda yer alan öneriler geliştirilmiştir:

- Gerek bölgenin kültürel kimliği gerekse bir alt bileşenini oluşturan gastronomik kimliğine ilişkin bölge hakkında farkındalık yaratılması ve toplumca bölge kimliğine sahip çıkılması için eğitim çalışmalarına hız verilebilir.
- Körfez'de bölge kimliğini tüm boyutlarıyla sergileyen yöresel yemek festivalleri, atölye çalışmaları ve ünlü şeflerin katılımıyla dikkat çekecek yarışmalar düzenlenebilir.
- Yöresel tariflerin belgelenmesi ve dijital platformlarda paylaşılması adına yerel yönetimler ve Balıkesir Üniversitesi arasında iş birliğine gidilerek çalışmalara ivedilikle başlanabilir.
- Yerel gıda üreticilerinin geleneksel yöntemlerle üretimlerinin desteklenmesi ve mevcut yöntemlerin genç kuşaklara aktarımının yapılabilmesi için bölgenin tarım politikaları tekrar gözden geçirilmelidir.
- Yiyecek içecek işletmelerinin yöre kültürel kimliğini yansıtan yiyecekleri, objeleri ve yarattıkları atmosferi genel olarak yansıtmalarına karşın gerek coğrafi işaretli ürünleri daha görünür kılarak gerekse gastronomik deneyimlerin zenginleştirilmesi için yemek hikayeleştirme yaklaşımını benimseyerek gastronomik açıdan kültürel kimliğe anlam kazandırabilirler.
- Yiyecek içecek işletmelerinin geleneksel tarifleri sahiplenmeleri, tanıtımları ve somut olmayan kültürel miras değerlerini müşterileri ile buluştururken aynı zamanda bölge kültürel kimliği ile ilgili farkındalık yaratmaları gerekmektedir.

Bölgenin Coğrafi İşaretli Ürünleri yiyecek-içecek işletmelerinde daha görünür kılınmalı gerek menülerinde gerekse pazarlama ve tanıtım çalışmalarında değer katan, orijinallik yaratan bir anahtar olarak değerlendirilmelidir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Araştırma Balıkesir Üniversitesi BAP komisyonu tarafından desteklenmiştir (Proje No: 2023/039).

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonundan 19.07.2023 tarih ve 2023/05 sayılı toplantısında alınan karar ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar katkı oranı: %60; 2. Yazar katkı oranı: %40.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Aka, E. (2024). Türkiye'yi Doyuran Şehir Balıkesir. <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/eren-aka/turkiyeyi-doyuran-sehir-balikesir-7062741> adresinden 3 Mart 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ataman, H. (2018). Akıllı turizm ve akıllı destinasyonlar: Edremit Körfezi'ne yönelik bir uygulama. [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. <https://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/3467>
- Bekar, A., & Karakulak, Ç. (2017). Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği. D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan ve G. K. Girgin (Editörler), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* içinde (1. Baskı, s. 156-178). Detay Yayıncılık.
- Bilgin, A., & Oksal, A. (2018). Kültürel kimlik ve eğitim. *ACJES*, 2(1), 82-90. <https://doi.org/10.31805/acjes.346729>
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö., & Köklü, N. (2018). *Sosyal bilimler için istatistik*, (22. Baskı). Pegem Akademi.
- Chen, V. H-H. (2014). Cultural identity. *Key Concepts in Intercultural Dialogue*, (22), 1-2. <https://centerforinterculturaldialogue.org/wp-content/uploads/2014/07/key-concept-cultural-identity.pdf>
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 3-12.
- Diker, O., & Deniz, T. (2017). Kars kültürel ve gastronomik kimliğinde kaz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38), 189-204. <https://doi.org/10.17295/ataunidcd.303192>
- Domšić, L. (2013). Cultural heritage and identity in the contemporary tourism development. Croatia: Dubrovnik International Economic Meeting, 1(1), 1-10.
- Duran, E. (2009). Sürdürülebilir turizm kapsamında toplumsal ve kültürel kimliğin korunması: Gökçeada örneği [Doktora Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi]. <https://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12397/12210>
- Fawziah, L. (2020). Food, cultural identity, and emotional release in home novel by Leila S. Chudori [A Bachelor Degree Thesis, State Islamic University of Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51837>
- Gupta, M., Thakur, S., Stephen, S., Rani, A., Ramchandra Panse, A., & Singh, S. (2024). Impact of globalization on the creation of a 'hybrid' culture: A psycho-social perspective. *Onomazein*, 63, 321-327. <https://www.onomazein.com/index.php/onom/article/view/626/520>
- Harrington, R. (2005). Defining gastronomic identity. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4:2(3), 129-152. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_10

- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *A typology of gastronomy tourism*. Routledge.
- Holton, R. (2013). Küreselleşmenin kültürel sonuçları. (K. Karaman, Çev.). *İstanbul Journal of Sociological Studies*, 1(47), 59-75.
- Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0226>
- Kara, C., & Türkay, O. (2024). İstanbul'un yöresel lezzetleri ve gastronomi kimliğine katkıları bakımından incelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 108-133. <https://doi.org/10.32572/guntad.1333329>
- Karakulak, Ç. (2016). Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği [Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=NtBAevXNhYaNqJFoAcdBdkuvn2nX9VFETSBEaEhWLDvzNgB1MkAtnaG-PDpWINU4>
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2013). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28. <https://doi.org/10.18094/si.51496>
- Liang, T. (2024). Impact of college English education thoughts on enhancing national cultural identity. *Trans/Form/Ação*, 47(4). <https://doi.org/10.1590/0101-3173.2024.v47.n4.e0240065>
- Metin, O. & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22/Özel Sayı 2, 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Nar, M. Ş. (2019). Kültürel kimlik sorunsalı: Görecelik mi, Evrenselcilik mi? Yoksa uzlaşma mı? *Antropoloji*, 37, 72-80. <https://doi.org/10.33613/antropolojidergisi.529387>
- Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.69>
- Ning, X., Xiao-zhen, J., & Ying-zhi, G. (2022). A Study on the relationship between cultural identity, place attachment, and tourist loyalty. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 10(1), 38-50.
- Özcan, İ. (2019). İzmir'de düzenlenen festivallerin kültürel kimlik ve aidiyet unsurları açısından incelenmesi. [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=5VBoDkQO-Iv_4g4IRKRJYg

- Özgürel, G. (2018). Kültürel mirasa bir bakış: Marmaris örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4894-4906. <https://doi.org/10.26450/jshsr.969>
- Polat, A. (2022). Nitel araştırmalarda yarı-yapılandırılmış görüşme soruları: Soru form ve türleri, nitelikler ve sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), 17-31.
- Proshansky, H., Fabian, A., & Kaminoff, R. (1978). Place identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(83)80021-8)
- Süt, A. E. (2019). Kültürel miras olarak yöresel yiyeceklerin gastronomik varlık öğelerinin kültürel kimlik üzerinden incelenmesi: Mersin tantunisi örneği [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=FgmKgchPKo23qQqBeqvZzgtbSo4cKBYX3h4rrBUa1yPLkA-BIBuVEwDItdmgEPiB>
- Şahin, B. (2023). Restoranlarda kültürel kimlik ve iç mekan tasarım ilişkisi, Türk kültürünü yansıtan bir restoran modeli önerisi [Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=kIrIdtdJ31bRgjb6fHvMUWb_EGsFVLOfSzsLDXovko2NBS0Ns-8mEDMUmeiwa2b_
- Şen, N. & Silahşör, Y. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 414-429.
- T.C. Balıkesir Valiliği (2016). Türkiye'yi Doyuran İl: Balıkesir. <http://www.balikesir.gov.tr/turkiyeyi-doyuran-il-balikesir> adresinden 11 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tekeli, M., Yıldırım, İ., & Çıtak, B. (2024). Kültürel miras unsuru olarak ulusal mutfağın sürdürülebilirliği: Gastromilliyetçilik çerçevesinde nitel bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 45-65. <https://doi.org/10.32572/guntad.1318209>
- Tian, D., Wang, Q., Law, R., & Zhang, M. (2020). Influence of cultural identity on tourists' authenticity perception, tourist satisfaction, and traveler loyalty. *Sustainability*, 12(16), 6344. <https://doi.org/10.3390/su12166344>
- Töre Başat, H., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: Ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 67-76. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.112>

- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). Balıkesir Coğrafi İşaretli Ürünleri Listesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaretler/liste?il=10>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/> adresinden 11 Şubat 2024 tarihinde alınmıştır.
- Urieta, L., & Noblit, G. (2018). Cultural identity theory and education: What we have learned about selves and others. *Cultural Constructions of Identity Meta-Ethnography and Theory* (s. 1-33) içinde. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190676087.001.0001>
- Usborne, E., & Sablonnière, R. (2014). Understanding my culture means understanding myself: The function of cultural identity clarity for personal identity clarity and personal psychological well-being. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 44(4), 436-458. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12061>
- Ward, C., Szabó, Á., & Ng Tseung-Wong, C. (2024). The motivation to integrate and perceived discrimination as antecedents of cultural identity styles. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/cdp0000648>
- Yalın, G. (2020). Kaybolmakta olan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması: Balıkesir ili Edremit Körfezi örneği. [Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Yılmaz, G., & Akman, S. (2020). Simbiyotizm kavramı ve gastronomi turizmi ile ilişkisi. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 125-134. https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v04i2006
- Yurdusev, N. (1997). *Türkiye ve Avrupa: Batılılaşma, kalkınma ve demokrasi*. (1. Baskı). (A. Eralp, Ed.) Ankara: İmge Yayınları.