



The Journal of International Social Science Education

ISSN: 2146-6297 (Online) Dergi wepsayfası: <https://www.dergipark.org.tr/en/pub/issej>



Ortaokul öğrencilerinin coğrafi işaretli ürün farkındalık algılarında tanıtım etkinliklerinin rolü: Giresun örneği

Fatih Aktürk & Eyüphan Bahadır

Önerilen atf: Aktürk, F. & Bahadır, E. (2025). Ortaokul öğrencilerinin coğrafi işaretli ürün farkındalık algılarında tanıtım etkinliklerinin rolü: Giresun örneği, *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 11(2), 71-99. DOI: 10.47615/issej.1756699

Makale linki: <https://doi.org/10.47615/issej.1756699>



© 2025 Yazar(lar). Baskılar ve izinler: Yazarlar makalelerini USBED/Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisinde yayınladıktan sonra basılı olarak veya Birinci Baskı olarak çevrimiçi paylaşma iznine sahiptir.

Öne Çıkanlar

Literatürde coğrafi işaretli ürünlerin kültürel mirasın korunması ve ekonomik kalkınmadaki rolü biliniyordu. Ancak ortaokul öğrencilerinin bu ürünlere yönelik farkındalık algılarını ölçen ve tanıtım etkinliklerinin etkisini test eden çalışmalar eksikti.

Bu araştırma, okullarda yapılan afiş, sunum, sergi ve ikram gibi kısa süreli tanıtım faaliyetlerinin, öğrencilerin yerel ürün bilgisini ve farkındalık algılarını artırdığını ortaya koyarak literatüre özgün bir katkı sundu.

Uygulamada ise eğitimcilere, okul içi etkinliklerle öğrencilerde yerel değerlere sahip çıkma bilincinin nasıl geliştirilebileceğine dair somut bir model sağlıyor.

USBED/Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi hakemli bir çevrimiçi dergidir. Bu makale araştırma, öğretim ve özel çalışmalar amacıyla kullanılabilir. Makalenin içeriğinden yalnızca yazarlar sorumludur. Dergi makalelerin telif hakkına sahiptir. Yayıncı, araştırma materyalinin kullanımıyla bağlantılı veya doğrudan veya dolaylı olarak ortaya çıkan herhangi bir kayıp, işlem, talep veya masraf veya zarardan sorumlu tutulamaz.

Tüm yazarlardan, sunulan çalışmalarla ilgili olarak diğer kişi veya kuruluşlarla herhangi bir finansal, kişisel veya diğer ilişkiler dahil olmak üzere herhangi bir fiili veya potansiyel çıkar çatışmasını ifşa etmeleri istenir.

Ortaokul öğrencilerinin coğrafi işaretli ürün farkındalık algılarında tanıtım etkinliklerinin rolü: Giresun örneği

Fatih Aktürk  Eyüphan Bahadır 

Görece Cumhuriyet Ortaokulu, Giresun, 28800, Türkiye

Narman Şehit Astsubay Çavuş Soner Özúbek Yatılı Bölge Ortaokulu, Erzurum, 25530, Türkiye

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, ortaokul öğrencilerinin Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkındaki farkındalık algılarında, tanıtım etkinlikleri öncesi ve sonrası meydana gelen değişimi incelemektir. Araştırmada karma yöntem deseni kullanılmıştır. Nicel veriler retrospektif ön-son test içeren kesitsel tarama modeliyle; nitel veriler ise özel durum çalışması deseniyle elde edilmiştir. Çalışma grubunu, Giresun ili Görece ilçesindeki bir devlet ortaokulunda öğrenim gören 50 gönüllü öğrenci oluşturmuştur. Veriler, afiş, sunum, sergi ve ikram gibi tanıtım etkinliklerinden sonra uygulanan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Kapalı uçlu sorular frekans ve yüzde ile; açık uçlu sorular ise içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin %78'i tanıtım öncesinde Giresun'un coğrafi işaretli ürünleri hakkında bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. Tanıtım etkinliklerinin ardından öğrencilerin %68'i bu ürünleri tanıdığını ifade etmiştir. En çok fark edilen ürünler Giresun fındık ezmesi, Çavuşlu ekmeği ve Piraziz elması olmuştur. Öğrenci görüşlerinden elde edilen temalara göre, öğrenciler yerel ürünleri tanımış, bu ürünleri beğenmiş ve sahiplenme eğilimi göstermiştir. Ayrıca, tanıtım süreci sonunda öğrencilerin yerel ürünler hakkındaki farkındalık algılarının arttığı görülmüştür. Sonuç olarak, eğitim ortamlarında yapılan tanıtım etkinliklerinin, öğrencilerin yerel değerlere ve coğrafi işaretli ürünlere ilişkin farkındalık algılarını artırmada etkili olduğu gözlemlenmiştir. Çalışma, yerel bilinç oluşturma amacıyla benzer etkinliklerin eğitim süreçlerine dâhil edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

MAKALE TARİHİ

Geliş tarihi 01 Ağustos 2025
Kabul tarihi 12 Kasım 2025

ANAHTAR KELİMELER

Coğrafi İşaret,
Farkındalık, Ortaokul
Öğrencileri, Giresun

Makale Türü

Araştırma Makalesi

İLETİŞİM Fatih Aktürk  fthtkr@hotmail.com.tr  Görece Cumhuriyet Ortaokulu, 28800, Giresun, Türkiye

© 2025 Yazar(lar).

Bu makale Creative Commons Attribution-NonCommercial ile lisanslanmıştır. Lisans, (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>) koşulları altında dağıtılan ve ticari olmayan amaçla eserini remix, ince ayar yaparak ya da üzerine geliştirerek kendi eserlerinde kullanılmasına izin verir. Ancak ortaya çıkan yeni eseri benzer lisans ile lisanslamak zorunda değildir.

Giriş

Eğitim süreci ile kültür arasında işlevsel ve karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Kültür, eğitimin içeriğini belirlerken; eğitim, kültürel değerlerin bireylere aktarılmasını sağlar. Bu bağlamda, eğitim ve kültürün toplumsal sürekliliğin sağlanmasında birlikte işlev gördüğü söylenebilir. Toplumsal hayatta kültürel unsurlara ve değerlere yönelik farkındalık, formal ya da informal eğitim yoluyla kazandırılmaktadır (Çengelci, 2012).

Birey, çevresiyle sürekli etkileşim hâlinde olan bir varlıktır. Yaşanılan coğrafya, deneyimler ve kuşaktan kuşağa aktarılan bilgiler, farklı kültürel yapıların oluşmasını sağlar. Bu nedenle bireyler, içinde bulundukları toplumun ve yetistikleri ailenin kültürel özelliklerini taşımaktadır (Güngör ve diğerleri, 2022). Toplumların sahip olduğu tüm somut ve soyut değerlerin birikimi “kültürel miras” kavramını oluşturur. Kültürel mirasın sürdürülebilirliği, bu mirasın yeni nesillere aktarılması ile mümkündür (Bülbül, 2016).

Kültürel mirasın korunması ve yaşatılması, son yüzyılda ulusal ve uluslararası düzeyde önemli bir politika hâline gelmiş; yasa, yönetmelik ve sözleşmelerle güvence altına alınmıştır. Bu sürecin sürdürülebilirliğinde bireyin farkındalığı, eğitimi ve bilinç düzeyi temel belirleyicilerdendir (Sürücü & Başar, 2016). Kültürel değerlerin korunmasına yönelik çeşitli stratejiler geliştiren ülkeler, koruma yöntemlerini bu değerlerin niteliğine göre çeşitlendirmektedir. Türkiye’de de kültürel değerlerin korunmasına ilişkin çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bunlardan biri de coğrafi işaret tescil sistemidir. Coğrafi işaret, belirli bir bölgeyle özdeşleşmiş, ün kazanmış, özgün niteliklere sahip ürünleri tanımlayan işaretleme sistemidir (Türk Patent ve Marka Kurumu [TÜRKPATENT], 2024a). Bu sistem sayesinde yöresel ürünler tescillenmekte ve kalite, üretim yöntemi, menşe gibi özellikleri korunmaktadır (Tekelioğlu, 2019).

Türkiye’nin sahip olduğu farklı iklim koşulları, çeşitli toprak yapısı ve zengin kültürel birikimi, kendine özgü birçok ürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu çeşitlilik, coğrafi işaret tesciline konu olabilecek çok sayıda ürünün varlığına işaret etmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin korunması üreticilere hukuki güvence sağlarken, pazarlama olanaklarını artırmakta, kırsal kalkınmayı desteklemekte ve ekonomik fayda sunmaktadır (Gökovalı, 2007).

Coğrafi işaretlere yönelik akademik çalışmalar son yıllarda artış göstermiştir. Yağmur ve Kardeş (2023), ulusal yazında yapılan çalışmaları incelemiş ve nitel araştırmaların nicel araştırmalara oranla daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmaların genellikle coğrafi işaret kavramının tanımı ve yöresel ürünlerle ilişkisi üzerine yoğunlaştığı, gastronomi ve yerel turizm alanındaki araştırmaların ise bu konuyu takip ettiği belirlenmiştir.

Türkiye’nin birçok ilinde olduğu gibi Giresun ili de kültürel değerlerini ekonomik değere dönüştürmeyi hedeflemekte, bu doğrultuda coğrafi işaretli ürünlere önem vermektedir. Görele dondurması, Çamoluk şeker kuru fasulyesi,

Şebinkarahisar karadutu, Çavuşlu ekmeği, Piraziz elması, Alucra oğlak kebabı, Giresun ısırganı, fındık ezmesi, fındık ezmesi, kalınkara fındığı, sivri fındığı, tombul fındığı ve tamzara dokuması Giresun'un coğrafi işaret almış önemli yerel ürünleri arasında yer almaktadır (TÜRKPATENT, 2024b).

İlgili literatür incelendiğinde Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünler üzerine sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu, özellikle de ortaokul düzeyindeki öğrencileri merkeze alan herhangi bir araştırmaya rastlanmadığı görülmektedir (Balık, 2024; Ekinci & Gök, 2022; Paslı, 2021; Özdemir, 2020; Cebeci & Şen, 2020). Bu durum, bu alanda önemli bir boşluk olduğunu göstermektedir.

Kavramsal Çerçeve

Coğrafi işaret kavramı ve önemi

Yerel kültürün ayrılmaz bir parçası olan yöresel ürünler, üretildikleri coğrafi alanla güçlü ve özgün bağlar taşımaktadır. Bu bağ, ürünün sadece fiziksel özelliklerini değil; üretim tekniklerini, geleneksel bilgi birikimini ve kültürel kimliği de yansıtmaktadır. Bu nedenle söz konusu ürünlerin korunması, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel bir gereklilik olarak görülmektedir. Özellikle taklit ürünlerin çoğalması ve haksız rekabetin artması, yerel ürünlerin coğrafi işaretler yoluyla yasal güvence altına alınmasını zorunlu hale getirmiştir (Tekelioğlu & Demirer, 2008).

Dünya Ticaret Örgütü, coğrafi işaretleri; belirli bir ürünün kökeninin dayandığı yer, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşen ve bu bağlamda belirli bir niteliğe, üne ya da diğer ayırt edici özelliklere sahip olduğunu gösteren işaretler olarak tanımlamaktadır (Altuntaş & Gülçubuk, 2014). Bu tanım doğrultusunda coğrafi işaret, bir ürünün kalitesinin ve özgünlüğünün garanti altına alınması, tüketici güveninin sağlanması ve yerel kalkınmanın desteklenmesi açısından işlevsel bir araç haline gelmiştir.

Son yıllarda, coğrafi işaretlerin yalnızca ticarî değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasında da etkili olduğu kabul görmektedir. Ürünlerin tescillenmesi ve ulusal ya da uluslararası düzeyde tanıtılması, bu ürünlerin turistik bir değer kazanmasını da beraberinde getirmektedir. Böylece coğrafi işaret, yöresel ürünlerin markalaşmasına ve yerel kalkınmanın sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır (Yenipınar ve diğerleri, 2014).

Türkiye'de coğrafi işaret

Türkiye'de coğrafi işaretlerin yasal olarak korunmasına yönelik gelişmeler, 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üyelikle ivme kazanmıştır. Bu süreçte, Avrupa Birliği'nin 2081/1992 sayılı Konsey Tüzüğü örnek alınarak aynı yıl 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" yürürlüğe girmiştir. Bu düzenleme ile daha önce yalnızca haksız rekabet hükümleri çerçevesinde dolaylı biçimde korunan yöresel ürünlere, etkin ve doğrudan bir koruma sağlanması amaçlanmıştır (Kan ve diğerleri, 2012).

Türkiye’de coğrafi işaretlerin tescil ve denetiminden sorumlu yetkili kurum Türk Patent ve Marka Kurumu’dur. Kurumun Aralık 2024 yılı verilerine göre toplam tescil sayısı 1646 ve toplam işlemlerine devam eden başvuru sayısı 584’dür. (TÜRKPATENT, 2024c).

Türkiye’deki sistemde coğrafi işaretler iki ana başlık altında tescillenmektedir: menşe adı ve mahreç işareti. Menşe adı; ürünün tüm üretim aşamalarının, ait olduğu coğrafi alanın sınırları içerisinde gerçekleştiği ve ürünün temel özelliklerini bu coğrafi çevreden aldığı durumları ifade eder. Örneğin Bayburt taşı, tüm üretim sürecini belirli bir bölge içinde tamamladığı için menşe adı kapsamına girmektedir (Gökovalı, 2007).

Mahreç işareti ise ürünün belirli bir niteliğinin veya ününün, coğrafi alanla özdeşleşmiş olması durumunu tanımlar. Bu tür ürünlerde üretim veya işleme aşamalarından en az biri ilgili coğrafi bölgede gerçekleşmiş olmalıdır. Ancak diğer aşamalar farklı bölgelerde yapılabilir (Gökovalı, 2007). Bu sınıflandırma, ürünlerin bölgesel kimliğini korumaya yönelik esnek ama sistemli bir yaklaşım sunmaktadır.

Tablo 1’de Türk Patent ve Marka Kurumu (2024b) resmi internet sitesi verilerine göre Giresun iline özgü coğrafi işaret tescilli ürünler gösterilmiştir.

Tablo 1. Giresun İline Özgü Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler

Coğrafi İşaret Adı	Başvurma Tarihi	Kabul Tarihi
Giresun tombul fıındığı	18.09.2000	10.10.2001
Piraziz elması	05.03.2013	21.12.2016
Çamoluk şeker kuru fasulyesi	21.11.2017	02.05.2018
Görele dondurması	20.04.2018	21.06.2019
Giresun kalıncara fıındığı	22.10.2018	18.09.2019
Giresun sivri fıındığı	22.10.2018	18.09.2019
Tamzara dokuması	31.08.2018	30.09.2019
Giresun fıındık ezmesi	22.10.2018	25.08.2020
Alucra oğlak kebabı	14.01.2019	27.10.2020
Çavuşlu ekmeği	20.04.2018	09.12.2020
Şebinkarahisar karadutu	06.02.2020	13.09.2021
Giresun ısırganı	20.01.2021	17.03.2022
Giresun fıındık ezmeli kadayıf tatlısı	02.06.2021	23.03.2023

Tablo 1’de Giresun’a özgü coğrafi işaret tescilli ürünler görülmektedir. Coğrafi işaret tescilli alan (f=13) ürün bulunmaktadır. Giresun tombul fıındığı, Piraziz elması, Çamoluk şeker kuru fasulyesi, Görele dondurması, Giresun kalıncara fıındığı, Giresun sivri fıındığı, tamzara dokuması, Giresun fıındık ezmesi, Alucra oğlak kebabı, Çavuşlu ekmeği, Şebinkarahisar karadutu, Giresun ısırganı, Giresun fıındık ezmeli kadayıf tatlısı Giresun’a özgü coğrafi işaret tescilli ürünlerdir.

Coğrafi işaretlerin kültürel mirasın korunmasındaki rolü

Coğrafi işaretler, yalnızca belirli bir bölgeye özgü ürünleri tanımlamakla kalmaz; aynı zamanda bu ürünlerin ardında yatan geleneksel üretim bilgisi, kültürel miras ve yerel yaşam biçimlerinin de korunmasına katkı sağlar. Bu yönüyle coğrafi işaretler, kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Tepe, 2008).

Türkiye gibi zengin bir kültürel mozaığe sahip ülkelerde coğrafi işaretler, yerel kimliğin güçlenmesine yardımcı olurken, geleneksel bilgilerin kayıt altına alınarak gelecek kuşaklara aktarılmasına da imkân tanır. Bu durum aynı zamanda bölgesel aidiyet duygusunun pekişmesine olanak sunar (Gökovalı, 2007).

Coğrafi işaretli ürünlerin oluşumunda yalnızca coğrafi koşullar değil, aynı zamanda kültürel değerler ve geleneksel bilgi gibi beşerî unsurlar da belirleyici rol oynar. Bu ürünler, ait oldukları bölgede kuşaktan kuşağa aktarılan geleneksel üretim biçimlerinin günümüzde de sürdürüldüğünün bir göstergesidir. Böylece, bölgenin tarımsal mirası, yerel kültürü ve geleneksel uygulamaları korunarak gelecek nesillere aktarılmakta; kültürel süreklilik sağlanmaktadır (Gündoğdu, 2006; Sandıkcı ve diğerleri, 2022).

Coğrafi işaretlerin eğitsel önemi

Coğrafi işaretli ürünler, yalnızca ekonomik fayda sağlamanın ötesinde; kültürel değerlerin korunması, yerel bilginin aktarılması ve toplumsal aidiyetin güçlendirilmesi açısından da önemli bir role sahiptir (Belletti ve diğerleri, 2017). Bu ürünler; üretildikleri bölgeye özgü bilgi, beceri ve geleneklerin bir yansımasıdır ve bu yönüyle yerel mirasın aktarımında etkili araçlar olarak değerlendirilmektedir (Tregear ve diğerleri, 2007).

UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nde belirtildiği üzere, yerel üretim geleneklerinin tanıtımı ve eğitime entegrasyonu, kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasında temel stratejilerden biridir (UNESCO, 2003). Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünler, yalnızca tüketilen birer gıda değil; aynı zamanda toplumsal belleği taşıyan, eğitsel ve kültürel değer aktarımını mümkün kılan öğretim nesneleri olarak da değerlendirilebilir.

Tanıtım etkinliklerinin eğitsel temelleri

Ortaokul öğrencilerine yönelik gerçekleştirilen tanıtım etkinliklerinde; afiş, sunum ve sergi gibi görsel ve sözel materyallerin, öğrencilerin farkındalık algılarını artırmada etkili bir araç olduğu kuramsal ve deneysel verilerle desteklenmektedir. Bu etkinlikler öğrencinin doğrudan üretici değil, gözlemleyici ve alıcı konumunda olduğu bir yapı içinde gerçekleşmiştir. Bu çerçevede, Jean Piaget'nin bilişsel gelişim kuramına göre ortaokul düzeyindeki öğrenciler, soyut düşünce becerilerini yeni geliştirmeye başladıklarından, öğrenme süreçlerinin somut, görsel ve anlamlı uyaranlarla desteklenmesi gereklidir (Piaget, 1972). Bu nedenle hazır afişlerin kullanımı, öğrencilerin dikkatini çekmede ve sunulan bilgileri daha etkili bir şekilde işlemlemelerinde önemli rol oynamaktadır.

Özellikle görsel materyallerin kullanımı, Paivio'nun (1986) Dual Kodlama Kuramı çerçevesinde açıklanabilir. Bu kurama göre, bilgiler hem görsel hem sözel yollarla alındığında zihinsel olarak daha güçlü biçimde kodlanmakta ve hatırlanma olasılığı artmaktadır. Afişlerin sınıf ortamında ya da koridor gibi alanlarda sergilenmesi, öğrencilerin görsel dikkatini çekerek öğrenmeye pasif bir biçimde de olsa katkı sunar. Bu etki, Gardner'ın Çoklu Zekâ Kuramı (1983) ile de desteklenir; çünkü görsel-uzamsal zekâyâ sahip öğrenciler, görsel uyaranlarla daha etkili öğrenme gösterirler. Sunum ve sergi etkinlikleri de sözel-dilsel zekâyâ hitap ederek, farklı öğrenme stillerine uygun çoklu öğrenme yolları sunar.

Tanıtım süreci boyunca öğrencilerin sunulan içeriği gözlemlemesi ve dikkatle takip etmesi, Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı (1977) kapsamında değerlendirilebilir. Bandura'ya göre bireyler yalnızca yaparak değil, gözlem yoluyla da öğrenirler. Öğrenciler bu etkinliklerde aktif üretici konumda olmasalar da, araştırmacının sunumunu izleyerek, sergilenen materyallerle etkileşim kurarak ve afişleri okuyarak gözlemsel öğrenme yoluyla bilgi edinmişlerdir. Bu gözlemsel öğrenme süreci, öğrencilerin konuya yönelik farkındalıklarının gelişmesinde etkili olabilir.

Tanıtım ortamının sosyal ve duygusal yönü de göz ardı edilmemelidir. İkrâm gibi öğrencinin hoşnutluğunu artıran öğeler, Goleman'ın (1995) Duygusal Zekâ Kuramı çerçevesinde pozitif öğrenme ortamlarının öğrencilerin duygusal bağ kurmasını kolaylaştırdığına işaret eder.

Amaç

Ortaokul öğrencilerinin Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünlere yönelik farkındalık algılarında, tanıtım etkinlikleri (afiş, sunum, sergi ve ikram) öncesi ve sonrası dönemdeki değişimini incelemektir. Araştırma, öğrencilerin yerel kültürel değerlere ilişkin bilinç ve farkındalık algılarını artırmaya yönelik eğitim ortamlarında yürütülen tanıtım faaliyetlerinin etkisini ortaya koymayı hedeflemektedir. Sunulan çalışma, öğrenciler özelinde coğrafi işaretli ürünlere ilişkin farkındalık algılarının artırılmasına yönelik uygulamalı bir yaklaşım sunarak bu boşluğu doldurmayı amaçlamakta; ayrıca gelecekteki araştırmalar için öneriler geliştirerek yerel bilinçlendirme çalışmalarının önemini vurgulamaktadır.

Metodoloji

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin analizi, etik ilkelere uygunluk, uygulama süreci ve tanıtım etkinliklerine yer verilmiştir.

Araştırmanın yöntemi

Bu araştırma, nicel ve nitel verilerin birlikte kullanıldığı karma yöntem desenine sahiptir. Veriler, tanıtım etkinlikleri tamamlandıktan sonra, aynı anda uygulanan

tek bir anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılar, bu formda hem etkinlik sonrası algılarını hem de etkinlik öncesine dair bilgi düzeylerini geriye dönük olarak değerlendirmiştir. Bu yapı doğrultusunda çalışma, eşzamanlı karma desen çerçevesinde yürütülmüştür. Bu desende, nicel ve nitel veriler eş zamanlı olarak toplanır, ayrı ayrı analiz edilir ve bulgular birlikte yorumlanır (Creswell & Plano Clark, 2018).

Nicel kısımda, retrospektif ön-son test içeren kesitsel tarama modeli kullanılmıştır. Kesitsel tarama modeli, uygulama öncesi ve sonrası durumların aynı anda değerlendirilerek katılımcıların algısal değişimlerinin belirlenmesine olanak tanır (Karasar, 2013). Retrospektif ön-son test yöntemi ise, katılımcıların uygulama sonrasında kendi önceki durumlarını hatırlayarak değerlendirmelerine dayanır. Bu yöntem, özellikle müdahale etkisini daha sağlıklı ölçmek amacıyla tercih edilen bir tekniktir (Howard, 1980; Rohs, 1999).

Nitel boyutta ise özel durum çalışması deseni kullanılmıştır. Özel durum çalışması, araştırma konusu olan durumun belirli bir zaman diliminde ve derinlemesine incelenmesine olanak sağlar (Çepni, 2014). Bu bağlamda nitel veri, Giresun ili Görele ilçesindeki bir devlet ortaokulunda gerçekleştirilen tanıtım etkinliklerine katılan öğrencilerin yerel ürün farkındalıklarına dair görüşlerini anlamaya yönelik olarak toplanmıştır.

Çalışma grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2024-2025 eğitim öğretim yılında Giresun ili Görele ilçesinde yer alan bir devlet ortaokulunda öğrenim gören ve gönüllülük esasına göre belirlenen 50 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcılar, kolay ulaşılabilir durum örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bu yöntem, araştırmacıya zaman ve erişim açısından avantaj sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008).

Veri toplama aracı

Veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen ve 4 nicel (kapalı uçlu) ile 3 nitel (açık uçlu) sorudan oluşan bir karma yapıdaki anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket formu, tanıtım etkinliklerinin tamamlanmasının hemen ardından öğrencilere bireysel olarak uygulanmıştır. Böylece öğrencilerden, hem etkinlik sonrası bilgi ve algı düzeylerini hem de etkinlik öncesine ilişkin geriye dönük değerlendirmelerini içeren yanıtlar alınmıştır. Anket formunun geliştirilmesi sürecinde iki Türkçe öğretmeni ve bir öğretim üyesinden uzman görüşü alınarak kapsam geçerliği sağlanmıştır. Kullanılan bu özgün form, herhangi bir telif izni gerektirmemektedir. Açık uçlu sorular, öğrencilerin yerel ürünlere ilişkin farkındalık algılarını ve etkinlik hakkındaki görüşlerini kendi ifadeleriyle yansıtabilmeleri amacıyla sade ve anlaşılır bir biçimde yapılandırılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını ortaokul öğrencileri oluşturduğundan, bu düzeye uygun olarak alınan yanıtlar çoğunlukla kısa ve basit ifadelerden oluşmuştur. Bu durum, öğrencilerin gelişimsel özelliklerine uygun olarak değerlendirilmiş ve analiz sürecinde dikkate alınmıştır.

Verilerin analizi

Verilerin analizinde hem nicel hem de nitel analiz teknikleri birlikte kullanılmıştır. Kapalı uçlu (nicel) sorulardan elde edilen veriler, frekans ve yüzde dağılımlarıyla analiz edilmiştir. Açık uçlu (nitel) sorulardan elde edilen veriler ise tematik analiz yaklaşımıyla çözümlenmiştir. Elde edilen veriler tablo halinde sunulmuştur. Tematik analiz sürecinde, verilerden yola çıkarak uygun kodlar ve temalar belirlenmiş; benzer kavramlar ilgili tema ve kodlar altında gruplandırılarak konunun okuyucu tarafından anlaşılması sağlanmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2008). Nitel analiz sürecinde, öğrenci yanıtları belirlenen tema ve kodlara göre kategorize edilmiş, kodlayıcılar arası güvenilirliği sağlamak amacıyla verilerin %30'u (15 öğrenci) ikinci bir alan uzmanı tarafından bağımsız olarak kodlanmıştır. Kodlayıcılar arası uyum, Krippendorff alfa = .82 olarak hesaplanmış ve bu değer kabul edilebilir güvenirlik düzeyini göstermiştir (Hayes & Krippendorff, 2007). Nicel ve nitel veriler, karma yöntem desenine uygun şekilde ayrı ayrı analiz edilmiş, elde edilen bulgular daha sonra karşılaştırmalı olarak yorumlanmış ve sonuçlar bütüncül biçimde değerlendirilmiştir (Creswell & Plano Clark, 2018).

Etik ilkelere ve resmi izne uygunluk

Bu araştırma, Giresun İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün 18.12.2024 tarihli ve MEB.TT.2024.011747 sayılı izni ile yürütülmüştür. Katılımcı öğrenci velilerinden bilgilendirilmiş gönüllü onam formları alınmış; veri toplama süreci boyunca gizlilik ve gönüllülük ilkelerine titizlikle uyulmuştur. Araştırma sürecinde Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri'ne tam uyum sağlanmıştır. Giresun İl Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından onaylanan izin belgesi sisteme yüklenmiştir.

Uygulama süreci ve tanıtım etkinlikleri

Araştırma kapsamında, Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkında öğrenci farkındalığını artırmak amacıyla dört aşamalı bir tanıtım programı uygulanmıştır. Bu program, toplamda bir haftalık bir süre içinde 5, 6, 7 ve 8. sınıf düzeylerinde ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Tanıtım süreci sırasıyla afiş, sunum, sergi ve ikram etkinliklerinden oluşmuştur.

Afiş etkinliği

İlk aşamada, Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünleri tanıtmak amacıyla Canva uygulaması aracılığıyla görsel açıdan zenginleştirilmiş bir afiş hazırlanmıştır. Hazırlanan bu afişlerde, ürünlerin isimleri ve görselleri yer almıştır. Afişler okul içerisindeki görünür alanlara (sınıf panoları, koridor panoları vb.) yerleştirilerek öğrencilerin dikkatine sunulmuştur. Bu sayede öğrencilerin görsel uyarıcılar aracılığıyla konuya karşı merak geliştirmesi hedeflenmiştir.

Sunum etkinliği

İkinci aşamada, her sınıf düzeyinde sınıf ortamında 20 dakikalık bir sunum

gerçekleştirilmiştir. Sunum içeriğinde; coğrafi işaret kavramı, coğrafi işaretli ürünlerin tarihsel gelişimi, Giresun'a özgü ürünlerin listesi, bu ürünlerin kültürel miras açısından taşıdığı önem ve toplumsal faydaları gibi temel bilgiler yer almıştır. Sunum sürecinde öğrencilerin dikkatini çekmeye yönelik kısa videolar, görsel materyaller ve sorularla katılım teşvik edilmiştir.

Sergi etkinliği

Üçüncü aşamada, okulun uygun bir alanında fiziksel bir sergi düzenlenmiştir. Bu sergide, Giresun'un coğrafi işaret tescili almış ürünlerinden bazıları örnekleriyle birlikte sunulmuştur. Ürünlerin yanında bilgilendirici etiketler ve açıklamalar yer almıştır. Sergi, her sınıf grubu için öğretmen eşliğinde gezdirilmiş ve öğrencilerin ürünleri yakından incelemesi sağlanmıştır.

İkram etkinliği

Sergi gezisi sırasında son aşama olan tadım etkinliği gerçekleştirilmiştir. Giresun'a özgü ürünlerden fındık, fındık ezmesi, Çavuşlu ekmeği ve Görele dondurması gibi seçilmiş örnekler hijyen koşulları gözetilerek öğrencilere ikram edilmiştir. Öğrencilerin bu ürünleri birebir deneyimlemeleri, hem bilişsel farkındalık hem de duygusal bağ geliştirmeleri açısından önemli görülmüştür.

Tüm tanıtım etkinlikleri sırasında görsel kayıtlar alınmış ancak bu görseller etik gerekçelerle çalışmada paylaşılmamıştır. Öğrenci görsellerinin yer aldığı fotoğraflar, yalnızca okul arşivi ve sınırlı izleme kapsamında kullanılmıştır.

Araştırma sürecinde öğrencilerin etkinliklere gönüllü olarak katılmaları ve bilgilendirilmiş veli onamlarının alınmış olması etik ilkelere uygunluğun sağlandığını göstermektedir.

Bulgular

Bu bölümde anket formundan elde edilen nicel ve nitel verilerin analizinden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tanıtım öncesi bilgi düzeyi

Öğrencilere yöneltilen “Tanıtım etkinliklerinden önce, Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi miydiniz?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Tanıtım Öncesi Bilgi Düzeyi

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Hayır	39	78
Evet	11	22

Yanıtlar incelendiğinde, öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%78) tanıtım etkinlikleri öncesinde Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olmadığını düşündükleri görülmektedir.

Tanıtım sonrası bilgi kazanımı

“Tanıtım etkinliklerinden sonra, Giresun’a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkında ne kadar bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Tanıtım Sonrası Bilgi Düzeyi

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Çok daha fazla bilgi edindim	34	68
Biraz daha bilgi edindim	13	26
Az bilgi edindim	3	6

Öğrencilerin %68’i etkinlikler sonrasında bilgi düzeylerinde önemli bir artış yaşadığını ifade etmiştir.

Kültürel miras bilinci

“Tanıtım sonrası, bu ürünlerin Giresun’un kültürel mirası açısından önemini kavrayabildiğinizi düşünüyor musunuz?” sorusunun yanıtlarına Tablo 5’te yer verilmiştir.

Tablo 5. Kültürel Miras Farkındalığı

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet, çok iyi kavradım	33	66
Evet, bir miktar kavradım	16	32
Hayır, kavramadım	1	2

Katılımcıların %98’i, ürünlerin kültürel miras açısından önemini belirli ölçüde kavradığını ifade etmiştir.

Bilgi edinme isteği

“Tanıtım sonrası bu ürünler hakkında daha fazla bilgi edinme isteğiniz var mı?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Bilgi Edinme İsteği

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet, çok istekliyim	21	42
Evet, biraz istekliyim	20	40
Hayır, isteğim yok	9	18

Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%82) bu ürünler hakkında daha fazla bilgi edinmeye istekli olduklarını belirtmiştir.

Tanıtım öncesi bilinen ürünler

“Tanıtım etkinliklerinden önce hangi Giresun’a özgü coğrafi işaretli ürünleri biliyordunuz?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Tanıtım Öncesi Bilinen Ürünler

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Bilinmeyenler	Hiçbirini bilmiyordum	23	23,7
	Fındık	22	22,7
Fındık ve türevleri	Fındık ezmesi	5	5,2
	Görelle dondurması	21	21,6
Geleneksel gıda ürünleri	Çavuşlu ekmeği	13	13,4
	Isırgan	13	13,4

Öğrencilerin birçoğu (f=23) etkinlik öncesinde hiçbir ürünü tanımadığını belirtmiştir. En çok bilinen ürün fındık (%22,7), bunu Görelle dondurmasıdır (%21,6) ve Çavuşlu ekmeği (%13,4) takip etmektedir.

Tanıtım sonrası fark edilen ürünler

“Tanıtım etkinliklerinden sonra fark ettiğiniz Giresun’a özgü coğrafi işaretli ürünler hangileridir?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Tanıtım Sonrası Fark Edilen Ürünler

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Fındık ve türevleri	Giresun fındık ezmesi	29	10,9
	Giresun sivri fındığı	28	10,6
	Giresun tombul fındığı	27	10,2
	Giresun kalinkara fındığı	12	4,5
	Çavuşlu ekmeği	29	10,9
Geleneksel gıda ürünleri	Görelle dondurması	22	8,3
	Giresun fındık ezmesi kadayıf tatlısı	18	6,8
	Piraziz elması	29	10,9
Meyve ve sebzeler	Giresun ısırganı	15	5,7
	Şebinkarahisar karadutu	10	3,8
El sanatları	Tamzara dokuması	22	8,3
Et ürünleri	Alucra oğlak kebabı	14	5,3
Bakliyat	Çamoluk şeker kuru fasulyesi	10	3,8

Bu bulgulara göre; Giresun fındık ezmesi (%10,9), Çavuşlu ekmeği (%10,9) ve Piraziz elması (%10,9) en çok fark edilen ürünler arasında yer almıştır. Tema bazında en yüksek farkındalık fındık ve türevlerinde görülmüştür (%36,2).

Farkındalıkta değişim

“Tanıtım etkinliklerinden sonra farkındalığınızda ne gibi değişimler oldu?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Farkındalık Değişimi

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Farkındalık gelişimi	Farkındalık oluştu	32	42,7
	Farkındalığım arttı	13	17,1
Bilgi edinme	Bilgilendim	29	38,2
Olumlu genel değerlendirme	Çok güzel değişim oldu	1	1,3
Değişim yok	Olmadı	1	1,3

Tablo 9’a göre, öğrencilerin %97,4’ü tanıtım faaliyetlerinin ardından farkındalık algılarının olumlu yönde değiştiğini belirtmiştir. En baskın temalar “farkındalık gelişimi” (%59,2) ve “bilgi edinme” (%38,2) olmuştur.

Tartışma ve Sonuç

Türkiye’nin birçok ilinde olduğu gibi Giresun ili de ekonomik gelişimini desteklemek amacıyla kültürel değerlerini turistik ve destekleyici ürünlere dönüştürmeyi hedeflemektedir. Giresun’a ait önemli yerel değerler arasında Görele dondurması, Çamoluk şeker kuru fasulyesi, Şebinkarahisar karadutu, Çavuşlu ekmeği, Piraziz elması, Alucra oğlak kebabı, Giresun ısırganı, fındık ezmeli kadayıf tatlısı, fındık ezmesi, kalınkara fındığı, sivri fındığı, tombul fındığı ve Tamzara dokuması gibi coğrafi işaret tesciline sahip ürünler bulunmaktadır (TÜRKPATENT, 2024b). Ancak, ilgili literatür incelendiğinde Giresun’a özgü coğrafi işaretli ürünlerle ilgili sınırlı sayıda çalışma olduğu; özellikle öğrencilerin bu ürünlerle ilgili bilgi ve farkındalık algılarına yönelik araştırmaların yok denecek kadar az olduğu görülmüştür (Balık, 2024; Ekinci & Gök, 2022; Paslı, 2021; Özdemir, 2020; Cebeci & Şen, 2020). Bu eksiklik, coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı ve korunması açısından önemli bir farkındalık açığını ortaya koymaktadır.

Çalışkan ve Koç (2013), Türkiye’de tescil almış coğrafi işaretli ürünlerin yaklaşık dörtte birinin festival gibi etkinliklerle tanıtıldığını belirtmiş; benzer şekilde Aktaş ve diğerleri (2023), Denk & Sanalan (2023) ve Ekinci & Gök (2022) de festival, şenlik ve reklam gibi tanıtım faaliyetlerinin önemine vurgu yapmıştır. Bu çalışmada ise afiş, sunum, sergi ve ikram gibi çeşitli etkinliklerle tanıtım faaliyetleri yürütülmüştür.

Araştırmanın bulguları, tanıtım etkinliklerinden önce öğrencilerin %78’inin Giresun’a özgü coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olmadığını göstermiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğine yönelik bu sonuç Everest ve diğerleri (2022), Çavuş & Eker (2022), İçli & Anıl (2022) ve Kalekahyası & Göktaş (2022) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Bilinen ürünler arasında

ise fındık öne çıkmaktadır; bu sonuç Paslı' nın (2021) araştırmasıyla uyumludur. Tanıtım etkinlikleri sonrasında ise öğrencilerin Giresun fındık ezmesi (%58), Çavuşlu ekmeği (%58), Piraziz elması (%58), Giresun sivri fındığı (%56), Giresun tombul fındığı (%54), Tamzara dokuması (%44), Görele dondurması (%44), Giresun fındık ezmeli kadayıf tatlısı (%36) ve Giresun ısırganı (%30) gibi ürünler hakkında farkındalık algıları kazandıkları belirlenmiştir. Özellikle fındık ve türevleri teması, toplam %36,2'lik farkındalık oranıyla en yüksek bilinirliğe ulaşmıştır. Bu oranlar, öğrenci sayısına göre hesaplanmıştır.

Tanıtım sonrası, öğrencilerin %68'i "çok daha fazla bilgi edindim" yanıtını verirken, %66' sı bu ürünlerin Giresun'un kültürel mirası açısından önemini "çok iyi kavradığını" belirtmiştir. Bu sonuç, tanıtım etkinliklerinin bilgilendirici ve farkındalık algısını artırıcı etkisini ortaya koymaktadır. Erik ve Pekerşen (2018) ile Süslü ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmalar da coğrafi işaretli ürünlerin kültürel mirasın korunması ve aktarılmasında kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Demir ve Dalgıç (2022) çalışmalarında festival gibi etkinliklerin yöresel ürünlerin tanıtımında farkındalık algısını etkileyebileceğine işaret ederken, bu araştırmada afiş, sunum, sergi ve ikramlarla yapılan tanıtım etkinliklerinin öğrencilerde %64 farkındalık algısı ve %58 bilgilendirme sağladığı görülmüştür. Ceylan ve Samırkaş Komşu (2020) da benzer şekilde tanıtım faaliyetlerinin farkındalık algısı üzerinde rol oynayabileceğine değinmiştir. Araştırmada öğrencilerin "farkındalık oluştu" ve "bilgilendim" gibi kısa ifadeler kullanması, ergenlik öncesi dönemdeki bireylerin soyut kavramları ifade etme becerilerinin gelişimsel sınırlılığıyla tutarlıdır (Eccles, 1999). Bu sonuçlar, öğrencilerin kendi deneyimlerine dayalı olarak farkındalık algılarını ifade ettiklerini göstermektedir.

Tanıtım etkinliklerinden sonra, öğrencilerin %82'si bu ürünler hakkında daha fazla bilgi edinmek istediklerini belirtmiştir. Bu durum, yerel ve kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması için bilinçlendirme çalışmalarının gerekliliğini desteklemektedir.

Sonuç olarak; yapılan tanıtım faaliyetleri, öğrencilerin Giresun'un coğrafi işaretli ürünlerine yönelik farkındalık algılarını artırmaya katkı sağlamış, bu ürünlerin kültürel ve ekonomik değerlerini daha yakından kavramalarına yardımcı olmuştur. Araştırma, öğrencilerin tanıtım etkinlikleri sonrasında kendi deneyimlerine dayalı olarak farkındalık algılarını ifade ettiklerini göstermektedir. Ayrıca, bu çalışma gelecekteki araştırmalar için öneriler sunmakta ve yerel bilinçlendirme çalışmalarının önemine bir kez daha dikkat çekmektedir.

Öneriler

- Okullarda ve eğitim kurumlarında Giresun'a özgü coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımına yönelik düzenli etkinlikler (afiş, sunum, sergi, ikram vb.) gerçekleştirilmelidir. Çünkü tanıtım etkinlikleri sonrası öğrencilerin %68'i bu ürünler hakkında çok daha fazla bilgi sahibi olduklarını ifade ettiler.
- Öğrencilerin tanıtım öncesinde %78 oranında bu ürünler hakkında bilgi sahibi

olmaması göz önünde bulundurularak, yerel coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımına yönelik ders içerikleri ve eğitim materyalleri geliştirilmelidir.

•Öğrencilerin %66'sının tanıtım sonrası, bu ürünlerin Giresun'un kültürel mirası açısından önemli olduğunu düşündüklerini ifade etmeleri dikkate alınarak tanıtım faaliyetlerinde kültürel miras bilinci oluşturmaya yönelik çalışmalar yer almalıdır.

•Tanıtım sonrası öğrencilerin %82'sinin daha fazla bilgi edinmek istemesi, sürdürülebilir ve devamlı eğitim programlarının geliştirilmesinin önemini göstermektedir. Bu kapsamda okul dışı etkinlikler, yerel festivaller, sosyal medya kampanyaları ve profesyonel reklam çalışmaları da tanıtım stratejilerine dahil edilmelidir.

•Bu çalışmanın kısa süreli bir uygulamaya dayanması nedeniyle, uzun vadeli ve boyamsal izleme çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Öğrencilerin yerel ürün farkındalığının zaman içinde kalıcılığı, davranış değişimine etkisi ve tutumsal gelişimi, çeşitli dönemlerde yapılacak izleme araştırmalarıyla değerlendirilebilir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecek Araştırmalar

Araştırma bazı sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle, çalışma yalnızca Giresun ili Görele ilçesinde bir devlet okulunda 50 gönüllü öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Bu durum, örneklemin temsiliyetini ve bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Ayrıca, veriler kısa süreli bir uygulamanın hemen sonrasında toplanmış, uzun vadeli etkiler gözlemlenmemiştir. Retrospektif ön-son test tekniği, öğrencilerin uygulama öncesi durumlarını sonradan hatırlayarak değerlendirmelerine dayandığı için algı yanlılığı taşıma riski bulunmaktadır. Kullanılan anket formunun araştırmacı tarafından geliştirilmiş olması da ölçme aracının geçerliliği ve güvenilirliği açısından sınırlayıcı bir unsur olabilir.

Yazar Katkıları

Tüm yazarlar araştırmanın her aşamasına katkı sağlamış, makalenin son halini okuyarak onaylamıştır.

Yayın Etiği

Bu çalışma, Giresun İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün 18.12.2024 tarihli ve MEB.TT.2024.011747 sayılı izni ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin velilerinden bilgilendirilmiş gönüllü onam formları alınmış; veri toplama sürecinde gizlilik, gönüllülük ve etik ilkelere titizlikle uyulmuştur.

ORCID

Fatih Aktürk  <http://orcid.org/0000-0002-1809-5349>

Eyüphan Bahadır  <http://orcid.org/0000-0002-2381-1012>

Kaynakça

- Altuntaş, A., & Gülçubuk, B. (2014). Yerel kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak geleneksel gıdalar ve geleneksel gıda mevzuatının yaygınlaştırılabilirliği. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 31(3), 72-80.
- Aktaş, A. C., Akgül, O. & Gökdemir, S. (2023). Turist rehberlerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik farkındalıkları. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 6(2), 738-755. <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.297>
- Balık, H. İ. (2024). Coğrafi işaret tescilli Giresun tombul fındığının bazı özellikleri. *Bahçe*, 53(Özel Sayı 1), 49-55. <https://doi.org/10.53471/bahce.1481823>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1, pp. 141-154). Englewood Cliffs, NJ: Prentice hall.
- Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J. M. (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World development*, 98, 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Bülbül, H. (2016). Müze ile eğitim yoluyla ortaokul öğrencilerinde kültürel miras bilinci oluşturma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 681-694.
- Cebeci, H., & Şen, M. A. (2020). Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele Dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 197-217.
- Ceylan, Y., & Samırkas Komşu, M. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi: Siirt ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 59, 75. <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.297>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage.
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2013). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Çengelci, T. (2012). Sosyal bilgiler öğretim programında somut olmayan kültürel mirasın yeri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 185-203.
- Çepni, S. (2014). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş* (Geliştirilmiş 7. baskı). Celepler Matbaacılık.
- Demir, M. & Dalgıç, A. (2022). Examining gastronomy festivals as the attractiveness factor for tourism destinations: *The case of Turkey*. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(5), 412-434. <http://dx.doi.org/10.1080/15470148.2022.2089797>
- Denk, E., ve Sanalan Bilici, N. (2023). Coğrafi işaretler hakkında yerel yönetici değerlendirmelerinin analizi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.266>
- Eccles, J. S. (1999). The development of children ages 6 to 14. *The future of children*, 30-44.
- Ekinci, E., & Gök, İ. (2022). Giresun'a ait coğrafi işaretli Görele dondurmasının tüketiciler tarafından değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 339-356.
- Erik, U., & Pekerşen, Y. (2018). Konya ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinin bölge turizminin gelişimi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(3), 4866-4877. <https://doi.org/10.26450/jshsr.964>
- Everest, B., Aker, A., Çıracı, B., & Ege, R. U. (2022). Çiftçilerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyleri ile bilgilendirme isteklerinin analizi: Çanakkale ili örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 9(4), 1123-1130.
- Gardner, H. (2011). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic books.
- Goleman, D. (2005). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam.
- Gökova, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Gündoğdu, G. (2006). *Türk hukukunda coğrafi işaret kavramı ve korunması*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güngör, H., Öztürk, H. M., & Ogelman, H. G. (2022). Okul öncesi eğitimi öğretmenliği lisans öğrencilerinin "kültürel miras" kavramına ilişkin algılarına yönelik metafor analizi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 511-521. <https://doi.org/10.33206/mjss.984027>
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89.
- Howard, G. S. (1980). Response-shift bias: A problem in evaluating interventions with pre/post self-reports. *Evaluation review*, 4(1), 93-106. <https://doi.org/10.1177/0193841X8000400105>
- İçli, G. E., & Anıl, N. K. (2022). Coğrafi işaretler ve Kırklareli beyaz peyniri. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8(4).
- Kalekahyası, S., & Göktaş, B. (2022). Coğrafi işaret almış yöresel ürünlerin bilinirlik düzeyi ve tüketici tutumlarına etkisi: Bayburt ili örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 673-702.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanıma olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.

- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma modelleri* (25. baskı). Nobel Yayıncılık.
- Özdemir, M. (2020). Coğrafi işaretler ve Türk mutfak kültüründe bir imge: Espiye Pidesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(25), 92-104. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.836094>
- Pash, M. M. (2021). Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri üzerine bir araştırma: Giresun ili örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), 93-99.
- Paivio, A. (1990). *Mental representations: A dual coding approach*. Oxford university press.
- Piaget, J., & Inhelder, B. (2008). *The psychology of the child*. Basic books.
- Rohs, F. R. (1999). Response shift bias: A problem in evaluating leadership development with self-report pretest-posttest measures. *Journal of Agricultural Education*, 40(4), 28-37. <https://doi.org/10.5032/jae.1999.04028>
- Sandıkcı, M., Kazan, İ., & Baydeniz, E. (2022). Ege Bölgesi'nde coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyinin belirlenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2393-2408.
- Sürücü, O., & Başar, M. E. (2016). Kültürel mirası korumada bir farkındalık aracı olarak sanal gerçeklik. *Artium*, 4(1), 13-26.
- Süslü, C. Eryılmaz, G. & Demir, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.58>
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tekelioğlu, Y., & Demirel, R. (2008). Küreselleşme sürecinde yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. *İGEME'den Bakış*, 36, 1-716.
- Tepe, S. (2008). Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri. *Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara*.
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural studies*, 23(1), 12-22. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024a, 30 Aralık). Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı. <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024b, 30 Aralık). Giresun iline özgü coğrafi işaret tescilli ürünler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=28&tur=&urunGrubu=&adi=>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024c, 30 Aralık). Tescil ve başvuru sayıları. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- Yağmur, Y., & Kardeş, M. (2023). Coğrafi işaret kavramıyla ilgili ulusal yazında gerçekleştirilen çalışmaların incelenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(3), 224-233. <https://doi.org/10.58636/jtis.1383922>
- Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. baskı). Seçkin Yayıncılık.



The role of promotional activities in developing middle school students' perceptions of awareness of geographical indication products: a case study from Giresun

Fatih Aktürk & Eyüphan Bahadır

To cite this article: Aktürk, F. & Bahadır, E. (2025). Ortaokul öğrencilerinin coğrafi işaretli ürün farkındalık algılarında tanıtım etkinliklerinin rolü: Giresun örneği, *The Journal of International Social Science Education*, 11(2), 71-99. DOI: 10.47615/issej.1756699

To link to this article: <https://doi.org/10.47615/issej.1756699>



© 2025 The Author(s). Reprints and permissions:
Authors have permission to share their article after it has been published
in ISSEJ/The journal of International Social Science Education, either in
print or online as a First Edition

Highlights

It was known in the literature that geographically indicated products play a role in preserving cultural heritage and fostering economic development. However, studies measuring the awareness perceptions level of secondary school students regarding these products and testing the impact of promotional activities were lacking.

This research makes an original contribution to the literature by demonstrating that short-term promotional activities in schools, such as posters, presentations, exhibitions, and product sampling, increase students' knowledge of local products and awareness perceptions.

In practical terms, it provides educators with a concrete model for developing students' appreciation of local heritage through in-school activities.

ISSEJ/The Journal of International Social Science Education is a double peer-reviewed online journal. This article can be used for research, teaching and private studies. Only the authors are responsible for the content of the article. The journal has the copyright of the articles. The publisher cannot be held liable for any loss, transaction, claim or damage arising directly or indirectly in connection with the use of the research material.

All authors are requested to disclose any actual or potential conflict of interest including any financial, personal or other relationships with other people or organizations regarding the submitted work.

The role of promotional activities in developing middle school students' perceptions of awareness of geographical indication products: a case study from Giresun

Fatih Aktürk  Eyüphan Bahadır 

Görele Cumhuriyet Ortaokulu, Giresun, 28800, Türkiye

Narman Şehit Astsubay Çavuş Soner Özübek Yatılı Bölge Ortaokulu, Erzurum, 25530, Türkiye

ABSTRACT

This study examined changes in perceived awareness levels of middle school students regarding geographically indicated (GI) products specific to Giresun before and after promotional activities. A mixed-method design was employed. Quantitative data were collected through a cross-sectional survey model incorporating a retrospective pre-posttest, while qualitative data were gathered using a case study approach. The study group consisted of 50 voluntary students from a public middle school in Görele district, Giresun province. Data were collected via a questionnaire administered after promotional activities (posters, presentations, exhibitions, and tastings). Closed-ended questions were analyzed using frequency and percentage distributions; open-ended questions were examined through content analysis. Findings revealed that 78% of students lacked prior knowledge of GI products specific to Giresun before the promotion. Following the activities, 68% reported recognizing these products, with the most frequently identified being Giresun hazelnut paste, Çavuşlu bread, and Piraziz apple. Thematic analysis of student responses indicated that they recognized local products, developed positive attitudes toward them, and demonstrated a sense of ownership. Additionally, students' perceived awareness of local products significantly increased after the promotional process. In conclusion, school-based promotional activities were observed to be effective in enhancing students' perceptions of awareness local products and geographic indication-labeled products, highlighting the need to include similar activities in educational programs to foster local awareness.

ARTICLE HISTORY

Received 01 August 2025
 Accepted 12 November 2025

KEYWORDS

Geographical
 Indication, Awareness,
 Middle School
 Students, Giresun.

Type of the paper
 Research Article

CONTACT Fatih Aktürk  fttktrk@hotmail.com.tr  Görele Cumhuriyet Ortaokulu, 28800, Giresun, Türkiye

© 2025 The Author(s).

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial License <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

Introduction

There is a functional and reciprocal relationship between the educational process and culture. While culture determines the content of education, education enables the transmission of cultural values to individuals. In this context, it can be stated that education and culture function together to ensure social continuity. Awareness of cultural elements and values in social life is acquired through formal or informal education (Çengelci, 2012).

Individuals are beings who are in constant interaction with their environment. The geography in which they live, their experiences, and the knowledge transmitted from generation to generation contribute to the formation of different cultural structures. Therefore, individuals carry the cultural characteristics of the society they belong to and the family in which they are raised (Güngör et al., 2022). The accumulation of all tangible and intangible values possessed by societies constitutes the concept of “cultural heritage.” The sustainability of cultural heritage is possible through its transmission to new generations (Bülbül, 2016).

The protection and preservation of cultural heritage have become an important national and international policy over the past century and have been secured through laws, regulations, and conventions. In the sustainability of this process, individuals’ awareness, education, and level of consciousness are among the primary determinants (Sürücü & Başar, 2016). Countries that develop various strategies for the protection of cultural values diversify protection methods according to the nature of these values. In Türkiye, various efforts are also carried out to protect cultural values. One of these efforts is the geographical indication registration system. A geographical indication is a marking system that identifies products that are associated with a specific region, have gained a reputation, and possess distinctive qualities (Turkish Patent and Trademark Office [TÜRKPATENT], 2024a). Through this system, local products are registered, and their characteristics such as quality, production method, and origin are protected (Tekelioğlu, 2019).

Türkiye’s diverse climate conditions, varied soil structures, and rich cultural accumulation have provided a foundation for the emergence of many unique products. This diversity indicates the existence of numerous products eligible for geographical indication registration. The protection of geographically indicated products provides legal assurance for producers, increases marketing opportunities, supports rural development, and offers economic benefits (Gökovalı, 2007).

Academic studies on geographical indications have increased in recent years. Yağmur and Kardeş (2023) examined studies conducted in the national literature and revealed that qualitative research is more prevalent than quantitative research. It was determined that studies generally focus on the definition of the concept of geographical indication and its relationship with local products, followed by research in the fields of gastronomy and local tourism.

As in many provinces of Türkiye, Giresun province also aims to transform its cultural values into economic value and therefore places importance on geographically indicated products. Görele ice cream, Çamoluk sugar dry beans, Şebinkarahisar black mulberry, Çavuşlu bread, Piraziz apple, Alucra kid goat kebab, Giresun nettle, hazelnut paste kadayıf dessert, hazelnut paste, Kalınkara hazelnut, Sivri hazelnut, Tombul hazelnut, and Tamzara weaving are among the important local products of Giresun that have received geographical indication registration (TÜRKPATENT, 2024b).

An examination of the relevant literature reveals that there are a limited number of studies on geographically indicated products specific to Giresun and that no research has been found focusing specifically on middle school students (Balık, 2024; Ekinci & Gök, 2022; Paşlı, 2021; Özdemir, 2020; Cebeci & Şen, 2020). This situation indicates a significant gap in the literature.

Purpose

The purpose of this study is to examine the change in middle school students' awareness perceptions of geographically indicated products specific to Giresun before and after promotional activities (posters, presentations, exhibitions, and tastings). The study aims to reveal the effect of promotional activities conducted in educational settings on increasing students' awareness and consciousness regarding local cultural values. By offering an applied approach to increasing awareness perceptions of geographically indicated products among students, the present study seeks to fill this gap and emphasizes the importance of local awareness-raising activities by developing recommendations for future research.

Method

This study adopts a mixed-methods design in which quantitative and qualitative data are used together. The data were collected through a single questionnaire administered simultaneously after the completion of the promotional activities. In this form, participants retrospectively evaluated both their post-activity perceptions and their pre-activity knowledge levels. Accordingly, the study was conducted within the framework of a concurrent mixed-methods design. In this design, quantitative and qualitative data are collected simultaneously, analyzed separately, and the findings are interpreted together (Creswell & Plano Clark, 2018).

In the quantitative component, a cross-sectional survey model with a retrospective pre–post test was employed. The cross-sectional survey model allows for the simultaneous evaluation of pre- and post-intervention conditions to determine participants' perceptual changes (Karasar, 2013). The retrospective pre–post test method is based on participants' evaluations of their prior status by recalling it after the intervention. This method is particularly preferred to measure intervention effects more accurately (Howard, 1980; Rohs, 1999).

In the qualitative dimension, a case study design was used. Case studies allow for an in-depth examination of the situation under investigation within a specific time frame (Çepni, 2014). In this context, qualitative data were collected to understand the views of students who participated in promotional activities conducted at a public middle school in the Görele district of Giresun province regarding their awareness of local products.

Findings

This section presents the findings obtained from the analysis of the quantitative and qualitative data collected through the questionnaire. An examination of the responses revealed that the majority of students (78%) believed that they did not have knowledge about geographically indicated products specific to Giresun prior to the promotional activities. After the activities, 68% of the students stated that they experienced a significant increase in their level of knowledge. A total of 98% of the participants indicated that they had gained an understanding of the importance of these products in terms of cultural heritage to a certain extent. The majority of students (82%) expressed a willingness to learn more about these products. Many students ($f = 23$) stated that they did not recognize any product prior to the activities. The most well-known product was hazelnut (22.7%), followed by Görele ice cream (21.6%) and Çavuşlu bread (13.4%). Giresun hazelnut paste (10.9%), Çavuşlu bread (10.9%), and Piraziz apple (10.9%) were among the most frequently noticed products. The highest level of awareness by theme was observed in hazelnuts and their derivatives (36.2%). A total of 97.4% of the students stated that their awareness perceptions changed positively after the promotional activities. The most dominant themes were “development of awareness” (59.2%) and “acquisition of knowledge” (38.2%).

Discussion and Conclusion

As in many provinces of Türkiye, Giresun province aims to transform its cultural values into touristic and supportive products to promote economic development. Among Giresun’s important local values are geographically indicated products such as Görele ice cream, Çamoluk sugar dry beans, Şebinkarahisar black mulberry, Çavuşlu bread, Piraziz apple, Alucra kid goat kebab, Giresun nettle, hazelnut paste kadayıf dessert, hazelnut paste, Kalınkara hazelnut, Sivri hazelnut, Tombul hazelnut, and Tamzara weaving (TÜRKPATENT, 2024b). However, a review of the relevant literature indicates that there are a limited number of studies on geographically indicated products specific to Giresun, and research focusing on students’ knowledge and awareness perceptions of these products is almost nonexistent (Balık, 2024; Ekinci & Gök, 2022; Paslı, 2021; Özdemir, 2020; Cebeci & Şen, 2020). This deficiency reveals a significant awareness gap regarding the promotion and protection of geographically indicated products.

Çalışkan and Koç (2013) reported that approximately one quarter of geographically indicated products registered in Türkiye are promoted through events such as festivals; similarly, Aktaş et al. (2023), Denk and Sanalan (2023), and Ekinci and Gök (2022) emphasized the importance of promotional activities such as festivals, fairs, and

advertising. In the present study, promotional activities were conducted through posters, presentations, exhibitions, and tastings.

The findings revealed that 78% of the students did not have knowledge about geographically indicated products specific to Giresun prior to the promotional activities. This result is consistent with the findings of Everest et al. (2022), Çavuş and Eker (2022), İçli and Anıl (2022), and Kalekahyası and Göktaş (2022). Among the known products, hazelnut stood out, which is consistent with the findings of Paslı (2021). After the promotional activities, students gained awareness perceptions regarding products such as Giresun hazelnut paste (58%), Çavuşlu bread (58%), Piraziz apple (58%), Giresun Sivri hazelnut (56%), Giresun Tombul hazelnut (54%), Tamzara weaving (44%), Görele ice cream (44%), Giresun hazelnut paste kadayıf dessert (36%), and Giresun nettle (30%). In particular, the theme of hazelnuts and their derivatives reached the highest level of awareness with a total rate of 36.2%. These rates were calculated based on the number of students.

After the promotional activities, 68% of the students responded that they had “gained much more information,” while 66% stated that they had “very well understood” the importance of these products in terms of Giresun’s cultural heritage. This result demonstrates the informative and awareness-enhancing effect of promotional activities. Studies conducted by Erik and Pekerşen (2018) and Süslü et al. (2020) also emphasize the critical role of geographically indicated products in the preservation and transmission of cultural heritage.

While Demir and Dalgıç (2022) pointed out that events such as festivals may influence awareness perceptions in the promotion of local products, the present study found that promotional activities carried out through posters, presentations, exhibitions, and tastings resulted in 64% awareness perception and 58% information acquisition among students. Similarly, Ceylan and Samırkaş Komşu (2020) noted that promotional activities may play a role in awareness perception. The use of short expressions such as “awareness was formed” and “I became informed” by students is consistent with the developmental limitations of pre-adolescent individuals in expressing abstract concepts (Eccles, 1999). These findings indicate that students expressed their awareness perceptions based on their own experiences.

After the promotional activities, 82% of the students stated that they wanted to obtain more information about these products. This supports the necessity of awareness-raising activities for the preservation of local and cultural heritage and its transmission to future generations.

In conclusion, the promotional activities contributed to increasing students’ awareness perceptions of Giresun’s geographically indicated products and helped them better understand the cultural and economic value of these products. The study shows that students expressed their awareness perceptions based on their own experiences following the promotional activities. In addition, this study offers recommendations for future

research and once again draws attention to the importance of local awareness-raising activities.

Implication and Suggestions

- Regular activities (posters, presentations, exhibitions, tastings, etc.) aimed at promoting geographically indicated products specific to Giresun should be conducted in schools and educational institutions, as 68% of students stated that they gained much more knowledge about these products after the promotional activities.
- Considering that 78% of students did not have prior knowledge about these products before the promotional activities, course content and educational materials aimed at introducing local geographically indicated products should be developed.
- Given that 66% of students stated after the promotion that these products are important for Giresun's cultural heritage, promotional activities should include practices aimed at fostering cultural heritage awareness.
- The fact that 82% of students wanted to obtain more information after the promotion indicates the importance of developing sustainable and continuous educational programs. In this context, out-of-school activities, local festivals, social media campaigns, and professional advertising efforts should also be included in promotional strategies.
- Since this study is based on a short-term implementation, there is a need for long-term and longitudinal follow-up studies. The persistence of students' awareness of local products over time, its effect on behavioral change, and attitudinal development can be evaluated through follow-up research conducted at different intervals.

Research Limitations and Future Research

The study has certain limitations. First, it was conducted with 50 volunteer students from a single public school in the Görele district of Giresun province. This limits the representativeness of the sample and the generalizability of the findings. In addition, the data were collected immediately after a short-term intervention, and long-term effects were not observed. Since the retrospective pre–post test technique relies on students' recollection and evaluation of their pre-intervention status, it carries a risk of perception bias. Furthermore, the fact that the questionnaire was developed by the researcher may be considered a limitation in terms of the validity and reliability of the measurement tool.

Author Contributions

All authors contributed to every stage of the research and read and approved the final version of the manuscript.

Publication Ethics

This study was conducted with the permission of the Giresun Provincial Directorate of National Education dated 18.12.2024 and numbered MEB.TT.2024.011747. Informed voluntary consent forms were obtained from the parents of the students involved in the study, and confidentiality, voluntariness, and ethical principles were meticulously observed during the data collection process.

ORCID

Fatih Aktürk  <http://orcid.org/0000-0002-1809-5349>

Eyüphan Bahadır  <http://orcid.org/0000-0002-2381-1012>

References

- Altuntaş, A., & Gülçubuk, B. (2014). Yerel kalkınmada yaygınlaşan bir araç olarak geleneksel gıdalar ve geleneksel gıda mevzuatının yaygınlaştırılabilirliği. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 31(3), 72-80.
- Aktaş, A. C., Akgül, O. & Gökdemir, S. (2023). Turist rehberlerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik farkındalıkları. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 6(2), 738-755. <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.297>
- Balık, H. İ. (2024). Coğrafi işaret tescilli Giresun tombul fındığının bazı özellikleri. *Bahçe*, 53(Özel Sayı 1), 49-55. <https://doi.org/10.53471/bahce.1481823>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1, pp. 141-154). Englewood Cliffs, NJ: Prentice hall.
- Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J. M. (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World development*, 98, 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Bülbül, H. (2016). Müze ile eğitim yoluyla ortaokul öğrencilerinde kültürel miras bilinci oluşturma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 681-694.
- Cebeci, H., & Şen, M. A. (2020). Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele Dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 197-217.
- Ceylan, Y., & Samırkaş Komşu, M. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi: Siirt ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 59, 75. <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.297>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage.
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2013). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Çengelci, T. (2012). Sosyal bilgiler öğretim programında somut olmayan kültürel mirasın yeri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 185-203.
- Çepni, S. (2014). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş* (Geliştirilmiş 7. baskı). Celepler Matbaacılık.
- Demir, M. & Dalgıç, A. (2022). Examining gastronomy festivals as the attractiveness factor for tourism destinations: The case of Turkey. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(5), 412-434. <http://dx.doi.org/10.1080/15470148.2022.2089797>
- Denk, E., ve Sanalan Bilici, N. (2023). Coğrafi işaretler hakkında yerel yönetici değerlendirmelerinin analizi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 6(1). <http://dx.doi.org/10.33083/joghat.2023.266>
- Eccles, J. S. (1999). The development of children ages 6 to 14. *The future of children*, 30-44.
- Ekinci, E., & Gök, İ. (2022). Giresun'a ait coğrafi işaretli Görele dondurmasının tüketiciler tarafından değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 339-356.

- Erik, U., & Pekerşen, Y. (2018). Konya ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinin bölge turizminin gelişimi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(3), 4866-4877. <https://doi.org/10.26450/jshsr.964>
- Everest, B., Aker, A., Çıracı, B., & Ege, R. U. (2022). Çiftçilerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyleri ile bilgilendirme isteklerinin analizi: Çanakkale ili örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 9(4), 1123-1130.
- Gardner, H. (2011). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic books.
- Goleman, D. (2005). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam.
- Gökova, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Gündoğdu, G. (2006). Türk hukukunda coğrafi işaret kavramı ve korunması. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güngör, H., Öztürk, H. M., & Ogelman, H. G. (2022). Okul öncesi eğitimi öğretmenliği lisans öğrencilerinin “kültürel miras” kavramına ilişkin algılarına yönelik metafor analizi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 511-521. <https://doi.org/10.33206/mjss.984027>
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89.
- Howard, G. S. (1980). Response-shift bias: A problem in evaluating interventions with pre/post self-reports. *Evaluation review*, 4(1), 93-106. <https://doi.org/10.1177/0193841X8000400105>
- İçli, G. E., & Anıl, N. K. (2022). Coğrafi işaretler ve Kırklareli beyaz peyniri. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8(4).
- Kalekahyası, S., & Göktaş, B. (2022). Coğrafi işaret almış yöresel ürünlerin bilinirlik düzeyi ve tüketici tutumlarına etkisi: Bayburt ili örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 673-702.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanıma olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma modelleri* (25. baskı). Nobel Yayıncılık.
- Özdemir, M. (2020). Coğrafi işaretler ve Türk mutfak kültüründe bir imge: Espiye Pidesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(25), 92-104. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.836094>
- Paslı, M. M. (2021). Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri üzerine bir araştırma: Giresun ili örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), 93-99.
- Paivio, A. (1990). *Mental representations: A dual coding approach*. Oxford university press.
- Piaget, J., & Inhelder, B. (2008). *The psychology of the child*. Basic books.
- Rohs, F. R. (1999). Response shift bias: A problem in evaluating leadership development with self-report pretest-posttest measures. *Journal of Agricultural Education*, 40(4), 28-37. <https://doi.org/10.5032/jae.1999.04028>
- Sandıkçı, M., Kazan, İ., & Baydeniz, E. (2022). Ege Bölgesi’nde coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyinin belirlenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2393-2408.
- Sürücü, O., & Başar, M. E. (2016). Kültürel mirası korumada bir farkındalık aracı olarak sanal gerçeklik. *Artium*, 4(1), 13-26.
- Süslü, C., Eryılmaz, G. & Demir, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.58>
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tekelioğlu, Y., & Demirel, R. (2008). Küreselleşme sürecinde yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. *İGEME’den Bakış*, 36, 1-716.
- Tepe, S. (2008). Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri. *Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara*.

- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural studies*, 23(1), 12-22. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024a, 30 Aralık). Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı. <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024b, 30 Aralık). Giresun iline özgü coğrafi işaret tescilli ürünler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=28&tur=&urunGrubu=&adi=>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024c, 30 Aralık). Tescil ve başvuru sayıları. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>
- UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- Yağmur, Y., & Kardeş, M. (2023). Coğrafi işaret kavramıyla ilgili ulusal yazında gerçekleştirilen çalışmaların incelenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(3), 224-233. <https://doi.org/10.58636/jtis.1383922>
- Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. baskı). Seçkin Yayıncılık.

