

GİRİŞ

Şarap turizmi, son yıllarda giderek gelişme göstermekte ve yaygınlaşmaktadır. Şarap turizmi'nin artan değeri bir çok ülkede kanıtlanmış ve şarap turizmi üzerine destinasyonların geliştirilmesi açısından çalışmalar yapılmıştır. Şarap birçok ülkede turizmin en önemli itici gücü olmaktadır. Günümüzde sadece şarabı iyi diye turistler tarafından tercih edilen bölgeler, şehirler, ülkeler vardır. Şarap romantik bir içkidir ve insanlar bu romantizmin peşinden gitmekte ısrar etmektedirler. Şarap işinde ünlü olan ülkelerin hükümetleri de bu bağlantının farkında ve şarap sektörlerine ciddi destek vermektedirler. Turistik yörelere şarabın romantizminden yararlanarak kimlik kazandırmak için büyük harcamalar yapılmaktadır.

Şarap bölgeleri, diğer bölgelerden farklı olarak hem doğal yapısını korumada daha başarılı hem de turizm sezonunun daha uzun olmasına olanak sağlayacağı için rekabet gücü yüksek bölgeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şarap turizmi sayesinde, şarap severler, şarap fabrikalarını gezebilmekte, bu gezi sırasında üzümün şarap olana kadar hangi aşamalardan geçtiğini öğrenebilmekte ve damak tadına uygun şarabın hangisi olabileceği konusunda fikir edinebilmektedir. Bu yüzden bilgilendirici yönünü de kabul etmek gerekir. Ayrıca, bu tür bölgelerde fabrikaların yanında keyifle alışveriş yapılabilecek şarap tadım ve satış mağazaları bulunmaktadır. Böylelikle şarapçıların yeni pazarlar kazanması sağlanabilmektedir.

Uluslararası alanda bir çok şarap bölgesi, hem şarapçılık sektöründe hem de turizm sektöründe şarap turizmi ile önemli kazanımlara sahip olmaktadır. Ülkemizde de bir çok yer şarap turizmine uygun koşullar taşımaktadır. Bozcaada'da şarap turizminin uygulanması Ada'nın hem ekonomik açıdan gelişmesini hem de kültürel anlamda tanıtımının yapılabilmesini sağlayabilir.

Çalışma, Bozcaada'da şarap kültürünün Bozcaada turizmine olan etkilerinin belirlenmesine yöneliktir. Buna göre, çalışmanın birinci bölümünde genel olarak turizm ürünü ele alınmış ve turizm ürününü oluşturan unsurlardan bahsedilmiştir.

İkinci bölümde ise bir turizm ürünü olarak ele alacağımız şarap kültürüne değinilmiştir. Şarap yapımı, değerlendirmesi ve tarihçesinden sonra dünyadaki belli başlı şarap bölgeleri ve Türkiye'de bulunan önemli şarap bölgeleri ele alınmıştır. Bu bölümde son olarak şarap turizmi kavramı anlatılmaktadır.

Üçüncü bölümde ise, Bozcaada üzerinde durulmuş, tarihi, ekonomik ve kültürel değerlerinden bahsedilmiştir. Ayrıca Bozcaada'nın şarabı ve üzümleri hakkında da bilgi verilmiştir.

Çalışmanın son bölümde, bir turizm ürünü olarak şarap kültürünün, Bozcaada turizmine etkilerinin tespitine ilişkin yapılan araştırmanın sonuçlarına yer verilmektedir.

1. BÖLÜM

TURİZM ÜRÜNÜ VE TURİZM ÜRÜNÜNÜ OLUŞTURAN UNSURLAR

Turizm sektörü, ekonomik, sosyal, kültürel olarak özellikle gelişmekte olan ülkelere önemli katkılarda bulunmaktadır. Bir çok yan sektöre, doğrudan ya da dolaylı olarak gelir yaratması, istihdam olanakları yaratarak işsizlik sorununa çözüm getirebilmesi gibi ekonomik, toplumsal birliği sağlama açısından sosyal, farklı kültürleri bir araya getirmesi yönüyle kültürel açıdan bir çok ülkede önde gelen sektörlerden biri haline gelmiştir.

Turizm sektörünün özellikle ekonomik açıdan önemli düzeylere ulaşması, gelişmekte olan ülkelerin turizmden beklentilerini de arttırmıştır. Ancak bu beklentilerin gerçekleşebilmesinin, ülkenin ya da bölgenin sahip olduğu turistik ürünlerin, turistlerin beklentilerine cevap verebilme düzeyi ile ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Bu nedenle ülkeler ya da yerel yönetimler, turizm planlaması yaparken ve özellikle politika belirlerken, turizmin değişen yapısını, turist profillerini, turistlerin turizm bölgelerinden beklentilerini göz önünde bulundurmalıdır. Günümüzde, yerli halkın kültürünü tanımak, tarihini öğrenmek, macera ve spor olanaklarından faydalanmak amacıyla olan, eğitim seviyesi ve harcanabilir gelir miktarı yüksek, meraklı bir kişiliğe sahip insanların temsil ettiği turist tipinin sayısında bir artış göze çarpmaktadır. Günümüz turistin beklentilerine cevap verebilmek ve bu turist tipini ülkeye ya da bölgeye çekebilmek için, talep ettiği ürünleri sunmak gerekir. Bu aşamada uygulanabilecek politikalardan biri de turistik ürün çeşitlendirmesidir

Turistik ürün çeşitlendirmesinde ki temel amaçlar, ülke ya da bölgenin sahip olduğu mevcut veya potansiyel kaynakların değerlendirilmesi yoluyla, turistlerin çeşitli beklentilerine cevap verebilmek, turizmi on iki aya yaymak ve giderek

büyüyen dünya turizm gelirlerinden ülke başına düşen payı arttırmak olarak sayılabilir.

1.1. TURİZM ÜRÜNÜ KAVRAMI

Pazarlamada ürün kavramı, belirli bir ihtiyacı ve isteği doyurma özelliği bulunan, değişime konu olan ve pazara sunulan her şeyi ifade etmektedir (Cemalcılar, 1999: 81). Turistik ürün ise, diğer endüstri dallarının konusu olan ürünlerden farklı olarak, sadece mal ya da sadece hizmet değildir. Turistik ürünün özellikleri nedeniyle üzerinde fikir birliğine varılmış bir tanımın yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, turizm uzmanlarınca yapılmış bir çok turistik ürün tanımı vardır.

Oral (1993:148), turizm ürününü, “insanların seyahat ve geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerini karşılayabilecek nitelikte olan mal ve hizmetler veya mal ve hizmetler karışımı veya çokluklu mal ve hizmetlerin karışımından oluşan bir paket” olarak tanımlamaktadır.

Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, (2001: 46) turizm ürününü, “bir turistin seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen zaman dönemi içerisinde gereksinimlerini karşılamak amacıyla elde ettiği ve turizm arzını oluşturan unsurlar tarafından servisi yapılan nesnel ve öznel değerlerin bütünü” Usal (2001: 33) ise “çağdaş insanın çok boyutlu gereksinimlerini karşılamak üzere turizm işletmesince bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasal ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık bir mallar ve hizmetler bütünüdür” şeklinde tanımlamaktadırlar.

Oral’a göre (1998: 96) ise turistik ürün “turistin seyahati boyunca yaralandığı konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence ve diğer birçok servislerin bileşimidir”. Diğer bir görüş ise, “tüketim isteği uyandıran doğal, kültürel ve sosyal verilerin, bu

isteği arttıracak hizmet ve faaliyetlerle birlikte değerlendirilmesi sonucunda oluşan karma bir ürün” olmasındır (Usta, 1992: 108).

Yukarıda yapılan tanımlara dayanarak ortak bir tanım denemesi yapmak gerekirse turistik ürün; “geçici olarak evinden ayrılan ve belirli amaç için seyahat eden turistin, seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen zaman dönemi içerisinde geçici konaklamaları ve diğer taleplerden doğan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullandığı mal ve hizmetler karışımından oluşan nesnel ve öznel değerlerin bütünü”dür.

Farklı bakış açılarıyla yapılmış olan turistik ürün tanımlarının ortak noktası, turistik ürünün çeşitli mal ve hizmetlerinden oluşan karma bir ürün olarak ortaya çıkması ve turistik ürünü oluşturan mal ve hizmetlerin birbirlerini tamamlar nitelikte olmasıdır. Günümüzde bunun en güzel örneğini her şey dahil seyahatler ve konaklamalar oluşturmaktadır.

Turistik bir ürün değişik nitelikteki unsurlardan meydana gelen karmaşık bir üründür. Buna göre bir lokanta açıcısının yaptığı yemekler, bir rehberin turistleri gezdirmesi, bir garsonun servis yapması birer hizmet şeklidir. Turizm işletmeleri, genelde bir turist ihtiyacını tümüyle karşılayamazlar. Bir otel, bir uçak veya tren kendi başına yalnızca turizm yapamaz. Bu nedenle, turizm pazarlaması, çeşitli unsurlarıyla bir araya getirilmiş bir ürün esasına dayanmaktadır. Bir ürünün gerçekleşmesi için, enformasyon ve haberleşme unsurlarını da eklemek gerekir. Turist açısından önemli olan, en iyisini, en ucuzunu veya en önemlisi olan hoşuna gideni seçebilmektir (Hacıoğlu, 2000: 40).

1.2. TURİZM ÜRÜNÜNÜ OLUŞTURAN UNSURLAR

Turistik ürün, çekicilikler, ulaşım, faydalılık faktörlerinin (konaklama ve eğlence hizmetleri) birleşmesiyle oluşur. Turist ister bir paket tur alsın, ister seyahat acentesi aracılığıyla veya kendi olanaklarıyla turistik mal ve hizmetleri birleştirsın, turistik ürün bileşik bir üründür. Turistik ürünü oluşturan faktörler, üç ana başlık altında incelenebilir.

1.2.1. Çekicilik

Turistin bir çekim yerini diğerine tercih etmesini, o çekim yerine karar vermesini sağlayan turistik ürün elemanlarına çekicilik adı verilir (Denizer, 1992: 64). Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, (2001: 46), çekiciliği, turistin seyahat etmek istediği bir yeri, diğer bir yere tercih etmesini etkileyen unsurlar olarak açıklamaktadırlar.

Çekicilik unsuru yöresel, ulusal olabildiği gibi uluslararası nitelikte de olabilir. Ayrıca, mekan-yerden başka, olay çekiciliği şeklinde de olabilir. Yer çekiciliği, Antalya, Kuşadası, Göreme veya dağ, deniz, kum, güneşli yerler vb. olay çekiciliği ise, fuar, sergi, konferans, olimpiyatlar, sanat gösterileri vb. olabilir (Hacıoğlu, 2000: 41).

Turizm ürününde çekiciliği belirleyen unsurları, doğal unsurlar, sosyo-kültürel unsurlar, ekonomik unsurlar ve psikolojik unsurlar olarak dört gruba ayrılabiliriz

1.2.1.1. Doğal Unsurlar

Turistik ürünlerde çekiciliği belirleyen en önemli etkenlerden biri doğal unsurlardır. Çünkü, doğal kaynakların yetersiz olması durumunda, turizm olanaklarının ya da ulaşılabilirliğin bir anlamı kalmayacaktır.

Coğrafik durum, doğal güzellikler, temiz hava, temiz su kaynakları, temiz deniz, yaz mevsiminde güneş ve kış mevsiminde kar, hayvan türleri, bitki örtüsü (flora), kaplıca ve şifalı sular, doğal unsurları oluşturan alt gruplardan sadece bazılarıdır.

1.2.1.2. Sosyo-Kültürel Unsurlar

Sosyo-kültürel unsurlar, turizm mahallinin seçiminde, doğal faktörler kadar önemli ve doğal faktörleri bütünleyen faktörlerdir. Ancak kimi zaman tek başlarına da çekicilik unsuru yaratabilmektedirler. Örneğin Anadolu'da yaşamış eski uygarlıkların kalıntıları, bir çok turist için bir çekicilik faktörü olabilmektedir (Denizer, 1992: 65). Sosyo kültürel faktörlere; yerli halkın misafirperverliği, gelenek görenekleri, kültürü, siyasi yapısı, ekonomik yaşamı ve eğitim durumu örnek olarak verilebilir.

Sosyo-kültürel unsurlar, seyahat edilecek çekici yerlerin belirlenmesinde doğal unsurlar kadar önemlidir. Sosyo-kültürel unsurları oluşturan değerler arasında gelenek ve görenekler (evlenme, düğün, doğum vb.), kültürel varlıklar (müzeler, anıtlar, ibadet yerleri, tarihi kentler vb.), siyasi yapı, eğitim durumu ve kentleşme düzeyi gelmektedir. Bu unsurlar doğal unsurları destekleyen bir özellik göstermekle birlikte, tek başlarına bir çekicilik özelliği gösterebilmektedir (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 46).

1.2.1.3. Ekonomik Unsurlar

Bir turistik ürünün talep edilmesinde ve satın alınmasında ekonomik koşulların uygunluğu da önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Turistik ürünün fiyatı, genel ekonomik durum, altyapı olanakları ve turizm endüstrisinin durumu ekonomik unsurlardan bazılarıdır. Turistin bir yeri başka bir yere tercih etmesinde önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır.

1.2.1.4. Psikolojik Unsurlar

Turistik ürünü çekici kılan psikolojik unsurlar arasında ülkeler arasındaki tarihi, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumların gelenek, görenek ve davranış biçimleri, yöneticilerin gelenek ve davranışları, moda, alışkanlık, sempati ya da antipati duygusu gelmektedir (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 47). Turistler de bu doğrultuda seçim yapabilmektedir.

1.2.2. Ulaşılabilirlik

Turistik ürünü oluşturan diğer bir unsur ise; turistik merkezlere ulaşılabilirliktir. Çekiciliği yüksek olmasına karşın turistik merkezlerine ulaşmak zor ise, daha açık bir anlatım ile havayolu, denizyolu ve karayolu bağlantısı yetersiz ise, turistik ürünlerin pazarlamasında güçlükler ortaya çıkacaktır.

Ulaşılabilirlik; çekiciliği yüksek olan turizm merkezlerinin pazardaki hedef kitleye olan yakınlığı ve onlara düşük maliyetle ulaşılabilme olanağını ifade etmektedir. Ancak, üst ve orta grup için ulaşılabilirliğin bir çekicilik faktörü olması ile düşük maliyet arasında çok fazla bir belirgin bir ilişki bulunmaktadır. Bu grup için zaman maliyeti çok daha önemli bir çekicilik kriteridir. Bir turistik ürünün

ulaşılabilirliği onun kolay ve ekonomik oluşuna bağlıdır. Büyük kentlere yakın çekici yerler, turist akışını hızlandırır (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 47). Bununla birlikte Türkiye'nin şarap turizminde rakibi olan Avustralya, şili, ABD, Portekiz, Fransa, İtalya gibi ülkelerin de ulaşımındaki gelişmelerin bir sonucu olarak dikkate alınması gerekmektedir.

Ulaşılabilirlik, turistin çekiciliğe sahip bir turistik ürüne sadece fiziksel uzaklık açısından değil, maliyet ve zaman açısından da ulaşabilmesi anlamına gelmektedir. Özellikle günümüz ulaşım araçlarının gelişmiş teknolojileri, fiziksel uzaklığın öneminin oldukça azalmasına neden olmuştur.

1.2.3. Turizm İşletmeleri

Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren başlıca işletmeleri; ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, seyahat işletmeleri, rekreasyon işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri şeklinde gösterilebilir.

1.2.3.1. Ulaştırma İşletmeleri

Dünya turizm hareketlerinin gelişiminde, kuşkusuz en büyük pay, hızla ivme kazanan ulaştırma sektörüdür. Ulaşım araçlarının gelişimi, daha hızlı seyahat ve daha çok yer gezip görme şansını da beraberinde getirmiştir. Ulaşım hizmetlerinin gelişimi, temelde turizme yönelik olarak başlamasa da turizm sektörünün gelişen ve popülarite kazanan yapısı ulaştırma sektörü içinde tetikleyici bir faktör olmuştur (Gürdal, 1990: 34).

Ulaştırma işletmelerini demiryolu, denizyolu, karayolları, havayolları şeklinde gruplandırılabilir.

1.2.3.1.1. Demiryolları

Demiryolları, diğer ulaşım türlerinin rekabeti ve hızlı gelişimi karşısında bir gerileme trendi göstermiş olmasına karşın, ekonomik ve toplumsal gelişmeyi sağlayan, hızlı taşımayı gerçekleştiren, sosyal turizmi yaratan bir ulaştırma türüdür. Araştırmalar, geçmişte olduğu gibi günümüzde de insanların demiryolu ulaştırmasına olan tercihlerinde “güvenlik” ve “ucuzluk” unsurlarının büyük rol oynadığını göstermektedir. Türkiye’deki demiryolu ulaşım sistemi ise, 1950’li yılların başından itibaren karayolu ulaştırma türüne tercih edilmesi ile birlikte çağın gerisinde kalmıştır. Türkiye’de demiryolu ulaşım sisteminin gerek ray uzunluğu gerekse hız ve konfor açılarından bilinçli olarak geri bırakılması, bu ulaşım türünün turizm amaçlı olarak yeterince kullanılmamasına yol açmaktadır (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 48).

Seyahat açısından önemli olmasına karşın demiryolu işletmeleri, turizm yönünden paket programlara pek uygun değildir. Emniyet ve ucuzluk özellikleri ile diğer ulaştırma işletmelerine göre tercih sebebi olan demiryolu işletmeleri, diğer işletmelerin rekabetleri ve hızlı gelişimleri karşısında turizm sektörü içerisindeki etkinliğini zaman içinde kaybetmiştir. Özellikle zaman ve hız açısından değerlendirilirse diğer ulaşım yollarına göre yetersiz kalmaktadır.

1.2.3.1.2. Denizyolları

Denizyolları yolcularına eğlence olanağı sunabilen bir ulaştırma türüdür. Yolcular diğer ulaşım türlerinin yoruculuğunun aksine seyahatleri boyunca dinlenme olanağına sahiptirler. Seyahat süresince konserler, konferanslar dinlemek gibi olanaklara da sahip olabilmektedirler. Son yıllarda sundukları hizmetler ile bir seyahati zevkli hale getirebilecek bir çok unsuru bir araya getirebilmeleri tercih sebebi olmalarında en büyük etkendir.

1.2.3.1.3. Karayolları

Karayolları, turizm arzına yönelik ulaştırma faaliyetlerini, hem bireysel hem de kitlesel bir şekilde gerçekleştiren ulaştırma türüdür. Günümüzde, turist taşımada havayollarından sonra en fazla gelişmiş ulaşım türü olma özelliğini sürdüren karayollarının; turizm arzına ulaşma bakımından gösterdiği önem; serbestlik, özgürlük, seyahat zevki yönünde görülmektedir. Gerçekten de diğer ulaştırma türleri kişiye seyahati boyunca otomobil kadar özgürlük sağlayamaz. İşte bu özelliğinden dolayı otomobil geniş halk kitlelerinin büyük ölçüde tercihlerine neden olmaktadır. Ancak, Türkiye’de, karayollarındaki trafiğin artmasına paralel bir gelişme göstermeyen karayolları ulaştırması, günümüzde çok sık yaşanan trafik kazaları ile sık sık gündeme gelmektedir (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 50).

Turistler yolculuğunu uçak ile yapmış olsalar bile uçaktan indiklerinde karayolu ulaşım araçlarını kullanırlar. Özellikle araba kiralama yolu ile tek bir imza ile kişi kendine özel bir aracı kiralayabilir. Kişinin durumuna göre değişik tip ve fiyatlarda araç kiralanabilmektedir.

Türkiye’nin Avrupa Birliğine giriş süreci içerisinde birinci eylem planı olan karayollarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi ile ileriki süreç içerisinde karayollarının tercih edilmesine olumlu etkiler sağlayacaktır. Diğer taraftan günümüz koşullarında gelişen teknoloji karayolları araçlarını hem daha ekonomik hem de daha konforlu hale getirmiştir. Bu durumda önemini korumaya devam edecektir.

1.2.3.1.4. Havayolları

Havayolları hızı ile günümüz turist profili için en uygun ulaşım araçlarından biridir. Bu sayede hem turistik talep artmakta hem de konaklama sürelerini artırmaktadır. Kişiyeye sağladığı konfor ve güvenlikte tercih sebebi olmasının diğer bir sebebidir. Uçak maliyetinin fazla olması bir dezavantajdır. Ancak kitle turizmi için

gerekli ucuzluğun yaratılması ile daha fazla talep edilebilmektedir. Özel havayolu şirketlerinin yaygınlaşması ve ortaya çıkan rekabet ile turistler yurt içi seyahatler de dahil havayollarını daha sık kullanmaya başlamışlardır.

1.2.3.2. Konaklama İşletmeleri

Birinci derecedeki turizm işletmeleri arasında ilk sırayı alan ve turistik mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenip çeşitlenen işletmelere konaklama işletmeleri denir (Toskay, 1983: 215).

Turizm sektörünün temel bileşeni olan konaklama işletmelerinin amacı, konuklarına mal ve hizmet sunumu yapabilmektir. Yılın 365 gününe yayılan hizmet süresi, büyük fedakarlıklar gerektirmekle birlikte, sunulan hizmetlerde de belli bir standardizasyonu sağlama zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Özellikle son zamanlarda her şey dahil sisteminin getirdiği standardizasyon sorunu gündeme sıkça gelmektedir.

Bir ülkenin sahip olduğu tarihi ve turistik çekicilikler, onu destekleyen işletmelerce tamamlanmadıkça hak ettiği değeri ve ilgiyi bulamaz. Tarihine göz attığımızda, yol üstü dinlenme amaçlı hanlar ve kervansaraylar şeklinde karşımıza çıkan bu işletmeler, günümüzde bulunduğu merkezlerin çekiciliğini destekleyen, hizmet yelpazesi geniş, modern bir yapıya sahip ciddi bir sektör haline gelmişlerdir.

Turistik bir gezide, gidilen yerin veya merkezin cazip olmasında, turistlerce beğenilmesinde, oradaki otelin ve olanakların da büyük rolü vardır. Özellikle eğlence, dinlenme, tatil amacıyla seyahat edenlerde, gidilen yer kadar, otelin ulaşım kolaylığı, güvenilirliği, sunulan konfor, kalite, tatil için umduklarının orada bulunması önemli olmaktadır. Bunun tersini de aynen düşünebiliriz. Çok gitmek görmek istedikleri turistik merkezin yakınlarında, istenilen koşullarda konforlu bir tesisin bulunmaması, bazı meraklıların harekete geçmesine engel olmaktadır (Öner, 1997:23).

Turizm sektöründen yararlanan turistlerin seyahat nedenleri, seyahat şekilleri, konaklamadan bekledikleri yararlar, gelir düzeyleri ve talepleri birbirinden son derece farklı olduğu gibi, turizm şekilleri ve işletmelerin kuracakları yörelerin farklılıkları, konaklama işletmelerinin de farklı olmasını zorunlu kılar. Örneğin; sağlık amaçlı gelen turistle, şarap amaçlı gelen arasında beklenti farklılığı kaçınılmazdır. Dolayısıyla da konaklayacağı işletmenin hizmet yelpazesi bu beklentilere uygun olarak çeşitlilik göstermelidir. Her ne kadar günümüzde konaklama işletmeleri denince akla ilk olarak otel işletmeleri geliyorsa da söz konusu nedenler, konaklama işletmelerini farklı zevk ve beklenti seviyelerine uygun olarak çeşitlendirmiştir.

1.2.3.3. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Genellikle konaklama tesisleri içinde hizmet veren yiyecek-içecek işletmeleri, çalışma alanı dışında, bağımsız ticari kuruluşlar olarak da hizmet sunmaktadırlar. Üç yıldızlı otel statüsünden itibaren konaklama tesisleri içinde zorunlu olarak bulunan yiyecek içecek birimleri, konaklama işletmeleri içinde hizmet verirler (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 58).

Turizm endüstrisi içinde, turistlere yeme-içme hizmeti veren kuruluşların dışında, farklı sınıflarda restoran işletmeciliği ve son yıllarda sayıları giderek artan fast-food işletmeciliği de bu endüstride önemli yer tutmuştur (Akat, 2000: 84).

Yiyecek içecek işletmeleri, insanları ortak bir amaç için bir araya getirmeye, onları kaynaştırmaya yardımcı bir araç olmalı, yalnızca açlığın veya susuzluğun giderildiği bir yer olarak değil, aynı zamanda ruhsal açıdan yenilenmenin gerçekleştirilebilen yerler olmalıdır. Diğer bir yönden kişilerin tercih ve tarzlarına göre seçim yapabileceği çay bahçeleri, birahane, şarap evleri gibi yerlerin moral kaynağı olabilmesi muhtemeldir.

1.2.3.4. Seyahat İşletmeleri

Seyahate çıkmak isteyen insanlara turistik mal ve hizmetleri, ister tek tek isterlerse paket halinde sunan seyahat işletmeleri vardır. Bunlardan biri seyahat acenteleri, diğeri de tur operatörleridir. Bu kuruluşlar, turizm sektörünün çeşitli alanlarındaki hizmetleri derleyerek müşterinin beğenisine sunarlar.

Seyahat acenteleri, 1618 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliğine göre şöyle tarif edilir: “Seyahat acenteleri kar amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkanları sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ve turizm ekonomisine ve genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır.”

Turizm endüstrisinin aracı kuruluşları olan bu şirketlerin temel fonksiyonları tüketicilerin ihtiyaç duydukları sayı ve nitelikteki mal ve hizmetleri uygun yer ve zamanda hazır bulundurmak, tüketici durumunda olan müşterilere, yani turistlere ve üreticilere, kısaca sektöre yarar sağlamak şeklinde özetlenebilir (Öner, 1997: 84).

Müşterilere cazip gelecek yenilikler ve yeni kaynaklar, müşteriler için cazip programlar haline getirilerek, yeni bir ürün halinde pazara sunulurlar. Günümüzde düzenlenen şarap turları bu tür yeniliklere örnek olarak verilebilir.

1.2.3.5. Rekreasyon İşletmeleri

Rekreasyon sözcük olarak “dinlenmek, eğlendirmek, canlandırmak vb.” gibi anlamlara gelmektedir. Bu açıklamaya bağlı olarak rekreasyon işletmeleri ise, kişilerin boş zamanlarını değerlendirmek, eğlence-dinlence ve tatmin dürtülerini karşılamak amacıyla katıldıkları etkinlikleri sunan işletmeler şeklinde tanımlanırlar.

Doğal veriler: Ulusal parklar, hayvanat bahçeleri,

Sportif veriler: Kayak, atlı spor, golf, tenis, paraşüt, bilardo, futbol, basketbol,

Kültürel veriler: Tiyatro, konserler, müze, sinema, galeriler, folklor, festival ve fuarlar,

Eğlenceye yönelik veriler: Oyun salonları (casinolar), diskotekler, barlar ve kulüplerdir.

Turistik merkezdeki eğlenceye yönelik kuruluşlar ve faaliyetler özel bir çekim gücüne sahiptir. ABD'nin Florida eyaletindeki ve Fransa'nın başkenti Paris'teki Disneyland, Danimarka'nın Kopenhag kentindeki Tivoli eğlence merkezi, bazı kentlerdeki tiyatrolar, baleler, gece kulüpleri ve oyun salonları sundukları eğlence olanakları ile insanların zevk isteklerinin karşılayarak önemli turistik çekim merkezlerini oluşturmaktadır (Akat, 2000: 85).

1.2.3.6. Diğer Turizm İşletmeleri

İnsanların turizm olayına katılmaları ile ortaya çıkan konaklama, yeme-içme ve seyahat gereksinimlerini doğrudan karşılayan işletmelerin yanında turizmle ilgili çeşitli faaliyetleri görülen, özel turizm mal ve hizmetlerini üreten ve varlıkları kısmen veya tümüyle turizme bağlı bulunan bir dizi işletmeler de bulunmaktadır. Gerçekte turizmin gelişme gösterdiği yörelerde turizm işletmelerini sınırlandırmak mümkün değildir. Çünkü, buralarda işletmeler yöre halkına hizmet vermesinin yanı sıra, turizme dönük olarak da çalışma içindedirler. Turizm merkezlerinde faaliyet gösteren her işletme bir anlamda bir turizm işletmesi işlevi görmektedir. Ancak bu başlık altında turizmi doğrudan ilgilendiren işler dikkate alınmaktadır.

Seyahat ve tatil sırasında giyilen özel giysileri, yolculuğa ve mevsim koşullarına uyum sağlayabilmek için gereken şapka, ayakkabı, gözlük vb. malları üreten işletmeler, sattıkları mallar yalnızca turistlerin gereksinimi olmadığı halde varlıkları büyük ölçüde turizme bağımlı olan tatil beldeleri, havayollarında çeşitli perakendeci işletmeler, çevirmenlik, rehberlik, yüzme, kayak, tenis, binicilik dallarında öğretmenlik yapan kişiler, hatıra eşyası satan kuruluşlar bu gruba örnek olarak verilebilir (Kozak, N. M. Kozak ve M. Kozak, 2001: 62).

2. BÖLÜM

ŞARAP KÜLTÜRÜ

2.1. KÜLTÜR KAVRAMI

Kültür, çok geniş anlamlar içeren bir kavramdır. Kültür genel olarak toplum yaşantısının her yönüyle ilgilendiğinden, birçok bilim dalı ile yakından ilgilidir ve her bilim dalı kültürün tanımını kendini ilgilendiren yönüyle yapmıştır. Bir kelime ya da kavram bu kadar çok anlamlar yüklenince, onun tanımlanamaz hale gelmesi olağan bir sonuçtur (Güvenç, 1996: 95).

Uygur (1996: 17), genel bir yaklaşımla kültürü, “insanın ortaya koyduğu ve içinde insanın varolduğu tüm gerçeklik” olarak tanımlamaktadır. Bu değerlendirmeler ışığında kültür, Tylor tarafından “toplumun üyesi olarak, insan türünün öğrendiği, edindiği bilgi, sanat, gelenek, görenek, yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün” olarak tanımlanmıştır. Bu tanım kültür kavramının ana görüşünü dile getirmektedir (Güvenç, 1996: 95).

Kültür, bireysel olarak okuma, öğrenme, düşünme gibi çabalar yoluyla zihinsel yeteneğin genelde ya da özelde geliştirilmesi, bu çabalar sonucunda eleştiri anlayışının, beğenin, yargı gücünün geliştirilmesidir. Toplumsal açıdan ise kültür, bir uygarlığın bir toplumun tinsel yanı; toplumsal duyuş ve düşünüş tarzları ve bunların yarattığı bilimsel, düşünsel, sanatsal ve ahlaki verimlerdir (Hilav, 1995: 298).

Günümüzde insanların belirli bir turizm mahalline yaptıkları seyahatlerde, bir toplumun üzerinde yaşadığı coğrafyanın çekicilikleri kadar, kültürel varlıkları da önemli rol oynamaktadır. Turizm, hem turistin hem de yerel halkın kültürünün bir

parçasıdır. Doğal olarak bu süreçte şarap kültürünün de bu kültürel varlıklardan biri olarak turizm hareketlerine neden olması düşünülebilir.

2.2. BAĞBOZUMU VE ŞARAP KÜLTÜRÜ

Türk Dil Kurumunun Türkçe sözlüğünde “bağ”, kökeni farsça’dan gelen ve üzüm kütüklerinin dikili bulunduğu toprak parçasına verilen isimdir. Bağ bozmak ise bağın üzümlerini toplamak anlamına gelir (Türkçe Sözlük, 1992). Bağ bozumu basit bir iş olmakla birlikte yorucudur. Çünkü salkımları birer birer koparmak için saatlerce iki büklüm çalışmak gerekir. Çoğunlukla kadınlar ve çocukların eli bu işe yatkın olur (Resimli Renkli Bilgi, 1978: 1213).

Bağda üzümlerin toplanması sırasında yapılan törensel eğlencelere bağbozumu şenlikleri denir. Ülkemizde, bağbozumu şenliklerinin uzun bir geçmişi vardır. Her tarihsel dönemin kültürü, belli katkılarda bulunarak bu geleneği yaşatmış, günümüzde de eski Anadolu inançlarının İslam inançlarıyla kaynaştığı yeni bir yapı ortaya çıkmıştır.

Günümüzde bağlar genellikle ağustos sonuyla kasım ayı arasında bozulur. Bağbozumunda bir tür imece yapılır, bağ sahibi konu komşuyu üzüm kesmeye davet eder; ebe, imam, öğretmen ve o iş yerin ileri gelenleri de çağrılır. Herkes ellerinde bağ bıçakları, kollarında selelerle bir kütüğün başına geçer ve üzüm kesmeye başlar. Önce sergilik, sonra pekmezlik üzümler toplanır. Böylece bağbozumu başlamış olur. Bu sırada yemekler yenir. Üzümler küfelere, sepetlere doldurulup taşınır. Çuvallara alınan üzümler çiğnenir, bu iş havuz ya da ağaç gövdelerinden oyulmuş oyuklarda yapılır. Şıra ve pekmez yapımı sırasında, evde ya da bağda geceleri pekmez ocağının ışığında delikanlılar, genç kızlar ve gelinler halay çeker, türkü söyler, şakalaşmalar, eğlenciler, sohbetler yapılır. Bağbozumunda emeği geçen her genç kıza, geline armağanlar verilir, evlere üzüm gönderilir; karşılıklı rıza ve hoşnutlukla yapılan yardımlaşma, şenlik, oyun ve türkülerle süslenir. Bağbozumundan sonra kalan

üzümleri isteyenlerin serbestçe toplamasına “başaklama” denir. Başaklama konu komşunun ve özellikle çocukların bağ ve bahçelerdeki ürünlerden göz hakkını alması için konmuş gelenektir (Ana Britannica, 1987: 172).

Şarap kültürü Batı tarzı hayat kültürünün bir parçasıdır. Avrupa’da binlerce yıldan süzülerek gelen bu kültür günün her saati içilebilen değişik şarap çeşitlerini yani “incelmiş şarap kültürünü” yaratmıştır (Gürsoy, 2004: 83).

Ülkemizde gittikçe gelişen şarap kültürü, şarap sever kitlesinin her geçen gün büyümesini ve bilinçli tercihlerin artmasını sağlamaktadır. Şarap severler artık üzüm türlerine göre tercihlerini yapmakta, damak tatlarına en uygun lezzeti veren üzümlerin şaraplarını seçmektedir. Şarabı günlük yaşamın bir parçası haline getirmeyi ve şarabın dünyasını her vesileyle olabildiğince geniş bir kitleye açmayı hedefleyen şarap firmaları, genellikle yüksek fiyatlı şaraplarda görülen üzüm türlerini daha ulaşılabilir hale getirmektedir.

Şarap normalde yemekle birlikte içilir. Ancak, şaraba hazırlanacak çilingir sofrası rakı için hazırlanmış olandan farklı olmaktadır. Fransızlar "peynirin ve şarabın olmadığı bir sofraya dikkat çekmeyen bir güzele benzer" derler. Örneğin başta köy ekmeği olmak üzere birkaç çeşit peynir, kuru ceviz içi ve taze siyah üzüm yanında şarap sek beyaz ya da taze kırmızı olabilir (Gürsoy, 2004: 88).

Şarap kültürünün en önemli unsurlarından biri de şarabın tanım ve değerlendirmesidir. Şarabın değerlendirilmesinde unutulmaması gereken husus şarapları tanımak ve anlamak bir süreç ve tecrübe işidir. Ancak yine de bazı değerlendirmeler yapmak için uzman olmaya gerek yoktur.

Şarap eğer restoranda içiliyor ise şarabı servis görevlisi açmadan evvel, etiketi kontrol edilmeli ve sipariş verilen şarabın o olduğundan emin olunmalıdır. Şarabın kötü imalattan veya saklama koşullarından veya kötü mantardan bozulmuş olabileceğini unutulmamalıdır. Şaraptan hoşlanma veya hoşlanmama şarabı iade nedeni değildir.

Şarap mantarimsı veya küflü kokuyorsa bu muhtemelen mantarın kötü olduğuna işaret edecektir. Bu şarabın kötü saklama sonucu aşırı ısınarak bozulduğunu gösterir. Bunlar bir restoranda şarabı iade etmek için geçerli nedenlerdir. Bu kusurları algılamak için uzman olmaya gerek yoktur ve kabul edilemez bariz hatalar olarak kabul edilir.

Saydam ve berrak kadehlerde şarap rengi daha iyi algılanır. Şarapla ilgili görsel izlenim şarap tadımının önemli bir parçasıdır. Bugün bir çok şarap kadehleri renkli, hoş ve desenli olarak üretilmektedir, fakat bunlar aslında hoş görünmelerine rağmen şaraptan zevk almaktan uzaklaştıran şeylerdir (www.keyifdunyasi.com.tr). Bu nedenle kadeh seçerken saydam ve berrak olanı seçmek daha doğrudur. İyi şaraplar iyi kadehlerde daha iyi tadılır.

Şarap kadehleri, şarap tadımı ve içimi için özel olarak geliştirilmiş, kalem şeklinde sapı olan, lale formunda gövdeye sahip zarif bardaklardır. Kaliteli şarap kadehleri; ince camdan üretilmiş, pürüzsüz, lekесiz, ışığı farklı yönlerde kırmayan özelliklere sahip olmalıdır. Kalın, lekeli, dalgalı camdan üretilenler amaca uygun değildir. Camın işlenmesi ya da renklendirilmesiyle görsel olarak zenginleştirilen fantezi kadehler ise ancak amatör amaca yönelik olabilir (Anlı, 2005: 7).

Şarap içerken önce hafif ve genç şaraplar tercih edilmelidir. Beyazı daima kırmızıdan önce tatmak ve daha sonra orta gövdeli, gövdeli ve eski şaraplara doğru sıralama izlenmelidir.

Kadehin şekli şarabın aromalarının nasıl sunulacağını belirler. Geniş tabanlı ve dar ağızlı şarap kadehleri, aromanın şarabın dar ağız kısmında yoğunlaşmasına sebebiyet verir. Bu şarabı içenin aromaları tam bir yoğunluk içinde hissetmesine yardımcı olur. Değişik şaraplar değişik kadehlerde servis edilmelidir. Çok küçük kadehleri tatlı şarapların sunumunda kullanmalısınız. küçükten büyüğe beyaz şarapların, ortadan büyüğe kırmızı şaraplar için kullanılır. Şarabınızı rahatlıkla

çalkalayabilmek için bardağı 1/3 olarak doldurarak, çalkalama esnasında taşmalar önlenmelidir (www.winetourism.com.tr.tc).

Şampanya ve köpüren şarap kadehleri ise şarap kadehlerine göre daha farklı olup, “flute” (flüt) ya da “coupe” (kup) yani açık, kesik ağızlıdır. Bu tip kadehlerin şampanyanın zarif köpüğünü iyi göstermesi gerekir. Kadeh dibinde küçük bir hata yapılarak ince kabarcıkların yukarıya yükselişi teşvik edilebilir (Anlı, 2005: 8).

2.2.1. Şarabın Tanıtımı

Türkiye’de üretilen şarap etiketinde; üretici adı, şarabın adı, üretim yılı, şarabın tipi, hangi üzüm veya bölge üzümlerinden üretildiği, şarabın hacmen alkol derecesi, şişenin hacmi, şarabın şişelendiği tarih genelde belirtilmektedir.

Fransız etiketlerinde ise bölge ismi, şarabın A.O.C. (kökeni ve kontrollü adlandırma) sistemine dahil olup olmadığı, şarabın üretim bölgesi, üretildiği ülke ve sınıflandırmadaki yeri de etikette görülmektedir. Amerika’da ise üretici adı, üzüm çeşidi, alkol oranı, şarap yılı ve markası yeterli olmaktadır (Anlı, 2005: 5).

2.2.2. Şarap Seçimi

Şarap satın alırken dikkat edilmesi gereken unsurların en önemlisi doğru şarap seçimidir. Her şarap eskitmeye elverişli değildir. Bir diğer önemli husus da şarabın satın alındığı mekanın doğru saklama koşullarıdır. Doğru saklama koşullarına sahip olmayan mekanlarda satılan şarapların, bozulma ya da özelliklerini yitirme riski vardır.

Alınacak şarap ışığa doğru kaldırılarak rengine bakılmalıdır. Koyu, kirli, soluk renkler şaraplarda bir bozukluk belirtisi olabilir. Bu nedenle alınacak şarapların

renklerinin parlak, canlı ve temiz olmasına dikkat edilmelidir. Ayrıca; eğer seçilen yıllanmış bir şarapsa, bir miktar tortu olması normaldir. Ancak genç şaraplarda bu mümkün değildir. Yıllanmış şarapların şişesindeki etiketlerin rengi de şarapların yaşını gösterir (Aytek, 2002: 49).

2.2.3. Şarap İçimi

Kaliteli, yıllanmış bir şarap alındığında, hemen açılıp içilmesi uygun değildir. Bir şarabın yatık bir vaziyette serin ve karanlık bir yerde, bir iki gün dinlendirilmesi gerekir. İçmeye başlamadan yaklaşık 5-6 saat önce de dik konuma getirilmelidir. Bu sırada, şarap içerisindeki olası tortuların dibe çökmesi sağlanır. Bu tür bir şarap, servis edilmeden yarım saat ile 45 dakika önce açılmalıdır. Şarap açıldıktan sonra, varsa; hem tortularından ayrılması, hem de daha iyi hava alabilmesi açısından bir “karafa” dökülmesi ayrıca tavsiye edilir. Beyaz şarap soğuk, kırmızı şarap ise oda sıcaklığında içilir (16-17 derece). Beyaz şarapların aromaları soğukken, kırmızı şarabın aroması ve rengi ise sıcakken daha iyi algılanır. Beyaz şarabın soğukluğunu korumak amacıyla, kadehinin boyutları daha küçüktür. Yine aynı amaçla, beyaz şarap kadehleri; kadeh kısmından değil, alt kısmından tutulmalıdır (Aytek, 2002: 50).

2.2.4. Şarap servisi

Şarap; Avrupa mutfak kültürünün bir parçası olduğundan servisi çok önemlidir. Restoranlarda şarap garsonu mөнüyü seçtikten sonra, müşteriden özel bir istek gelmemişse uygun şarabı önermek ve siparişı aldıktan sonra, uygun sıcaklıkta ve şekilde servis yapmakla sorumludur (Anlı, 2005: 9).

Şarabın açılışı sırasında mantardan ses gelmelidir. Ses çıkması, şarabın uygun koşullarda ve yatık olarak saklandığını, mantarın şarapla ıslanarak şiştiğini gösterir.

Hem kırmızı hem de beyaz şarabın yarım kadeh konulması gerekir. Kadehi boşalmadan beyaz şarabın, yenisi konulmamalıdır; çünkü amaç beyaz şarabın soğuk içilmesidir. Kırmızı şarap oda sıcaklığında içildiği için kadeh boşalmadan ekleme yapılabilir. Birinci şişe bitmiş ve ikinci şişe açılıyorsa kadehler değiştirilip yeniden tadım yapılmalıdır (Aytek, 2002: 51).

Restoranda yapılan şarap servisinde dikkat edilmesi gereken 12 altın kural şöyle sıralanabilir (Anlı, 2005: 9);

- 1- Restoranlarda önce yemek sonra yemeğe uygun şarap seçilir.
- 2- Şarap seçimini öncelikle müşteri yapar. Garson ancak müşteriden talep gelirse uygun şarap seçiminde yardımcı olabilir.
- 3- Şarap yemekten önce getirilir. Garson öncelikle şarabın etiketini gösterir, gerekirse üretim yılı ve özellikleri hakkında kısaca bilgi verir. Müşteri şarabı tadar ve onaylarsa servise geçilir.
- 4- Beyaz, pembe ve köpüklü şaraplar buz kovası ile, kırmızı şaraplar ise servis sepetiyle sunulur. Müşteriye tattırılırken kadehin 1/3 – 1/4 oranında doldurulması gerektiği unutulmamalıdır.
- 5- Şarap kadehleri ince camdan veya kristalden yapılmış, lale şeklinde, aromayı saklayan bir yapıda olmalıdır. Beyaz şaraplarda serinliği korumak esas olduğundan beyaz şarap kadehleri, kırmızı şarap kadehlerinden küçüktür.
- 6- Genel olarak; beyaz şaraplar 6-8 °C, pembe şaraplar 5-8 °C, primeur (genç) kırmızılar 12-14 °C, gövdeli kırmızılar ise 16-18 °C'de servis edilmelidir. Çerez şaraplar yapılarına ve servis zamanlarına göre farklı sıcaklıklarda sunulabilir.
- 7- Şarap açılırken temel kural mantarı parçalamadan şişeyi açmaktır. Bunun için tirbuşon burgusu dik olarak, mantarı zedelemeyecek şekilde mantara batırılır ve

burgusu mantara tam olarak saplanır. Mantar çıkarken ses çıkartıyorsa şarap yatık olarak saklanmış demektir.

8- Çıkarılan mantar küçük bir tabağa konulur. Müşteri kullanılan mantar tipini, kalitesini, gözenek yapısını ve küflü olup olmadığını inceler.

9- Tadım yapan müşteriden onay alırsa önce misafirlerden başlayarak sırasıyla bayanlara, baylara en son olarak da şarabı tadan kişiye servis yapılır.

10-Şarap beğenilmezse, aynı şarabın yeni bir şişesi sunulur. Ancak müşteri mutlaka şaraptaki hatayı belirtmelidir. Hata tekrarlanırsa başka bir şarap önerilmelidir.

11-Müşteri beyaz şarap içiyorsa kadeh boşaldıktan sonra yeniden doldurulmalıdır. Amaç şarabı serin içmek olduğundan beyaz şarap kadehi bitmeden üzerine şarap eklenmez.

12-Şarap şişesi bittiğinde garson müşteriye başka bir şarap isteyip istemediğini sorar. Müşteri yeni bir şarap istiyorsa kadehler değiştirilir ve yeni şarap tattırılır. Müşteri aynı şaraba devam etmek istese bile, ikinci şişede bir sorun olması olasılığına karşı müşterinin şarabı tatması sağlanır.

2.2.5. Şarabın Saklanması

Şarabı diğer içkilerden ayıran en önemli özelliklerden biri yaşayan bir varlık olmasıdır. Her şarap tıpkı insan gibi, doğar, gelişir, bir süre sonra yaşam eğrisi inişe geçer ve nihayet canlılığını yitirir. Oldukça hassas bir yapıya sahip olan şarap, uygun saklama koşullarında korunmazsa bozulur ve gelişimini sürdüremez. Tarih boyunca şarabı bozulmadan saklayabilmek için çeşitli kaplar ve yöntemler kullanılmıştır.

Antik çağlarda, şarap toprak testilerde (amforalarda) saklanmaktaydı. Isı yalıtım özelliğinden ötürü tercih edilen testiler, şarabın ışığa maruz kalmasını

engellemekteydi. İlk defa Romalıların şarapçılıkta kullandığı fıçılar ise testiler gibi nötr kaplar değildi. Genellikle meşe ağacından üretilen fıçılar, gözenekli bir yapıya sahiptir ve çok az miktarda oksijeni geçirerek şarabın sağlıklı gelişimini sürdürmesini sağlarlar. Bir tür ahşap olan mantar tapalar da aynı nedenle şarapçılıkta kullanılmaktadır. Şarabın saklandığı bir diğer kap da bilindiği gibi şişedir. Şaraba herhangi bir lezzet katkısı olmayan şarap şişelerinin yatık saklanmalarının sebebi, mantar tapasının sürekli şarapla temas etmesini sağlayarak, kurummasını ve çatlamasını engellemektir. Şarap mutlaka 16-18 derece sıcaklıkta saklanmalıdır. Mahzenlerin belli orandaki nemli ortamı da, şarap şişelerinin saklanması için ideal ortamı sağlamaktadır (Aytek, 2002: 52).

2.2.6. Şarabın Değerlendirmesi (Degütasyon)

Şarabın değerlendirilmesi için şarap uzmanları çok kompleks sistemler geliştirmiş ve bu sayede şarapların objektif bir değerlendirilmesi yapılabilmektedir. Amatör şarapçıların ve yeni başlayanların bu değerlendirmeleri yapmaları mümkün değildir, ama bunun için de basit sistemler geliştirilmiştir.

Tadım ya da şarap terminolojisindeki ismiyle degütasyon; duyu organlarımız yardımıyla şarabın veya bir gıdanın değerlendirilmesidir (Anlı, 2005: 6). Şarabı tatmak bir kurallar silsilesinden ibarettir. Ancak adım adım ilerleyerek şarap hakkında bir fikre sahip olunabilir.

Şarap tadımı yapmak için temel nokta bundan zevk almaktır. Şarap içmek lezzet ve zevk almak anlamına gelmektedir. En iyi tavsiye, mümkün olduğu kadar değişik şarapları deneme ve tatma yoluyla, değişik şarapların nasıl farklılıklara sahip olduğunu zevkle kavramaktır.

Şarap tadımında dört değişik aşamadan söz edilebilir. Bunlar; görsel inceleme, havalandırma, koklama ve şarabın tadılmasıdır.

2.2.6.1.Şarabın Görsel İncelemesi

Şarabın renginin, renk tonunun, berraklık ve parlaklığının incelenerek; şarabın yaşı, renk kalitesi, temel bir hatası olup olmadığı hakkında genel bir kanıya varmaktır (Anlı, 2005: 6).

Her türlü şarap tadımında ilk aşama, kadehteki şarabın rengini ve berraklığını incelemektir. Beyaz bir yüzey veya beyaz masa örtüsü/peçete bu işte rahatça kullanılabilir.

Beyaz şaraplar berraktan sarıya ve altın kahverengisi renklere kadar değişim gösterirler. Beyaz şaraplar eskidikçe renk olarak daha da koyulaşırlar. Kırmızı şaraplar kırmızıdan mora ve koyu kırmızımsı kahverengiye kadar değişim gösterirler. Kırmızı şaraplar eskidikçe renklerini kaybederler ve kahverengimsi bir renge dönüşmeye başlarlar (www.keyifdunyasi.com.tr).

Şarabın rengini etkileyen en önemli faktör, şarabın yapıldığı üzümün kalitesidir. Şarabın yaşı ve varsa meşe fıçı muamelesi rengi etkileyen diğer faktörlerdir.

2.2.6.2.Şarabın Havalandırılması

Şarabınızı havalandırılması, kadehin ince sapından tutarak ve kadehi kendi çevresinde döndürerek yapılabilir, bu esnada kadehin içinde bir anafor oluşması gereklidir. Çevrime kuvvetiyle oluşan anaforun bardak dışına sıçrayıp çıkmasına müsaade edilmemelidir. Şarabın bu şekilde havalandırılmasının sebebi, içinde saklı

ve uyuyan aromaların ortaya çıkmasıdır. Aynı şekilde bu havalandırma, şarabın bukesinin de ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Aynı zamanda şarabı çalkalarken, kadehin duvarlarına dikkat etmek gerekir. Burada oluşan bacakların yoğunluğu alkol seviyesinin yoğunluğunu ve dolayısıyla şarabın gövdeli bir şarap olduğunu anlatırlar (www.keyifdunyasi.com.tr).

2.2.6.3.Şarabın Koklanması

Şarabın herhangi bir probleminin olup olmadığı, aromatik özellikleri ve kokusal yapısı hakkında fikir sahibi olmaktır. İlk burun ya da ilk koku adı verilen birinci aşamada 1/3 - 1/4 oranında doldurulan şarap kadehi buruna götürülür. Burun kadehin içine dalar. İkinci aşamada (ikinci burun) şarap kadehi dairesel bir hareketle çevrilir ve tekrar koklanarak derinden gelen aromaların buruna doğru itilmesi sağlanır (Anlı, 2005: 6).

Şarap havalandırdıktan sonra ilk çalkalamadan sonra burun kadehin içine sokulur ve koklanır. Elma gibi mi, çilek gibi mi kokuyor? Belki biraz baharatlı veya tereyağ aromalı mı? Herkes değişik kokular algılayabilir. Zaman içinde burun eğitilecek ve değişik aromaları algılayacaktır (www.keyifdunyasi.com.tr).

Şarap aromalarının üç temel kökeni vardır (Anlı,2005: 6):

Birincil aromalar: Bizzat üzümün kendisinden gelen, meyvemsi aromaları içerir.

İkincil aromalar: Meyvemsi ve bitkisel aromaların bir karışımı olup, fermantasyon sırasında oluşurlar.

Üçüncü aromalar: Bitkisel ve hayvansal kökenli aromalar ağırlıktadır. Şarabın eskimesi ile oluşan bu tip aromaların gelişimi sonucu buke oluşur.

2.2.6.4. Şarabın Tadılması

Şarabın damakta değerlendirilmesidir. Yeterli miktarda ağza alınan şarap, burundan ya da ağızdan alınan bir miktar hava ile ağızda yayılır. Şarabın ağızda bıraktığı izlenim değerlendirilerek tatsal yapısı hakkında bir hükme varılır (Anlı, 2005:6).

Şarabın genel tadı koku ve lezzetin bir bileşiminden oluşur. Bu yüzden şarabın koku tanımlaması aşamasını kesinlikle atlamamak gerekir. Şarap tadılırken hemen tatmamak ve çalkalamamak önemlidir. Şarabın dilin bütün bölümleriyle yavaş yavaş tanışmasına müsaade edilmelidir. Dilin değişik bölümleri, değişik tatları ve lezzetleri algılamak için dizayn edilmiştir. Şarap tadımı yaparken aşağıdaki karakteristiklerin dengesine bakılır (www.keyifdunyasi.com.tr).

Gövde: Şarabın ağızındaki ağırlığına denir. Daha yüksek seviyedeki alkol gövdeyi arttırır.

Tatlılık: Fermentasyondan sonra şeker kalırsa algılanır. Sek şarapların damakta algılanabilir. Dilin ucu tarafından hissedilir. Eğer bir şarap tatlı ise bu hemen anlaşılır.

Meyvemsilik: Ağızdaki meyve tatlarının yoğunluğuna denir. Tatlılık tanımlandıktan sonra dilin orta kısmı tarafından hissedilir.

Asitlik: Asit şaraba ferahlık hissi vermesini sağlar. Dilin yan tarafları vasıtasıyla hissedilir. Asitlik beyaz şaraplarda kırmızılara oranla daha fark edildir.

Tanen: Şarabın sertliği/acılığı üzüm kabuklarından ve üzüm saplarından gelir. Aynı zamanda tanen üzüm kabuklarının içindeki renk verici maddedir. Şarabın yapısını tamamlayıcı etkisi vardır. Dilin orta kısmı tarafından hissedilir. Kırmızı şaraplar ve fıçıda eskitilen beyaz şaraplar tanen içerir, tanen damakta sert/acımtırak bir tat bırakır. Eğer şarapta çok bulunursa ağzı kurutur.

Şarabı tadarken not almak her zaman faydalıdır. Her zaman tadının, görünüşünün ve kokusunun algılandığından emin olmak gerekir.

2.2.6.5. Uyum

Şarabın gerek görsel gerekse kokusal dengesi toplu olarak değerlendirilerek şarabın bileşenlerindeki uyum hakkında hükme varılır (Anlı, 2005:6). Değerlendirmenin karar aşaması olarak ta nitelendirilebilir.

2.3. BOZCAADA'DA ŞARAP KÜLTÜRÜ

Bozcaada'da şarapçılık çok eski zamanlardan itibaren yapılmaktadır. Ancak çok eski dönemlere ilişkin, hatta Cumhuriyet öncesi döneme ilişkin bilgi çok azdır. Bozcaada'da şarap üretimi 1925 yılına kadar Rumların elindeydi. Bu durumun temel sebebi şarabın İslam inancına göre haram olmasıdır. Bundan dolayı Bozcaada'da Türkler çok uzun yıllar bağlarda üzüm yetiştirmiştir. Şarap üretimine karışmamışlardır.

Ada, bağlarının varlığı ile hayat bulmaktadır. Ada'ya inanılmaz güzellikleri veren biraz da bu dokudur. Görsel güzelliğinin yanında bağların içinde albenisi olan giysileriyle çalışan kadınlar, genç kızlar ayrı bir güzelliştir. Özellikle bağbozumu dönemlerinde saçlarını örten beyaz eşarpları, çılgın renkli şalvarları, neşeli

kahkahaları ile bağ içindeki varlıları bir şöendir. Gölge yapan en ufak bir ağacın altına koydukları sepetleri, sepetlerinden taşan taze ekmek kokusu, domates, salatalık kokuları bağ içinde ayrı bir hayattır. İşlerinin ehli oluşları, eğilip kalkışları, salkımlara ulaşmaları herkesin harcı değildir. Bu güzellikler bağların tamamlayıcılarıdır. Zaman zaman tutturdıkları türküler, şarkılar değme şarkıcılara taş çıkartacak niteliktedir, çünkü coşku vardır, içtendir, doğaldır, Ada'yı ada yapan biraz da bunlardır.

Ada da üzümün olgunlaştığı zamanda bağ bozumu başlar. Şarap fabrikalarını başlattığı “Bozcaada bağbozumu ve şarap tadımı” gezileri 1 Ekime kadar sürmektedir. Bu turlar iki günlük hafta sonu turlarıdır. Bağ, üzüm ve şarap dolu bu programda küçük sepetlerde hazırlanan “bağ işçileri mönüsü” ile bağlar içinde öğle yemekleri, tadım seansları, üzüm kesimleri, şarap fabrikası gezisi özgün ada tatlarını sunan lokantalarda akşam yemekleri bulunmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler için şarap konusunda bilgilenmenin yanında yedi çeşit şarap, peynir ve küçük ekmek parçalarını birlikte tatmakta mümkün olmaktadır.

Eskiden şarap insanların ucuz yoldan sarhoş olmak için içtikleri bir içki olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 1995 yılından itibaren Türkiye’de bir şarap kültürü oluşmaya başlamıştır. Bu arayışlar sonucu kaliteli şarap üretimine verilen önem artmıştır. Bozcaada’da şarabın kalitesi yükselmiştir. İleriki dönemlerde şarapta oluşan bu olumlu havanın devam edeceği söylenebilir. Bu olumlu gelişmeler devam ederse, her geçen yıl şarabın Bozcaada için önemi artacaktır (Durmuş, 2004: 78).

Bütün bir yıl boyunca emek verilen bağlardaki üzümün toplanmasını yani bağbozumunu kutlamak için her yıl Eylül ayının başında geleneksel olarak Bağbozumu festivali düzenlenmektedir. Adanın bağlarında hep birlikte yapılan bağbozumundan sonra toplanıp Ada merkezine getirilen üzümler, meydana davul-zurna eşliğinde coşkulu bir şekilde karşılanır ve festival başlar.

Gündüzleri bağlarda çalışan halk ve adayı ziyaret eden turistler akşamları kale içindeki etkinlikleri seyretmek için bir araya gelir. Konserler dışında çeşitli

gösteriler, sergiler, söyleşiler ada hayatına renk katar. Bağbozumu Festivali adayı ziyaret edilecek en güzel dönemlerden biridir.

Ada şarap üreticileri tarafından Haziran ayının son haftasında düzenlenen şarap tadım günleri, üç gün boyunca süren tadımlar, çeşitli kültürel ve sanatsal aktivitelerin eşliğinde yapılmaktadır. Paneller, müzik dinletileri, gösteriler için mekan olarak adanın şarap fabrikaları seçilmiştir. Bu gezi sırasında üzümün şarap olana kadar hangi aşamalardan geçtiği öğrenilebilir ve damak tadına uygun şarabın hangisi olabileceği konusunda fikir edinmek mümkündür. Ayrıca fabrikaların yanında keyifle alışveriş yapılabilecek şarap tadım ve satış mağazaları bulunmaktadır. Bu yüzden şarapçılığın turizm açısından da Ada'ya büyük katkısı olduğu söylenebilir.

Anadolulu ozan Homeros'un anısına düzenlenen "Ozanın Günü ve İlyada Okumaları" 2002 yılından beri her yıl, gazeteci-yazar Haluk Şahin'in organizasyonu ile Ağustos ayının ilk hafta sonu düzenlenmektedir. Etkinlik, o yıl davet edilen bir ozanın önderliğinde iki gün sürmektedir. Etkinlik boyunca davetli ozanın şiirlerini kendi ağzından dinleme ve ünlü destan İlyada'yı birçok dünya dilinde dinleme fırsatı elde edilebilmektedir. Ayrıca okuma sırasında şarap firmaları tarafından şarap ikramı yapılmaktadır.

Ayazma'da bulunan Aya Paraskevi Manastırı'nda, Hıristiyan inancında önemli bir yeri olan Azize Paraskevi'yi anmak için her yıl 25-26-27 Temmuz günlerinde Rum Ortodoks Cemaati tarafından Ayazma Panayırı şenliği düzenlenmektedir. Bu günü adada kutlamak için İstanbul'dan, Yunanistan'dan ve dünyanın dört bir yanından çok sayıda Rum adaya gelir. Ayazma'da yemekler yenilip, şaraplar içildikten sonra canlı müzik eşliğinde dans edilir. Şenlik herkese açıktır.

Son dönemlerde adaya yapılan şarap yatırımları giderek artmakta ve Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot ve Chardonnay gibi üstün kalitede şarap verebilen üzüm çeşitleri adapte edilmektedir (Anlı, 2005: 2).

Sofralık üzüm çeşitlerinden Bozcaada Çavuşu, Cardinal, Atasarısı, Uslu,

Yalova İncisi, Alphonse Lavallee ve Amasya, şaraplık üzüm çeşitlerinden Karasakız (Kuntra), Altınbaş (Vasilaki) ve Karalahna yetiştirilmektedir. Son yıllarda özellikle kaliteli şarap elde edilen ve getirisi yüksek olan Cabernet Sauvignon, Shordone, Merlot ve Gamei gibi Fransız şaraplık üzüm çeşitlerine yönelme vardır. Adada bugün 4 şarap fabrikası bulunmaktadır (www.bozcaada.gov.tr).

Bozcaada'da Vasilaki, Kuntra, Karalahna üzümleri şarapçılık alanında kullanılmaktadır. Kuntra ve Karalahna kırmızı şarap yapımında, Vasilaki ise beyaz şarap yapımında kullanılmaktadır. Son yıllarda Cabernet Sauvignon ve Merlot ile kaliteli şaraplar üretilmektedir.

Ada bağcılığı denildiğinde, artık adanın sembolü haline gelmiş dünyaca ünlü Bozcaada Çavuş üzümü akla gelmektedir. Çavuş üzümünün Bozcaada'da özel bir yeri vardır. Adanın rüzgarlı havasının etkisiyle Türkiye'nin en güzel çavuş üzümü burada yetiştirilmektedir. Çavuş üzümü Ada'da perakende satıldığı gibi arz fazlası İstanbul sebze ve meyve haline gönderilmektedir.

2.4. ŞARABIN TURİZM ÜZERİNE ETKİLERİ

Şarap kültürünün, bölge turizmine etkisi şarap turizmi ile olmaktadır. Bu nedenle şarap turizmi ve şarap bölgelerinin çekicilik özelliklerinden bahsetmek doğru olacaktır.

2.4.1. Şarap Turizmi

Şarap Turizmi, 1990 yıllarında gelişmeye başlayınca ilk araştırmalarda yapılmaya başlanmıştır. İlk kez 1998 yılında Avustralya'da Şarap Turizmi Konferansı yapılarak, turizmin bu yeni alt alanında keşfedilen ölçüler ile

tanımlamaya yardımcı olacak çalışmalar yapılmış ve bu doğrultuda tanımlamalar yapılmıştır. Şarap turizminin artan değeri Avustralya ve Birleşik Krallık dahil bir çok ülkede kanıtlanmış oldu. Ayrıca şarap turizmi üzerine destinasyonların geliştirilmesi açısından çalışmalar yapılmıştır (Getz ve Brown, 2003: 2).

“Şarap Turizm’i pazarlama açısından bakıldığında potansiyel ve güncel şarap turistleri tarafından aranan deneyimlerin tecrübe edilmesi olarak tanımlanabilir. Gerçekten Şarap Turizminin bir çok tanımı seyahat motivasyonları ve deneyimlerine bağlı olarak yapılmaktadır. Örneğin Hall (2000: 2); “Turistlerin, bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılmak amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlamaktadır.

Diğer taraftan Getz’e (2000: 66) göre şarap üreticileri, turizm acenteleri ve müşterilere göre konu hakkında üç farklı bakış açısı bulunmaktadır. Bu yüzden şarap turizmi bir müşteri davranış şeklinin yanı sıra şarapçılar için müşteriye doğrudan ürünlerini satmak ve tanıtmak için bir pazarlama fırsatı diğer taraftan şarap pazarının imajı, çekiciliği açısından destinasyonların gelişmesinde önemli bir stratejidir.

Bir çok akademisyen, şarapçı ve turizmciler tarafından “şarap turizmi” tanımlanmaya çalışılmaktadır. 2000 yılında Western Australian Wine Tourism Strategy tarafından tanımlamada şarap turizmi; “servis ve destinasyonun pazarlanmasını içine alan, kültürü ile birlikte şarap bölgesinin şarap severlere tecrübe ettirilmesini amaçlayan seyahatlerdir” şeklindedir (Charters ve Ali-Knight: 2001: 312).

Şarap birçok ülkede turizmin en önemli itici gücü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece şarabı iyi diye turistler tarafından tercih edilen bölgeler, şehirler, ülkeler bulunmaktadır. Şarap konusunda ünlü olan ülkelerin hükümetleri de bu bağlantının farkında ve şarap sektörlerine ciddi destek vermektedir. Turistik yörelere şarabın romantizminden yararlanarak kimlik kazandırmak için büyük paralar harcanmaktadır. Doğu Avrupa ülkeleri bile batılı turistleri çekebilmek için değişik

pazarlama etkinlikleri yürütmektedir. Örneğin Macaristan turistleri Villany Siklos şarap bağlarına götürmek için bir şarap treni sefere koymuştur. Avustralya ve Yeni Zelanda uluslararası turizmin merkezi olabilmek için şarap turizmi etkinliklerinde birinci sırada bulunmaktadır.

Yukarıda yapılan tanımlara dayanarak ortak bir tanım denemesi yapmak gerekirse şarap turizmi; “potansiyel ve güncel şarap turistleri tarafından, bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılarak rahatlamak ve güzel bir gün geçirmek amaçlı yapılan seyahatler”dir.

Bağbozumu sırasında yapılan şenlikler, şarabın onur konusu olduğu festivaller günümüzde turistik gezilerle birleştirilerek üzümün bağlardan sofralara olan yolculuğunu anlatmaktadır. Örneğin ABD’nin New York şehrinde Bacchus Şarapları ve Riedel Crystal’ın ortaklaşa düzenlediği tadım gecesi Broadway 70 ve 71’inci sokaklar arasında bulunan Bacchus’ta Kasım ayında yapılmaktadır. Dünyanın çeşitli yörelerinde yetişen üzümlerden üretilen şarapların tadıldığı bu gece de ayrıca gelenlere kristal şarap hediye edilmektedir (www.bacchusnyc.com). New York’ta düzenlenen başka bir organizasyonda Shiraz Festivali yapılmaktadır ve ziyaretçiler Shiraz üzümünden yapılmış 6 farklı şarabı tatma imkanı bulmaktadır (www.morrellwine.com). San Francisco’da Klasik Şarap Festivali ise Amerika’nın her yerinden şarap severleri kendine çekmektedir. Şarap üreticilerinin konuşmacı olarak yer aldıkları programda çeşitli şarapların tadımı da yapılmaktadır (www.cultwineclassic.com).

İtalya’da ise Klasik Chianti Şarap Eğitim Semineri ve Toskana Turu 31 Ekim-6 Kasım tarihlerinde yapılmaktadır. Bu altı günlük Chianti şarap turu, şarap severlerin olduğu kadar gurmelerin de ilgisini çekmektedir. Bölgeye yapılan bu gezi ile ziyaretçiler Toskana mutfağını ve şarap yapımı dünyasını yakından tanıma fırsatı bulmaktadır. İtalya’nın önde gelen uzmanlarının verdiği seminerler ile 50 farklı şarap tadabilme imkanı da sunulmaktadır (www.localwineevents.com).

Faransa'ya baktığımızda ise yine benzer turlar bulunmaktadır. Fransa'da Bourgogne, Bordeaux, Rhone, Champagne gibi değişik şarap bölgelerinde yüzlerce şarap üretiliyor. Bu bölgelere çeşitli turlar düzenlenerek şarap severlere bölge şarap kültürü ile birlikte tecrübe ettiriliyor. Örneğin Provence'e 25 Eylül ve 2 Ekim tarihleri arasında düzenlenen şarap ve yemek turu ziyaretçileri gastronomik bir gün geçirmeye çağırılmaktadır. Ziyaretçiler 18. yüzyıldan kalma Chateau Talaud'da konaklayabilmekte, Southern Rhone Valley yöresinin şaraplarını tadabilme olanağına sahip olmaktadır. Provence'in en iyi şeflerinden yemek dersleri alınabildiği gibi yemek-şarap eşleşmeleri konusunda da bilgi alınabilmektedir (www.wine-tours-france.com).

2.4.2. Şarap Bölgelerinin Çekicilik Unsurları

Dünyada yaygın olarak okunan Wine Spectator'un yaptığı araştırmaya göre yaygın olarak bilinen, sevilen şarap bölgeleri, güzel şaraplar yapılan özel yerlerdir. Bu yüzden dergi okuyucularının seçtiği önde gelen şarap bölgeleri Burgundy, Bordeaux, Tusaany, Napa ve Sonoma'dır. Bu seçimler, bakıldığında belli bir okuyucunun bakış açısını yansıtsa da bu yerler çekicilik ve ziyaret açısından dünya sıralamasına giren yerlerdir. Burgundy gastronomi ve tarihi üne sahiptir, Bordeaux, şatolarıyla bir markadır, Tuscany muhteşem iklimi ve sahili ile Napa ilgi çekici olmasıyla ve Sonoma'da rahat bir yer olmasıyla diğer şarap bölgelerine nazaran önde görülmektedir (Wine Spectator, 1997:31).

Williams (2001: 42), Wine Spectator'un reklam sayfalarında yaptığı araştırmada şarap bölgelerinin gelişmesini irdelenmiştir. Buna göre, yapılan reklamlarda genellikle şarap bölgelerinin şarap üretimi ile ilgili tanıtımı yer almaktadır. Ancak 1990'ların sonlarına doğru şarap bölgelerinin imajı, bir kırsal cennet olmaları, şarap müşterilerine hoş vakit geçirme olanakları, manzara ve dışarıda yapılan aktivitelerin sunulması ile gelişmiştir. Williams (2001: 43)'a göre de müşterilerin merak etmesi, tanınması ve tercih etmesi için şarap bölgesinin yerinin

uygun olması ve ihtiyacı karşılayacak imkanlarının olması gerekmektedir (Williams, 2001: 42).

Şarap bölgelerinin çekiciliğinde yerlerin farklılıkları olmalıdır ve bu farklar zamanla marka olacaktır (Bruwer, 2003: 23). Şarap turistleri için bir destinasyonun çekiciliğini diğerlerinden ayıran bir bölgenin sahip olduğu fiziksel, kültürel ve doğal çevrenin karışımıdır (Hall ve Mitchel, 2002: 69). Hem doğal hem de kültürel çekicilikler önemlidir ancak çekicilik, bölgenin pazara uzaklığı ile de ilgilidir. Bu yüzden özellikle şarap festivalleri, şarap bölgelerine ve şarapçılara yeni pazar olanağı sunmaktadır.

Bağlara gelen ziyaretçilere mahzenden satışta bir bağ hayatının önemli bir parçası olarak görülmektedir. Bağın olduğu bu yer, ziyaretçilerin içeriye girmesini, piknik alanlarını kullanmasını, şarap üretim yerini ve şarabın nasıl yapıldığının gösterildiği yerdir. Zengin düşünülmüş ve düzenlenmiş bir bağ yeri, ziyaretçilerin yerel hediyeler almasını, dünyanın diğer bölgelerinden şaraplar görülebilmesini, satın almadan önce birçok şarabın test edilebilmesini sağlamaktadır. Bu metot, müşteriye şarabı test ederken, şarap üreticisine de sorular sorabilmesine olanak sağlar (Sharples, 2000: 30).

Şarap ile ilgili düzenlenen gün ve olaylar, marka değerini arttırmakta ve bölgenin şarap üreticilerinin prestijini arttırmaktadır. O bölgenin farklı yönlerini koruyan, arttıran ve kutlayan bir bölgesel olay, ziyaretçilere daha otantik ve zevkli gün yaşatmaktadır. Aynı zamanda düzenlenen bu tür olayların, diğerlerinden ayırt edilebilmesi için şarap yarışmaları, bölgesel yemek, kültür, kültürel miras gibi diğer bazı faydalar yaratılmalı ve sadece şarap, yemek, müzik, ulaşım sağlayan diğer olaylara göre rekabet avantajı sağlanmalıdır. Buna karşı, kötü planlanmış ve yönetilmiş bir olay, bölgenin kötü tanınmasına veya iyi imajının zedelenmesine neden olur (Hoffman, Beverland ve Resmussen, 2001: 54). Şarap sektöründe bu tür plansız olaylar yarardan çok zararda getirebilmektedir. Bu yüzden bu işin profesyonel kişilerce yapılması doğru olur.

2.4.3. Şarap Turisti

Şarap turizminin tanımı genellikle ziyaretçilerin motivasyonlarına göre yapılmaktadır bu yüzden şarap turisti kavramı ve şarap turistinin tercihleri üzerinde durmak gerekmektedir.

2.4.3.1. Şarap Turisti Kavramı

Geçmiş zamanlarda ya aristokratların ya da çok fakir alkoliklerin içkisi olan, fakat hiçbir zaman ikisinin arasındaki kesime hitap etmeyen şarap, kimlik değiştirmiştir. Şarap, artık herkesin içebileceği bir içecektir. Bunda kuşkusuz yeni dünya şaraplarının çok büyük payı var. Eskiden şarap yalnızca belli başlı birkaç ülke ile özdeşleşmişti. Fransız şarapları başı çeker, İtalyan ve İspanyol şarapları onu izlerdi. Şimdi ise yükselen trend Avustralya, California hatta Yeni Zelanda, Arjantin ve Güney Afrika şarabı içmek oldu. Bu trend, Fransız şaraplarına olan talebi büyük ölçüde azaltmış durumdadır (Martin ve Williams, 2003: 319).

Hall (200: 2), şarap turistini, “bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılmak amacıyla seyahate çıkan kişiler olarak tanımlamaktadır”.

2.4.3.2. Turistlerin Şarap Turizmini Tercih Nedenleri

Şarap turisti, genellikle gittiği bölgede şarap tatmak, satış mağazalarını gezmek, şarapçılar ile tanışmak ve onlardan bilgi edinmek, sosyal bir etkinliğe katılmış olmak, piknik yapmak ve hafta sonunu değerlendirmek amacıyla seyahate çıkarlar (Bruwer, 2003: 429).

Diğer taraftan festivallere katılmak, müzeleri gezmek, tarihi ve doğal yapıyı

görmek de ikinci amaç olarak göze çarpmaktadır (Bruwer, 2003: 429). Şarap turisti için asıl motivasyon unsuru, şarap bölgesinin kültürünü tanımak, şarap tatmak ve yapım aşamaların görerek bilgi sahibi olmaktır (Tefler, 2001: 21).

2.5. ŞARAP VE ŞARAP ÜRETİM SÜRECİ

Şarap, Türk Dil Kurumunun tanımına göre kökeni Arapça olan üzüm veya başka meyve sularını türlü yöntemlerle mayalandırarak elde edilen alkollü içkiye verilen isimdir (Türkçe Sözlük, 1992).

Antik çağlardan günümüze köklü bir geçmişe sahip olan şarap pek çok kültürü derinden etkilemiş olup dünyanın en soylu içkisi olarak bilinir. Şarabın bu soyluluğu üretimden tüketimine kadar uzanan bütün aşamalarda var olan inceliklerde gizlidir. “Tanrıların İçkisi” olarak adlandırılan şarap, taze üzüm ve şıranın fermantasyonuyla elde edilen alkollü bir içkidir (Turuncu Dergisi, 2006: 20).

Şarap, taze üzüm suyundaki şekerin fermantasyon yoluyla alkole dönüşmesi ile elde edilen, birçok çeşide sahip olan ve medeniyet tarihi kadar eski bir içecektir (Aytek, 2002: 48). Şeker içeren tüm meyvelerden, hatta meyve dışındaki ürünlerden de şarap yapmak olasıdır. Ancak bu durumda üretim hangi üründen yapılmışsa o ürünün ismini taşımak zorundadır. Elma şarabı, armut şarabı, vişne şarabı, bal şarabı vb gibi (Anlı, 2005: 3). Şarabın en büyük özelliği yani karakteristiği alkol içermesidir. Alkol fermantasyonda mayalar tarafından şekerin parçalanması suretiyle meydana gelir. Şekerin bir kısmının şarapta bırakılması suretiyle de yarı tatlı ve tatlı şaraplar yapılır.

2.5.1. Geçmişten Günümüze Şarap ve Tarihçesi

Tarihte, "bereketin ve bolluğun" simgesi olarak anılan, efsanelerde en az buğday kadar yeri olan, tanrılara hediye olarak sunulan, varlığı tanrılara (şarap ve bağ bozumu tanrısı Dionysos, bağ ve bahçelerin bereket tanrısı Priapos) atfedilen üzümle ilgili söylenceler Nuh Tufanı'na kadar dayanır (Aytek, 2002: 48).

İlk şarap yapılmamış, kendiliğinden oluşmuştur. Bunu kanıtlayan bilimsel veri bulunmamasına karşın, üzüm suyunun kolaylıkla şaraba dönüştürülebilmesi, insan hayatında şarabın yerinin üzüm kadar eski olduğu düşüncesini akla getiriyor (Clarke, 1988: 46).

2.5.1.1. Şarabın Efsanevi Tarihçesi

Rivayete göre; Nuh Peygamber tufandan sonra hayvanları ile birlikte Ararat (Ağrı) Dağı eteklerinde yaşamaya başlar. Bir gün karnını doyurmak üzere civarda dolaşan keçi, oldukça neşeli bir biçimde geri döner. Bu hal günlerce devam edince, Nuh Peygamber; keçinin peşinden giderek onun bir meyveyi yedikten sonra neşelendiğini görür. Bu meyveyi kendisi de sever ve yetiştirmek üzere söküp kendi yerleşim bölgesine diker. Nuh'un neşesini kıskanan Şeytan, asmaları kurutur. Nuh Peygamber de üzüntüden yataklara düşer. Şeytan insafa gelir ve bu bitkinin yeniden canlanması için yapılması gerekenleri anlatır. Meyvenin kökü açılıp, yedi hayvanın kanıyla sulanırsa meyve canlanacaktır. Aslan, kaplan, köpek, ayı, horoz, saksagan ve tilkiden oluşan kurbanlar seçilip, kanlarıyla asma sulanır ve bir yıl sonra bitki canlanır (Aytek, 2002: 49).

İran efsaneleri ise üzüm ve şarabın keşfedilmesini başka bir şekilde anlatır: Şarabın ilk defa Pişdadiyan sülalesinin ünlü hükümdarı Cemşit zamanında üretildiği söylenir. Cemşid, yanındakiler ile birlikte bir kır gezisindeyken gökte ayaklarına yılan sarılmış bir kuş görür. Okçularına, kuşa zarar vermeden yılanı vurmalarını söyler. Kuş kurtulunca Cem'in yanına gelir ve gagasından çıkardığı bir kaç taneyi

bırakır. Bu taneler toprağa ekilince bol üzümlü bir asma olur (Doğer, 2004: 29). Cemşit, bol bol asma diktirerek, meyvelerinin halka dağıtılmasını emreder. Mahsül çok bol olunca, kışa saklamak üzere kaplarda muhafaza edilen üzümler, değişik bir lezzet alır, üstelik şırası da acımtıraktır. Bu suyu zehirli sanıp içmezler. Rivayete göre, Cemşit'in en gözde ve güzel cariyesi şiddetli baş ağrısından dolayı canından bezmiştir. Ölüp kurtulmak için bu kaplardaki zehirli sudan içip, hayatına son vermek ister. Fakat içtiği zehir, onu öldüreceğine diriltir, üstelik neşe içinde derin bir uykuya dalar. Uyandığında baş ağrısı kalmamış, vücudu ve ruhu dinlenmiştir. Durumu Cemşit'e anlatır ve hükümdar ve sevgilisi ömür boyu "Ab-I Hayat" tan (Hayat suyu) içip, neşeli ve mutlu yaşarlar (Karal ve Karaçelebi, 2000: 50).

2.5.1.2. Şarabın Gerçek Tarihi

Mezopotamya'da milattan 4000 yıl önce Sümerler tarafından şarap yapıldığı biliniyor. Bir zamanlar Sümer hakimiyetine giren Babil önemli bir şöhrete sahip olmuş ve "Asmabahçeleri", pek çok antik dünya yazarı tarafından dünyanın yedi harikasından biri olarak kabul edilmiştir (Eken, 2005: 88).

Sümerlerden sonra Hititler, Frigyalılar, Lidyalılar, Likyalılar ve Kapadokyalıların yaşamında da şarap yerini almıştır. Şarabın bu uzun yolculuğu, insanoğlunun ufkunu açmış, tutkularını alevlendirmiş, kimi zaman üzüntüye boğmuş, kimi zaman da karşılaştığı felaketlerin sorumlusu olmuştur. İşte bu yüzden antik dünya şaraba, yaşamını sağlamak için diğer besinlerden daha fazla önem vermiştir. Dinsel bir tema olarak algılanan şarap, her toplumda bir de şarap tanrısının var olmasına neden olmuştur. Mısırlılar tanrılarına Osiris, Yunanlılar Dionysos, Romalılar ise Bacchus adını vermişlerdir (Aytek, 2002: 50).

Bağcılığın tarihi Anadolu uygarlıkları ile iç içedir. M.Ö. 2000 yıllarında Anadolu'ya gelerek 600 yıllık büyük bir uygarlık yaratan Hititlerden, bağcılığın önemini anlatan çok sayıda arkeolojik buluntu günümüze kadar ulaşmıştır. Frigya ve

Pers uygarlıkları ile Helenistik dönem boyunca bağcılık, önemini korumuştur. Avrupa için çok farklı ve yeni olan sofralık üzüm yetiştiriciliği Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Balkanlardan İtalya, Fransa ve İspanya'ya kadar yayılmıştır. Selçuklu ve Osmanlı süslemelerinde asma yaprağı ve üzüm salkımı önemli figürler olarak yer almıştır. Bağcılık kültürünün Anadolu'nun batısındaki yayılışında, Anadolu'dan Girit ve Ege adalarına göç ederek Minos uygarlığının (M.Ö. 2200-1400) kurulmasına öncülük eden Hititlerin büyük etkisi olmuştur. Minos uygarlığının Girit'te başlattığı bağcılık, daha sonra Mora Yarımadası ve Trakya'ya yayılmıştır (www.food-info.net/tr).

Deniz ticaretinin önde gelen toplumlari olan Yunanlılar ve özellikle Finikeliler, bağcılık kültürünü Akdeniz'in batısına taşımışlardır. Fransa'da ilk bağlar M.Ö. 500 yıllarında Yunanlı göçmenler tarafından kurulmuşsa da, bu ülkede bağcılığın gelişmesinde Romalılar daha etkili olmuştur (M.Ö. 1. yy). Roma İmparatorluğu'nun gelişmesiyle birlikte bağcılık, Almanya'nın Ren Vadisi'ne ulaşmıştır. Bu dönemde ülkelerarası şarap ticareti, Romalıların hakimiyetinde olsa da, imparatorluğun çöküşü ile birlikte, şarap ticaretinde önemli bir gerileme yaşanmıştır; ancak Avrupa'da hızla yayılmakta olan Hıristiyanlığın etkisi ile şarap ticareti yeniden canlanmıştır. Ortaçağ'da (M.S. 500-1000) bağcılık ve şarapçılık daha çok manastırın himayesindedir. 16. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa'da 30 Yıl Savaşları'nın Ren Vadisi'ndeki bağlara, 1709 yılındaki büyük don olayının ise; Fransa ve Almanya'nın kuzeyindeki bağlara büyük zarar vermesine ve 1868'de ilk olarak Fransa'da hızla yayılan filokseraya rağmen bağcılık, Avrupa'daki önemini ve gelişimini günümüze kadar sürdürmüştür. Ulusal içkinin rakı olduğu ülkemizde de şarap tutkunlarının sayısı günden güne artmakta ve buna bağlı olarak da özellikle Ege ve Trakya bölgelerindeki bağcılık gelişmektedir (Aytek, 2002: 50).

Colombus'un seyahatlerini takiben, üzüm kültürü ve şarap yapımı eski dünyadan yeni dünyaya taşınmıştır. İspanyol misyonerler, asma kültürünü 16. yy'ın ortalarında Şili ve Arjantin'e, 18. yy da da Kaliforniya'ya götürmüşlerdir. 19.yy da sel baskını sonucu Avrupa göçü ile ve 20. yy'ın başlarında, *Viti vinifera* türü üzümlerin ithalatına dayanan, modern endüstriler geliştirilmiştir. Güney amerikanın ilk şarap

üretim bölgeleri, Andes dağının eteklerinde kurulmuştur. California'da üzüm merkezi, güneyden ana vadi ve Sonoma, Napa, Mendokino ülkelerinin kuzey kısmına kaymıştır. İngiliz göçmenler, Avrupa şaraplarını, 19. yy başlarında Avusturalya ve Yeni Zelanda'da üretmişlerdir. Alman göçmenler, üzümleri Rhine bölgesinden Güney Afrikaya 1654 yıllarında götürmüşlerdir (www.food-info.net/tr).

2.5.1.3. Şarabın Tıp Tarihi

Şarap, insan tarafından ilk keşfedildiğinden bu yana sıkça terapi amacıyla kullanılmaktadır. Roma ve Yunan antik çağlarından, Ortaçağ'a, Rönesans'tan, Aydınlanma Çağı'na ve daha sonra Sanayi Devrimi'ne kadar şarap geleneksel tedavi yöntemleri arasında en sık kullanılan ilaç olmuştur (Montignac, 2002: 63).

Şarap, modern biyoloji gelişene ve ecza sanayisinde yeni ilaçlar çıkana dek yerini korudu. Fakat tedavi amaçlı yanından sıyrılarak, 2. Dünya Savaşından sonra alkol karşıtı kişilerin eline düştü ve hızlı bir şekilde gettolara kapatılarak, şüphe uyandıran bir içki haline getirildi (Montignac, 2002: 63).

Yirmi beş yıldır Prof. Masquelier ve Renaud gibi güvenilir doktorlar, yaptıkları araştırmalarla şaraba yapılmış haksızlığı ortadan kaldırmaya ve onun gerçekten sağlığa yararlı özelliklerini yine gün ışığına çıkartmaya çalışmaktadırlar. Amerikalılar şarabı gündeme getirerek ve şarabın sağlığa faydalı olduğunun, hatta kalp damar yolları hastalıklarının engellenmesinde büyük rol oynadığının anlaşılmasını sağlamıştır (Montignac, 2002: 63).

Arkeologların şarabın tedavi edici özelliği hakkında bulduğu en eski yazıtlardan biri Mısırlı Plah Hotep'in mezarıdır. Plah Hotep M.Ö. 4000 yılında yaşamıştır. Aynı şekilde Sümerlerden kalma bir başka yazıt ise M.Ö. 3000 yılında yine şarabın bu şifalı tarafı hakkında bilgiler vermektedir (Montignac, 2002: 64).

Son yıllarda tıbben kanıtlanan bir diğer olgu da, şarapta bulunan bir maddenin, hastaların kanserle savaşlarında onlara yardımcı olduğudur. Bu madde, vücutta kemoterapi tedavisine karşı direnen bir proteini etkisiz hale getirerek, tedavinin etkinliğini arttırmaktadır. Yapılan araştırmalar, yüksek miktarda alkol ve sigara tüketiminin kanser oluşumlarına sebep verdiğini gösterse de, içki türlerine göre bir inceleme yapıldığında bira ve yüksek alkollü içkilere oranla şarabın sindirim ve solunum sistemlerinde oluşan kanser vakalarının oluşumunda %40 daha az risk taşıdığını göstermektedir (www.denizce.com).

2.5.1.4. Türkiye'deki Gelişimi

Anadolu, bağcılık ve şarapçılığın anavatanıdır; ancak, tarihsel süreçte bu miras sahiplenilmemiştir. Günümüzde şarapçılık konusunda önde gelen ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye'de şarap üretimi henüz emekleme safhasındadır. Şarap, başka uygarlıklara da Anadolu'dan yayılmıştır. Denizcilikle uğraşan Fenikeliler şarabı Ege sahillerindeki adalara ve Yunanistan'a taşımıştır. Hatta dünyanın en büyük şarap üreticisi olarak kabul edilen Fransızların, şarapla Foçalı bir denizci sayesinde tanıştıkları bile rivayetler arasındadır. Nerdeyse insanlık tarihi kadar eski olan şarap, alkollü içkilerin atası olarak kabul edilmektedir. Anadolu'nun en eski uygarlıklarından Hititler, ölen krallarını şarapla yıkadıkları bilinmektedir. Orta Anadolu'da tanrılara şarap sunan Hitit kralını gösteren duvar kabartmaları, şarabın ne kadar kutsal bir içki olduğunun bir göstergesidir (www.netbul.com).

Cumhuriyetin ilk yıllarında halkın sert bir içki olan rakıdan uzaklaşmasını isteyen hükümetler, şarabı desteklemişlerdir. Tekel İdaresi'nin yeni kurulduğu 1940'li yıllarda Anadolu'nun dört bir yanında (Kırıkkale, Çorum, Nevşehir, Kırşehir, Bilecik, Isparta, Tokat, Elazığ, Şanlıurfa, Yozgat, Kahramanmaraş ve Gaziantep gibi...) "Şarap Deneme Evleri" kurulmuş, illerdeki imalathanelerde Fransız uzmanlar yönetiminde Türk üzümlerinden değişik şaraplar elde edilmiştir. 1980'lerde biranın büyük atağı ile

şarapçılık darbe almışsa da son yıllarda yeniden gözde içki olmuştur (Öncü, Ögel ve Çakmak, 2002: 34).

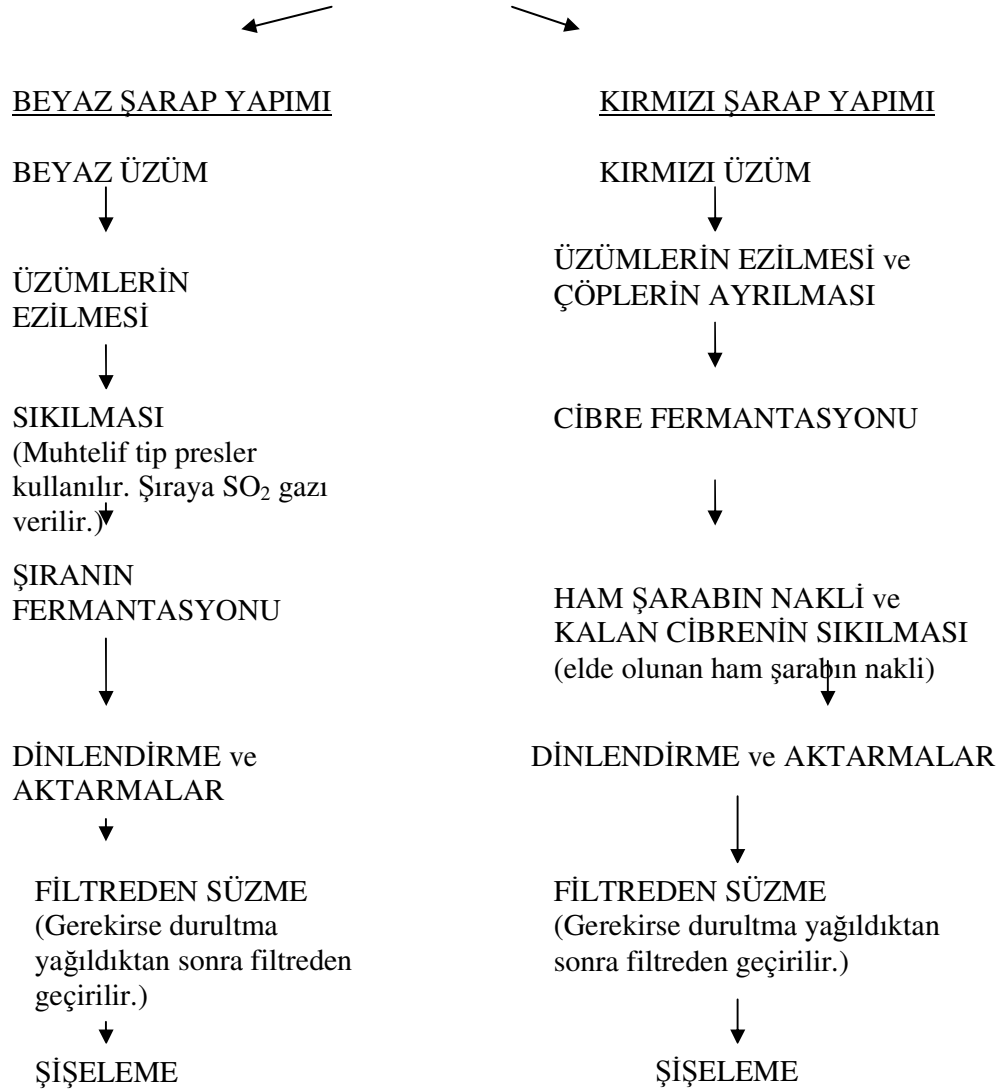
FAO'nun 2003 yılı verilerine göre Türkiye bağ alanı (560 000 ha) yönünden İspanya, İtalya ve Fransa'nın ardından 4., üzüm üretimi (3 650 000 ton) yönünden ise İtalya, İspanya, Fransa, ABD ve Çin'in ardından 6. sırayı almaktadır. DİE'nin 2003 yılı verilerine göre tarım alanlarının %2.14'ü bağlarla kaplıdır. Elde edilen ürün ise toplam meyve üretiminin %30'u dolayındadır. Bu değerler, alan yönünden %2'lik azalmaya rağmen, alan ve üretim değerleri beraber değerlendirildiğinde, 1998'e göre önemli bir değişiklik olmadığını göstermektedir. Tarım bölgeleri itibariyle, Ege Bölgesi'nin açık ara üstünlüğü, hem alan (%33 "1998 yılına göre %13'lük artış"), hem de üretim (%43 "1998'e göre %5'lik azalma") yönüyle devam etmektedir. 2003 yılında üzüm ve üzümünden üretilen ürünlerin dış satımından sağlanan gelir 241.6 milyon dolardır (Çelik ve diğerleri, 2005: 1) .

Son yıllarda özellikle şaraplık ve sofralık üzüm çeşitlerine ait fidan talebinde önemli düzeyde artış olmasına karşın, 1998 yılına göre toplam fidan üretiminde (4 024 664 adet) %11.6, sertifikalı üretimde ise %36.7 oranında gerileme kaydedilmiştir. Sertifikalı fidan satışlarına uygulanan KDV oranının 2004 yılında %8' den %1'e indirilmesi, sektöre önemli bir dolaylı destek sağlamasına rağmen, bağıcılığın temeli olan bu alanda, çok daha ciddi düzenlemelere ve desteğe gereksinim duyulmaktadır (Çelik ve Diğerleri, 2005:1) .

2.5.2. Şarap Üretim Süreci

Şarap üretim prosesi dünyada farklı şekillerde yürütülmektedir. Bu bağlamda, farklı uygulamalar bulunmaktadır. Kısaca yapım aşamasını şöyle gösterebiliriz:

Şekil 1. Şarap Yapım Şeması



Kaynak: TÜRKER, İbrahim, 1999 **Fermantasyon Teknolojisi**, Ankara, Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ders Kitapları.

2.5.2.1. Hasat (bağ bozumu) ve Nakil

Üzümler, şarap yapımıcısının ne tarzda şarap yapacağına bağlı olarak belli bir şeker asit oranına ulaştığında toplanır. Genellikle ağustos ayında başlayarak, ekim ortasında biten bu sürenin adı "bağ bozumu" olarak adlandırılır (www.netbul.com).

Hem beyaz, hem de kırmızı şaraplar için geçerli olan bir kural vardır: Şaraplar, üretimlerinde kullanılan üzümler kadar iyi olabilirler. Bağ bozumu zamanının kırmızı üzümlerde çok fazla bir belirleyiciliği olmamakla birlikte şarabın stiline bir etkisi olur. Üzümler ne kadar erken toplanırsa, şarapta o kadar az şeker, renk maddeleri ve olgun tanen, bunlara karşın o kadar da fazla asit olur. Erken toplanan üzümlerden yapılan şaraplar, daha hafif, ferahlatıcı ve açık renkli olur. Üzümler, serin geçen bir senede daha seyrek ve ham olur. Geç toplanan üzümlerden ise daha fazla alkol, renk maddeleri ve tanen içeren, daha zengin şaraplar üretilebilir. Üzümler, çok geç toplandığında şarabın çok az bir miktarda asit içirme ve marmeladimsı tatma tehlikesi vardır (www.hayyam.com).

Kullanılan şaraplık üzüm çeşitleri ve bu çeşitlere uygun bağ arazilerinin seçimi, bilinçli bağcılık, kısıtlı verim uygulamaları, kaliteli üzüm alınmasını sağlayan başlıca etkenlerdir. Ayrıca yapılacak şarapların kalitesi adına üzümlerin tam zamanında hasat edilmesi önemli bir etken olarak söylenebilir (Gök, 2004: 17).

Üzüm kompozisyonundaki etkisi nedeniyle, hasatın düzgün zamanlanması büyük önem taşır. Erken toplama (hasat) düşük alkollü zayıf şaraplarla, geç toplama da yüksek alkollü fakat düşük asitli şaraplarla sonuçlanabilir. Hasat (toplama), bir veya birkaç seferde tamamlanabilir. Üzüm salkımları önce bağdan kesilir koparılır, kutulara veya sepetlere doldurulur sonra şaraphaneye götürülmek üzere daha büyük konteynirlara transfer edilir (Avrupa'da büyük ve geniş tüpler, Kaliforniya'da ise metal gondol araçlar kullanılır). Avustralya ve Fransa gibi ülkelerde, salkımları sallayarak tanelerin düşmesini veya saplarının kırılmasını sağlayan mekanik toplama sistemleri bulunmaktadır (www.foodinfo.net/tr).

Ülkemizde bağbozumu ağustos – ekim ayları arasında gerçekleşir. Bağlarda yıl boyunca yapılan çalışmalar sonuçlarını bu dönemde verir ve üzümler hasat edilerek şarap yapımında kullanılmak üzere tesislere gönderilir.

Bağbozumu dönemi boyunca üzümlerin gelişimi, periyodik ölçümlerle yakın gözetim altında tutulur. Üzümlerin şeker ve asidite oranlarının ölçüldüğü bu analizler neticesinde, şarap yapımcısı tarafından arzu edilen optimum oranlar yakalandığı zaman kesim ve toplama işlemi başlatılır. Hasat süreci, şarap yapımı açısından en kritik aşamalardan biridir. Bağlarda başlayan kalite kontrol çalışmaları sonucunda, en makbul üzümler seçilir ve zaman kaybetmeksizin nakil işlemi başlar (Gök, 2004, 18).

Bazı şarap üreticilerinin fermantasyon kapasitesini daha etkin şekilde kullanabilmek amacıyla ellerindeki şırayı aylarca düşük ısılarda tuttıklarına rastlanabilmektedir. Bu üreticiler, yoğun bağbozumu dönemi sona erdiğinde, emek ve mevcut kapasitelerini düşük sıcaklıkta korunan şıraya odaklayabilmektedir (www.winetourism.com.tr.tc).

2.5.2.2. Salkım Ayrımı

Salkımlardan şıraya istenmeyen acılıklar geçeceği için üzümler tesiste boşaltıldıktan sonra ilk işlem, salkımlarında ayırmaktır. Bu işlem sırasında üzümler aynı zamanda hafifçe kırılır ve şıraları da ortaya çıkar. İnsan gücüyle yapılması mümkün olmayan salkım ayırımı işlemi, salkım ayırıcılar (destemmer/crusher) sayesinde gerçekleşir. İstisnai olarak Beaujolais ve Languedoc-Roussillon'de Carignan şaraplarının yapımında üzümler salkımlarıyla bir arada bırakılarak “karbonik maserasyon” adı verilen bir işleme tabi tutulur (Gök, 2004, 18).

2.5.2.3. Kırmızı Şarap ile Beyaz Şarap Yapımı

Salkım ayrımı aşamasından sonra kırmızı şarap ve beyaz şarap yapımında kullanılacak üzümlerin yolları ayrılır. Kırmızı üzümlerin büyük bir çoğunluğunun (Syrah, Alicante gibi bazı kırmızı renk alması için şıra ve kırmızı üzüm taneleri bir süre bir arada bekletilir. Şıranın renk kazanması için yapılan bu işleme “maserasyon” adı verilir (Gök, 2004, 18).

2.5.2.4. Maserasyon

Ortalama 10-15 gün süren maserasyon işlemi boyunca şıra kırmızı üzümlerin kabuk ve çekirdeklerinden renk alırken aynı zamanda üzümün kabuk ve çekirdeklerinde var olan bir madde de şıraya geçer. “Tanen” adı verilen bu madde, kırmızı şaraba burukluk ve gövde kazandırdığı gibi şarabı koruma özelliğine de sahiptir (Gök, 2004, 18).

Maserasyon işlemi sırasında şıradaki üzümlerin kabuklarındaki doğal mayalarla fermantasyon süreci başlar. Şıradaki şeker alkole dönüşürken ortaya çıkan karbondioksit gazı şırayla bir arada bulunan üzüm tanelerini satıha doğru kaldırır. Bir süre sonra maserasyon tankının sathında bir üzüm tabakası oluşur. Oysa amaç, maserasyon işleminin şıranın tümünde dengeli olarak gerçekleşmesini sağlamaktır. Bu yüzden de karıştırma ya da tankın aşağı kısımlarından alınan şıranın üzerlerine püskürtülmesi yöntemiyle üzümlerin şırayla eşit bir biçimde temas etmesi sağlanır. Maserasyon işlemi, sabit sıcaklık kontrollü tanklarda 26-28 °C aralığında gerçekleştirilmektedir. Bu sıcaklık aralığı, kabuklardan şıraya arzu edilen renk ve tanenin geçmesi için idealdir. Roze şaraplar da tıpkı kırmızı şaraplar gibi maserasyon işlemine tabi tutulmakla beraber, maserasyon süreleri yarım günü geçmemektedir (www.winetourism.com.tr.tc).

2.5.2.5. Sıkma / Pres

Beyaz üzümlerin salkımları ayrıldıktan sonra, kırmızı üzümlerin ise maserasyon işleminden sonraki aşaması olan sıkma işleminde en önemli kriter, üzümlerin kabuk ve çekirdeklerine zarar verecek kadar yüksek basınçlı sıkma yapmamaktır. Çünkü, üzümlerin kabuk ve çekirdeklerinin ezilip kırılmasıyla şıraya geçecek acılıklar, şıranın yumuşaklığını ve kalitesini olumsuz etkiler (Gök, 2004, 19).

Modern şarap üretiminde, üzümler aynı anda hem parçalanıp hem de sapları ayrılır. Bunu yapmak için genellikle içinde dakikada 600 ila 1200 devir yapan kanatlar bulunan delikli bir silindir kullanılır. Üzüm taneleri parçalanır ve deliklerden çıkar, geriye kalan saplar silindirin sonundan dışarı atılır. Ayakla veya ayakkabıyla tepelemek gibi ilkel metotlar artık kullanılmamaktadır (www.food-info.net/tr).

Salkımlardan şıraya istenmeyen acılıklar geçeceği için üzümler tesiste boşaltıldıktan sonra ilk işlem, salkımlarında ayırmaktır. Bu işlem sırasında üzümler aynı zamanda hafifçe kırılır ve şıraları da ortaya çıkar. İnsan gücüyle yapılması mümkün olmayan salkım ayırımı işlemi, salkım ayırıcılar (destemmer/crusher) sayesinde gerçekleşir. İstisnai olarak Beaujolais ve Languedoc-Roussillon'de Carignan şaraplarının yapımında üzümler salkımlarıyla bir arada bırakılarak "karbonik maserasyon" adı verilen bir işleme tabi tutulur (Gök, 2004, 18).

Fransa'nın Champagne bölgesindeki gibi, kırmızı üzümünden beyaz su elde etmek istendiğinde, parçalama, ezme ile gerçekleşir (basınçla). Kırmızı üzümler bazen tüm olarak tanklara atılır ve sonra tanklar kapatılır. Meyvedeki soluma, oksijen alıp karbon dioksit verme, sonucunda kabuk hücreleri ölür, zar hücreleri yarı geçirgenlik özelliklerini kaybeder ve renk eldesi kolaylaşır. Bunun yanında malik asit soluması da gerçekleşir. Bu soluma olayı yavaşça olur ve ılıman bölgelerde şıraların rengini, asitliğini, ve kokusunu büyük ölçüde değiştirir (www.food-info.net/tr).

Beyaz üzümlerin suyu kullanılacaksa veya beyaz şarap isteniyorsa, meyvenin suyu parçalama işleminden hemen sonra kabuktan ve çekirdekten ayrılır. Bazen tadın daha çok geçmesi istenebilir, bunun için beyaz üzüm kabukları suyla 12-24 saat kadar birlikte tutulabilir. Ancak bu bekletme bazen istenmeyen bir durum olan renk eldesini de hızlandırır (arttırır). Suyu meyvelerden (katıdan) ayırmak için temel olarak iki yöntem kullanılır. Parçalanmış üzümler, tabanında ve kenarlarında gizli boşluklar bulunan bir konteynıra koyulduğunda suyun çoğu kendiliğinden akıp gidebilir. Bu suya serbest su denilir ve geriye kalan parçalanmış üzüm kitesinin hepsine Posa ya da Şıra adı verilir (www.winetourism.com.tr.tc). Şıra, aynı zamanda fermantasyonda kullanılmayan kabuklu kabuksuz üzüm suyu için de kullanılan bir terimdir.

Daha sık kullanılan diğer yöntemde parçalanmış üzümler bir pres'e yerleştirilir. Bu iş için her iki uçtan basınç uygulayan yatay bir “sepet pres” kullanılır. Eski tip sepet baskı işlemi modern bir şekilde taklit edilmiştir. Özellikle posa boşaltımında “sürekli vida” tipi presler de kullanılır. Willmes Pres, içinde şişirilebilir (genişleyebilir) bir tüp (ya da balon) bulunan delikli bir silindirden meydana gelir ve özellikle beyaz şıra için kullanılır. Parçalanmış üzümler silindire doldurulur, içindeki tüp şişmeye başlar ve üzüm taneleri deliklere doğru sıkışır. Parçalanmış üzümlerin suyu presle birlikte dışarı çıkar. Bu sayede el değmeden birkaç pres birden yapılmış olur (www.food-info.net/tr).

Kırmızı şarap üretiminde kabuklar, çekirdekler ve su birlikte fermente edildiğinden sürekli presler kullanılır. Fermantasyon sayesinde kabukların tutulması kolaylaşır ve suyun ayrımı daha da hızlanmış ve kolaylaşmış olur. Bu yüzden fermente edilmiş meyveden elde edilen serbest su, fermente olmayan şıradakinden çok daha fazladır. Ayrıca pres yaparak tutulması kolaylaşan bazı katıların ayrımı da gerçekleşebilir (www.winetourism.com.tr.tc).

Beyaz veya kırmızı fermantasyondan ayrılan posa (üzümlerdeki suyun alınmasıyla geriye kalan parçalanmış kitle), şarap özü (ruhu) üretiminde damıtım materyali olarak kullanılır. Genellikle su eklenir, fermantasyon tamamlanır ve düşük

alkollü şarap boşaltılır. Daha sonra posa yıkanır ve preslenir veya direk olarak özel kaplarda damıtılır (www.food-info.net/tr).

2.5.2.6. Şıra Kaliteleri

Hiçbir sıkma işlemine maruz kalmamış, boşaltma ve salkım ayırımı işlemleri sırasında üzümlerin hafifçe kırılması sonucu ortaya çıkan şıraya “free run” denir. Free run oldukça yumuşak bir yapıya sahiptir ve en makbul şıradır (Gök, 2004, 19).

1.sınıf şıra: Free run alındıktan sonra sıkma işlemine geçilir. Düşük verim gözetilerek üzümlerin kabuk ve çekirdeklerine zarar verilmeksizin gerçekleştirilen ilk sıkma işlemine 1.sıkma, 1. sıkmadan elde edilen şıraya da 1. sınıf şıra denir.

2. sınıf şıra: Bazı düşük kaliteli şarapların yapımında kullanılmakla birlikte, şarap yapımında makbul olmayan şıralar 2. sınıf ve daha düşük kaliteli şıralar olarak adlandırılır. Bu şıralarda üzümün posasında kalan tüm şıra elde edilmek istendiğinden yüksek basınçlı bir sıkma işlemi uygulanır. Dolayısıyla üzümün kabuk ve çekirdeklerinin kırılıp zarar görmesiyle şıraya istenmeyen acılıklar geçer.

2.5.2.7. Membran Presler

Modern şarapçılıkta son yıllarda en fazla rağbet gören şarap yapım araçlarından biri de “membran presler”dir. Membran presler, yatay metal yapıda bir silindir sistemin içinde yavaş yavaş şişen bir hava yastığının üzümleri hafifçe sıkması prensibiyle çalışır. Üzümlere fazla baskı uygulamadan nazik bir sıkma işlemi gerçekleştiren membran presler, acılıklar ve sertlikler içermeyen oldukça yumuşak ve kaliteli şıra elde edilmesini sağlar (GÖK, 2004, 19).

2.5.2.8. Cibre

Sıkma işlemi sonucunda şıradan ayrılan üzümün posasına cibre denir. Cibrenin birkaç kullanım alanı bulunur. Bağlarda hasat dönemi bittikten ve asmaların yaprakları kuruduktan sonra kışın ve baharda yağacak yağmurun toprağın derinliklerine nüfuz etmesini sağlamak için toprak açılır. Bu sırada, toprağa atılan cibredeki mineral ve besleyici maddeler yağmur suyuyla birlikte toprağın derinliklerine geçer. Böylece, üzümde var olan bu minerallerin tekrar doğaya geri dönmesi sağlanır. Son yıllarda ilaç sektöründe de kullanılan cibre aynı zamanda grappa yapımında kullanılabilir. Cibrede kalan şıranın fermante edilip damıtılmasıyla oluşan bir cins üzüm likörü olan grappa üretimi, şarap üreticileri tarafından ülkemizde yapılmamaktadır (Gök, 2004, 19).

2.5.2.9. Filtrasyon

Şaraplar, üretim sürecinin çeşitli aşamalarında birkaç defa filtrasyon işlemine tabi tutulur. Şarapçılıkta filtrasyon işlemi gerçekleştirilirken farklı sistemler kullanılır.

İlk filtrasyon işlemi, sıkma aşamasından sonra, şıradaki tortu ve katı maddelerin arındırılması amacıyla uygulanır. Bu aşama öncesinde preslerden gelen şıra takriben 24 saat boyunca büyük tanklarda bekletilir ve şıranın içindeki yoğun tortuların dibe çökmesi sağlanır (Gök, 2004, 19).

Beyaz şıra genelde bulanık ve mattır, ve bunu yapan maddelerin ayırımında “çöktürme” işlemi tercih edilir. Çöktürme sırasında sülfür dioksit eklenmesi ve ısının düşürülmesi fermantasyonu engeller ve maddelerin normal olarak çökmesini sağlar. Çoğu bölgede şaraphaneler beyaz şırayı santrifüj yöntemiyle katı maddelerden ayırır. Bu proseste dairesel hareketle kuvvetli bir çekim kuvveti yaratılır. Şıra bazen pastörize edilir ve kahverengileşmeyi sağlayan bazı enzimler inaktive edilir. Nadir

olarak pektin parçalayan enzimlerin şıraya eklenmesiyle presin kolaylaştırıldığı görülür. Bunun yanında bir tür “kil” olan Bentonite eklenerek şıradaki toplam nitrojen miktarı düşürülür ve berraklaşması (klarifikasyonu) kolaylaşır (www.food-info.net/tr/).

Kırmızı şırada fermantasyon öncesi uygulanmaya başlayan ve yeni bir teknik olan “ısıtma” renk eldesini ve enzimlerin deaktivesini kolaylaştırmaktadır. Bu proses, ortalama sıcaklıkta fazla oksidasyona uğramadan hızlıca yapıldığında, kabuklarda kısa zamanlı fermantasyon gerektiren tatlı kırmızı şarap üretiminde istenilen bir tekniktir. Ayrıca parazidik bir mantar olan *Botrytis cinera* tarafından zarar görmüş üzümlerde kahverengileşmeye sebep olan polyfenol oksidaz enziminin inaktivesi için de bu proses uygulanabilir (www.food-info.net/tr/).

2.5.2.10. Fermantasyon

Fermantasyon en genel anlamda şıranın içindeki şekerin mayaların yardımıyla şaraba dönüşmesi işlemidir. Şarapların fermantasyon süreci ortalama iki hafta sürer.

Beyaz şarapların fermantasyonu sırasında şaraptaki aromaları ve canlılığı koruyabilmek için 13 – 14 °C, kırmızı şaraplarda ise 26-28°C gibi bir sıcaklık aralığı tercih edilir. Sabit sıcaklık aralıklarını sağlayabilmek ve kontrol altına tutabilmek konusunda şarap yapımcılarına elverişli ve kullanışlı bir seçenek sunar (Gök, 2004, 20).

Üzüm kabukları normalde bakteri, küf ve maya ile kaplıdır. *Pichia*, *Klockera*, ve *Torulopsis* gibi vahşi mayalar üzümde şarap mayası olan *Saccharomyces*'tan çok daha fazla bulunur. *Saccharomyces* türü genelde yeterli miktarda alkolik fermantasyon elde etmek için tercih edilen maya olsa da, bazen diğer türler de özellikle fermantasyonun erken dönemlerinde kullanılarak tat gelişimini destekler. *Saccharomyces*, şekeri alkole çevirme verimliliğinin yüksek olması ve alkol

inhibesinden en az etkilenen tür olmasından dolayı tercih edilir. Uygun ortamda ve şartlarda, *Saccharomyces cerevisia* türleri genel limit % 15-16 olmasına rağmen % 18 (hacimsel) alkol üretmişlerdir (www.winetourism.com.tr.tc/).

Alkolik fermantasyon sırasında ısı kontrolü yapılmasının başlıca nedenleri;

- maya gelişimine yardım etmek,
- kabuktan renk ve tat elde etmek,
- istenilen yan ürünlerin birikimine izin vermek,
- maya hücrelerinin ölümüne neden olan yüksek ısı artışını engellemektir.

2.5.3. Şarap Türleri

Şaraplar genel olarak sofrada ve çerez (likör) şarapları olmak üzere ikiye ayrılır. Sofra şarapları sofrada yemekle birlikte tüketilen, yemeğin bir tamamlayıcısı olan şaraplardır. Çerez şaraplar ise daha çok yemek öncesinde iştah açıcı (aperitif) ya da yemek sonunda sindirimi kolaylaştırıcı (dijestif) olarak tüketilen şaraplardır. Çerez şarapların en tipik örnekleri İspanyolların “Sherry”, Portekizlilerin “Porto” ve “Madeira”, İtalyanların “Marsala” şaraplarıdır. Bu tip şarapların özelliği dışarıdan alkol, şeker şurubu, pekmez ya da şıra ile zenginleştirilmeleridir. Ülkemizde de benzer tarzda şarap üretimi yapılmaktadır (Anlı, 2005: 3).

Şaraplar farklı kriterlere göre sınıflandırılırlar:

a) Renklerine göre;

Beyaz Şarap: Beyaz, kırmızı ve pembe üzümlerden elde edilen şaraplardır.

Kırmızı Şarap: Sadece kırmızı üzümlerden elde edilen şaraplardır.

Roze şarap: Kırmızı üzümlerden elde edilen şaraplardır (Anlı, 2005:4).

b) Şeker oranlarında göre;

Sek şarap: Litresinde 0 – 4 g şeker bulunan şaraplardır.

Dömisek şarap: Litresinde 4-12 g şeker bulunan şaraplardır.

Yarı tatlı şarap: Litresinde 12-50 g şeker bulunan şaraplardır.

Tatlı şarap: Litresinde 50 g'dan fazla şeker bulunan şaraplardır (Anlı, 2005:4).

c) Yapılarına göre;

Sofra şarabı: Sofrada yemeklerle birlikte tüketilen şaraplardır.

Çerez şaraplar: Yemeklerden önce (aperitif = iştah açıcı) veya yemeklerden sonra (dijesif = sindirim kolaylaştırıcı) olarak alınan şaraplardır. Porto, Sherry, Maderia vb. (Anlı, 2005: 4).

Şaraplar, litresinde bulunan şeker oranına göre şöyle gruplandırılır. Sek şaraplar: Litresinde 0 - 4 gram, dömisek şaraplar; litresinde 4-12 gram arası, yarı tatlı şaraplar; litresinde 12-50 gram şeker, likör şaraplar ise litresinde 50 gramdan fazla şeker bulunan şaraplardır (Aytek, 2002: 48).

Köpüren Şarap: Köpüklü şaraplar şişede en az 3.5. atmosfer gaz basıncı içeren şaraplardır. Genellikle şişede gaz basıncı 3.5 – 5 atm. arasında değişir. Suni köpüren şaraplar ve doğal köpüren şaraplar olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır.

Şampanya: Şampanya doğal köpüklü şaraptır. Adını Fransa'nın "Champagne" (Şampanya) bölgesinden almıştır. Başka yörelerde üretilen şaraplar, aynı çeşitler ve benzer üretim prosesi kullanılmış olsa bile şampanya adını almaz.

Bir ürünün şampanya adını alabilmesi için 3 temel koşul vardır:

- Fransa'nın Champagne bölgesi sınırları dahilinde üretilmelidir.
- Tanımlanan ve belirlenmiş bağlardan gelen, yöreye özgü çeşitleri; Pinot Noir, Pinot Meunier ve Chardonnay'den üretilmiş olmalıdır.
- İkinci fermantasyon şişede yaptırılmalı (Methode Champenoise'ne (Şampanya tekniği) göre üretilmiş doğal köpüren şaraplar olarak adlandırılırlar. Ancak "Şampanya" adını taşıyamazlar.

2.6. ŞARAP ÜLKELERİ VE BÖLGELERİ

Şarap bugünkü MÖ 4.000'li yıllarda Orta Anadolu-Gürcistan-Ermenistan üçgeninde doğduktan sonra önce bütün Akdeniz havzasında, sonra Avrupa'da yayılmış, Fransa'da zirvesine çıkmış sonra da bütün dünyaya yayılmıştır. Bu dünyanın en prestijli içeceği bugün Avrupa dışında Kuzey ve Güney Amerikada, Avustralyada, Afrikada ve Asyada üretilmekte ve her geçen yıl daha da zenginleşmektedir.

2.6.1. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletler, kaliteli şarap üreten önemli ülkeler arasına daha yeni katılmıştır ve burada şarap tüketimi dünyanın geri kalanına oranla hâlâ çok düşüktür.

Avrupalı göçmenlerin oluşturduğu bir ülkede geleneksel bir şarap kültürünün bulunmayışı birkaç nedene bağlanabilir. İlk başarılı şarap üretimi, sıra dışı koşullar ve yerel hastalıklar yüzünden, ilk denemelerden neredeyse 200 yıl sonra gerçekleşmiştir. 1800'lü yılların sonlarında bir keresinde batıdaki bağ yetiştirmeye uygun bölgelerde, bağlar yetiştirilebilmiş ama bu kez de, alkollü içkiler tümüyle yasaklanmıştır. Amerikan halkında gerçek bir şarap merakının gelişmesi ancak 1970'lerde gerçekleşmiştir ve bunun neticesinde, daha önce benzeri görülmemiş bir bağ dikimi ve şarap üretimi artışı yaşanmıştır (www.keyifdunyasi.com.tr).

ABD'nin kuzeybatı köşesinde, şarap, en nihayetinde Oregon ve Washington Eyaletleri'nde de tanınmaya başlamıştır. Kuzeydeki bu daha serin şarap üretimi bölgelerinde, güneydeki California'da yetiştirilen üzüm türleri yetiştirilemez, ancak, doğal koşullar sonunda araştırılmış ve kimi üzüm türlerinden burada çok iyi sonuçlar alınacağı belirlenmiştir. Oregon'daki Willamette Vadisi, Burgundy ile aynı enlemedir ve serin, sisli iklimi sayesinde, ABD'nin üretilen en iyi Pinot Noir üzümlerinden birinin ve en iyi Pinot Gris üzüm türünün yetiştirildiği bölgedir. Her ne kadar daha kuzeyde olsa da, Washington Eyaleti'nin iklimi, Sierra Dağları'nın

doğusundaki alanlarda daha kuru ve ılımandır. Bu nedenle, daha geleneksel ve farklı üzüm türleri burada yetiştirilebilmektedir. Bu türler arasında, Chardonnay, Riesling, Semillon ve Sauvignon Blanc beyaz şaraplar için, Cabernet Sauvignon ve gittikçe daha fazla miktarda Merlot da kırmızı şaraplar için yetiştirilmektedir.

2.6.2. Arjantin

Arjantin, Güney Amerika'daki en önemli şarap üreticisi ülkedir ve hala potansiyelinin tamamı değerlendirilmemektedir. Başlıca şarap üretilen topraklar, Ant Dağları'nın doğu etekleri boyunca, komşu ülke Şili'nin şarap üretimi yapılan topraklarına paralel olarak uzanan bölgededir.

Arjantin'in en önemli bölgesi Mendoza'dır, onun ardından, San Juan, La Rioja, Salta, Jujuy ve Catamarca gelmektedir. Bu bölgelerde temel olarak yetişen üzüm türü, yerel şarapların yapımında kullanılan geleneksel Cereza ve Criolla Grande üzümüdür. Bu arada, gittikçe büyüyen ihracat pazarı için Fransız üzüm türlerinden Chardonnay, Sauvignon Blanc, Merlot, Malbec, Cabernet Sauvignon, Syrah ve İtalyan üzüm türlerinden Sangiovese, Nebiolo ve Dolcetto kullanılmaktadır. Arjantin'de yetişen üzüm türleri içinden en enterasanı, Fransız harman türü olan Malbec üzümüdür. Bu üzüm, koyu renkli, dolgun ve meyvemsi, yıllarca eskitmeye müsaade eden meşede yıllandırma tekniğinden yararlanacak derecede yapılı bir şarap haline geldiği Mendoza'nın yukarı taraflarında yetiştiğinde, Fransa'dakinin aksine, karmaşıklığı artmaktadır (www.winetourism.com.tr.tc/).

Arjantin'de bağcılığın geleneği çok parlak olacak gibi gözükmemektedir ve yabancı yatırımcılar, üretimi genişletmek için güneyde, Patagonya yakınlarındaki Rio Nero ve Neuquén bölgelerine akın akın gelmektedir (www.keyifdunyasi.com.tr)

2.6.3. Avustralya

Avustralya şarapları, hem belirgin derecede Avustralya özellikleri taşımaları , hem de dünya çerçevesine mükemmel şekilde uyum göstermeleri sayesinde (Avrupa ya da Akdeniz ülkelerinden olmayan) “Yeni Dünya Şarapları” terimini en iyi şekilde temsil etmektedirler.

Şarap üretimi temel olarak, New South Wales, South Australia ve Victoria eyaletlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu birbirinden farklı bölgelerin ürünlerinin harmanlandığı ürünlerin etiketlerinde ise, “South East Australia” deyimini kullanılmaktadır. Fransız üzüm türleri olan Semillon, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir ve Merlot bağ oranlarında başı çekmektedir ve bu üzüm türleri her bölgede yetiştirilmektedir. Shiraz’dan söz etmeden Avustralya şarapları hakkında konuşmak neredeyse imkansızdır. Bu değerli kara üzüm türü Fransa’daki Syrah ile aynıdır ve yumuşak, ipeksi şarap üretilen Hunter Vadisi ile New South Wales’den tutun da, büyük ve baharatlı şarap üretilen, Avustralya’nın güneyindeki Barosa Vadisi’ne dek tüm toprak ve iklim şartlarına uyum sağlayabilmektedir (www.winetourism.com.tr.tc).

2.6.4. Güney Afrika Cumhuriyeti

Güney Afrika’da, Fransa’nın batısından getirilen bağlarla 1600’lü yılların ortasından bu yana şarap üretilmektedir. Diğer birçok yeni dünya şarabı ülkesinde olduğu gibi, burada da Fransız üzüm türleri, en gözde türlerdendir. Son yıllarda, kalitenin artması ve ticaret sınırlarının kalkması, Güney Afrika’ya yepyeni bir yaşam getirmiştir. Buradaki en ünlü şarap üretimi bölgesi, Cape Town’un 45 km doğusundaki, Stellenbosch olup burada ülkenin en iyi kırmızı şarapları üretilmektedir. Her ne kadar bu bölge, Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz ve Pinotage ile ün salmış olsa da, Stellenbosch’da mükemmel şekilde Chardonnay, Sauvignon Blanc ve Port tarzı şaraplar da üretilmektedir.

Constantia'da daha son yıllarda, ihraç pazarlarında memnuniyetle karşılanan ve çok kuvvetli olan Sauvignon Blanc, Chardonnay ve Cabernet Sauvignon üretimi başlamıştır. Paarl bölgesi, ılıman iklimi ile, Port tarzı şarapları, Brendileri ve Hasat Sonu Chenin Blanc ürünü ile tanınmaktadır. Güney Afrika deyince, sözü edilmesi gereken birkaç şarap üretimi bölgesi daha vardır: Mükemmel Muscadel ürünü ile Robertson, Gewurztraminer ve Columbard, Sauvignon Blanc ve Riesling üretilen Mossel Körfezi ve Güney Afrika'nın en çok gelecek vaad eden ve Burgundy üzüm türleri olan Chardonnay ve Pinot Noir ile yapılan şaraplarının üretildiği Walker Körfezi. Güney Afrika'nın en enteresan ürünü, burundaki Pinot Noir ve Cinsault türlerinin karışımından üretilen Pinotage'dır. Bu melez üzüm türü ile çoğunlukla, aceleci ve keskin kokulu, dünya çapında birçok meraklısı olan ve diğer Güney Afrika şaraplarının da ilerleyeceği yolu açan kırmızı şaraplar yapılmaktadır (www.keyifdunyasi.com.tr).

2.6.5. İtalya

İtalya'da yıllık ortalama 200.000.000 litre gibi müthiş bir şarap üretimi bulunmaktadır (www.winetourism.com.tr.tc/). İtalya'nın başlıca bölgeleri arasında, Barolo ve Barbaresco üretimi için temel olarak Nebbiolo türünün kullanıldığı, kuzeybatıdaki Piedmont'ta bulunur. Bu bölgedeki diğer önemli kara üzüm türleri, Barbera ve Dolcetto üzümü olup beyaz şarap üretiminde kullanılan başlıca tür ise Spumante, Gavi, Alto Monferrato, Arneis ve daha yeni kabul gören Chardonnay üretiminde kullanılan Moscato üzümüdür. Piedmont bölgesinin doğusunda, Soave, Bardolino, Valpolicella ve Amarone şaraplarının üretildiği Veneto bölgesi yer alır. Bu bölgedeki başlıca beyaz üzüm türleri, Tocai, Garganega ve Verduzzo, kara üzüm türleri ise, kırmızı şarap üretiminde bol miktarda kullanılan Corvina, Molinara ve Rondinella üzümleridir. Kuzeydoğuda, son yıllarda Pinot Bianco, Sauvignon ve Chardonnay üzüm türleri büyük başarıyla üretilmekteyse de, aslen Pinot Grigio üretimi ile tanınan Friuli bölgesi bulunmaktadır. Cabernet Sauvignon, Merlot ve Pinot Nero gibi kara üzüm türleri de yetiştirilmekte ve uluslararası alanda büyük talep görmektedir (www.keyifdunyasi.com.tr).

İtalya şaraplarının en bilinen bölgesi Chianti'dir. Chianti bölgesi, günümüz İtalya'sının Toscano bölgesinde tarihi şehirler olan Floransa ve Siena'da bulunur. Yedi tane alt bölgesi olan Chianti'ler arasında en meşhuru Chianti Classico adlı bölgedir. Sonra sırasıyla Chianti Ruffina, Chianti Montalbano, Chianti Colli Fiorentini, Chianti Colli Senesi, Chianti Colline Pisane ve Chianti Colli Arezzo gelir. Daha çok ilk iki bölge etiketlerde gözüktür. Bölge ilk defa 1716'da bölge ünlü İtalyan ailesi Medicilere mensup Toscana bölgesi dükü III.Cosimo tarafından tanımlanmıştır. 19 yüzyılın ikinci yarısında Baron Ricasoli modern Chianti karışımının tanımlamasını yapmıştır. Fransız Bordeaux'ları gibi bir karışım olan bu karışım, ana üzüm cinsi Sangiovese 'dir. Ancak başta Cabernet Sauvignon olmak üzere değişik üzümlerde bulunabilmektedir (www.winetourism.com.tr.tc).

Şişeleri de Bordeaux tipine benzeyen bölge şaraplarının, "Riserva" olarak adlandırılanları en az üç yıl eskitildikten sonra içim kıvamına gelmektedir. İtalya'nın eskitmeye en çok degecek şarapları olarak bilinen Chianti'ler doğal olarak İtalyan yemeklerine çok iyi eşlik ederler. Genel olarak zengin bukeli, orta gövdeli ve dengeli şaraplardır (www.keyifdunyasi.com.tr).

2.6.6. İspanya

İspanya dünyanın en geniş bağ alanlarına sahiptir, buna rağmen düşük verim alındığı için, dünyada üretim açısından ancak üçüncü sıradadır. İspanya'da 600'den fazla üzüm türü bulunmaktadır ve en önemli Fransız üzüm türlerinin büyük çoğunluğu İspanya kökenlidir. İtalya'nın aksine, İspanya genel doğa koşullarının önemini ve her yöredeki genel koşulların şarabı nasıl etkilediğini fark etmiş olup günümüzde üretimin % 80'i ancak 20 farklı üzüm türünden elde edilmektedir. Aynı zamanda, modern teçhizata büyük yatırım yapılmış, sonuçlar son derece başarılı olmuştur. Bugün, İspanyol şarapları, dünyanın en değerli şarapları arasındadır.

İspanya'da birkaç adet önemli şarap üretimi bölgesi bulunmaktadır ve bu bölgelerin her birinin kendi belirgin karakteri mevcuttur. Kuzeyde, % 80 Garnacha ve yaklaşık % 20 Tempranillo üzümü ile oldu olacak sadece kırmızı şarap üretilen Navarra bölgesi vardır. Hemen güneydoğusunda, İspanya'nın en önemli kaliteli şarap üretim merkezi olan Rioja Vadisi yer alır. Kırmızı şarap için kullanılan Garnacha, Mazuelo ve Graciano, beyaz şarap için kullanılan, temel olarak Malvasia ve Viura üzüm türlerinin yanı sıra, Tempranillo üzümü, Rioja bölgesinin başlıca ürünüdür. Akdeniz sahili boyunca, özellikle yerel üzüm türleri olan Garnacha, Monastrell, ve Tempranillo üzümlerinin yanı sıra, dikilmek üzere yabancı bağlar da ithal eden Miquel Torres'in yatırımlarıyla öne çıkan Penedes'in bulunduğu Catalonia bölgesi bulunur. Catalonia'da ayrıca, Parellada, Macabeo ve Xarello üzümlerinden, Cava diye bilinen, İspanya köpüklü şarabı da üretilmektedir. En güneyde, Sherry üretimi ile tanınan Andalucia bölgesi bulunur. Bu kuvvetli şarapta, Palomino, Pedro Ximenez beyaz üzüm türleri ile Alexandria Muscat üzümü kullanılmaktadır. (www.winetourism.com.tr.tc).

2. 6.7. Portekiz

İber Yarımadasının ikinci ülkesi olan Portekiz, Avrupa'nın önde gelen şarap üreticileri kadar güzel ürünler ortaya koyabilecek bir potansiyele sahiptir. Şarapçılığı pekte haklı gerekçelere dayanmasa da, nispeten az bilinen bir ülkedir. Bu belki de insanların alçak gönüllü ve ağırbaşlı tabiatından kaynaklanmaktadır.

Portekiz dünya şarap üretiminde en büyük yedinci üretici ülke konumundadır. Aynı şekilde pek çok şarap sever için Portekiz denince akla "Mateus" (Rose) ve "Port" şarapları gelmektedir. Diğer taraftan Şili on ikinci sırada olmasına rağmen daha fazla adını duyurabilmiştir (www.winetourism.com.tr.tc/).

Portekiz 10-11 milyon nüfuslu, hemen hemen Ege bölgesi büyüklüğünde olmasına rağmen gururlu ve parlak bir tarihe sahiptir. Tam olarak Portekiz

şarapçılığının kökenleri bilinmemekle birlikte güney Portekiz'de Finikelilere kadar uzanabileceğini ön gören tarihçiler bulunsa da ilk bağ alanlarının Romalılar tarafından kurulduğunda hemen herkes hemfikirdir.

Diğer yandan kendi nüfusuna oranla çok fazla miktarda şarap tüketimi, iç pazar için devam ederken, klasik şarap üretimini hep Port şaraplarının biraz gölgesinde kalmıştır. Portekizliler dünyaya yayıldıkça Portekiz'e özgü değişik şaraplar ve tatlar da dünyaya yayılmaya devam etmiştir. Yinede yüksek asitli keskin şarap tadına alışık olan geniş bir pazar olmadığı için çok da büyük bir uluslararası pazar yakalanamamıştır.

Portekizde DOC (Coğrafi Kökene Kontrolüne Göre Adlandırma - Denomination of Origin Controlled) sistemi uygulanmaktadır. Fransızların AOC'sine çok benzer (www.winetourism.com.tr.tc).

2.6.8. Şili

Arjantin'le yarışarcasına girdikleri iyi şarap yapma mücadelesi şarap severlere yeni hazineler armağan ediyor. Bu yeni dünya üreticisi mutlaka takip edilmesi gereken bir ülke olarak önümüze çıkıyor.

Şili, Güney Amerika'nın batı kıyısı boyunca uzanan ve şaşırtıcı derecede dar bir ülkedir ve şarap üretilen bölgeleri, Ant Dağları'nın batı etekleri boyunca komşu ülke Arjantin'e paralel olarak uzanır. Şili'de iklim Arjantin'e oranla Akdeniz iklimine çok daha yakındır çünkü kıyıda olması hem sıcaklık derecelerini düşürür, hem de yağmuru artırır. Bu seyrek nüfuslu ülkede şarap üretiminin tarihi, 1500'lü yıllara kadar uzanır. Bu tarihlerde, İspanyollar İspanya ve Meksika'dan çok nitelikli olmayan bağlar getirmiştir. 1830'lu yıllarda, devlete ait bir fidanlık için Fransa'dan bağ örnekleri getirilmiştir (www.winetourism.com.tr.tc/). Bugün, bu kökler, bağ bitinden etkilenmeden kalıp da orijinal Fransız özelliklerini koruyan az sayıda

örneklerdendir ve bu sayede dünyanın en sağlıklı ve kalıcı bağları Şili’de bulunmaktadır. Kalite ve fiyatlar böyle giderse, Şili şarapları tüm dünyayı fethedecek gibi görünmektedir (Yalçın, 2006: 15).

Şili’nin en ünlü ve en küçük şarap üretimi bölgesi, Santiago’nun hemen güneyindeki Maipo Vadisi’dir. Bu bölgede yetişen başlıca üzüm türleri, Cabernet Sauvignon ve Semillon üzümüdür. Kuzeyde, Cabernet Sauvignon, Merlot ve Syrah da dahil olmak üzere, özellikle kırmızı şarapların çok iyi çıktığı ve ülkenin en sıcak ve kurak bölgesi olan Aconcaqua Vadisi bulunmaktadır. Diğer “Yeni Dünya Şarabı Ülkeleri” ile karşılaştırıldığında, Şili’nin, kendine ait bir karakteri olmayan ve Arjantin’in Malbec’i, ABD’nin Zinfandel’i gibi kendi üretiminden başka bir örneği bulunmayan, kendine özgü bir şarap ürünü olmadığı söylenebilir. Dosdoğru Bordeaux üzüm türleri üzerinde yoğunlaşan Şili’nin, bir miktar Güney Yarımküre’nin Bordeaux’su olduğunu söyleyebiliriz. (www.keyifdunyasi.com.tr).

2.6.9. Fransa

Fransa dünyanın en büyük şarap üreticisi değildir, ama en kaliteli şarap üreticisidir. Bu üretim sadece ekonominin değil, aynı zamanda kültürün de önemli bir parçasıdır. Fransa’da şarap kalitesinin kontrolünü AOC denilen (Apelation d'Orgine de Control) kurum kontrol eder. Fransa’nın neredeyse her yerinde şarap üretilebilmektedir ve bu olağanüstü şarap üretimi ülkesinin mükemmel toprak ve iklim yapısı sayesinde aşağı yukarı bütün üzüm türleri (100’den fazla) burada yetiştirilmektedir. Dünyanın en iyi şaraplarının üretimi, kalite peşinde olan ve bu arayışı, bu işten kazanç da sağlayabilen çiftçilere de aktaran manastır ve kiliselerde başlamıştır (www.winetourism.com.tr.tc/). Fransa’nın şaraplarının güzelliği dünya çapında yayıldıkça, buradaki teknikler ve üzüm türleri de yaygınlaşmış, Fransa bu gün yeni dünyada şarabın kaynağı olarak düşünülür hale gelmiştir.

Fransız şarapları ile ilgili bol miktardaki bilgileri kavrayabilmek için, Fransa’da asıl önemli olan şeyin üzümün türü değil, şarabın geldiği yer olduğunu kabul etmek gerekir. Fransa’nın uzun şarap üretimi geçmişi boyunca, bağların yetiştirildiği bölgenin genel doğal koşullarının şarap üzerinde ne derecede etkili olduğu çok iyi kavranmıştır ve deneme yanılma yöntemiyle her bölgede en iyi hangi şarabın üretildiği belirlenmiştir (www.keyifdunyasi.com.tr).

2.7. TÜRKİYE’NİN ŞARAP BÖLGELERİ

Ülkemizde bağ alanı bakımından birinci bölge Ege Bölgesi’dir. Bu bölgede, toplam bağ alanlarının yaklaşık % 28 i bulunmakla beraber, bölge üzümlerinin niteliği ve kurutmalık olarak sağladığı yüksek katma değer nedeniyle şaraplık olarak değerlendirilme oranı düşüktür. Toplam bağ alanının yalnızca ülke toplamının %5 ine karşılık geldiği Marmara Bölgesi şarap üretiminde birinci sırayı almaktadır. Türkiye genel olarak 5 şarap bölgesinde incelenebilir (www.vinotolia.com/tr).

2.7.1. Marmara Bölgesi

Bu bölge Türkiye’de şarabın başkenti olarak da nitelendirilir. Türkiye’deki şarapların yüzde 40’ı bu bölgede üretilir. Bunun başlıca nedeni iklimsel çeşitlilik olmalıdır. Bölgenin kuzeyinde önemli bir şarap ülkesi olan Bulgaristan’a yakın bir Karadeniz iklimi hüküm sürerken merkezde Orta Anadolu’ya yakın bir karasal iklim vardır.

Bölgenin güneyinde yani Enez, Saroz Körfezi ve Gelibolu yöresi , Akdeniz iklimiyle benzerlikler gösterir. Yine bölgenin güneyinde yer alan Şarköy yöresi de Türkiye’nin Bordeaux’sudur. Bölgedeki arazinin eğimli olması ve eski çağlardan beri bu yörede çok sayıda manastır bulunması ve eski çağlarda bu manastırlarda

üretilen şarabın vergiden muaf olması bölgede şarapçılığın gelişmiş olmasının bazı nedenleridir. Bölgenin başlıca bağcılık alanları şunlardır (www.vinotolia.com/tr):

- Şarköy- Mürefte- Hoşköy- Gaziköy sahil şeridi. Bu bölgede aynı zamanda Türkiye'nin en önemli şarap üretim tesisleri bulunmaktadır. Doluca, Tekel , Gülör gibi tesisler bu bölgede bulunmaktadır.

Bölgede yetiştirilen başlıca üzüm türleri şunlardır :

Kırmızı : Cinsault, Gamay, Papazkarası

Beyaz : Semillon, Riesling, Chardonnay

- Edirne- Uzunköprü- Kırçasalih bölümü
- Gelibolu Yarımadası
- Avşa adası. Bu bölgenin tipik üzümü Adakarası'dır.

2.7.2. Ege Bölgesi

Ege bölgesi en kuzeyinden en güneyine kadar birçok şarap bölgesinin varlığıyla ünlüdür. Ancak Ege Bölgesi'ne genel olarak baktığımızda şaraplık üzümde karşımıza üç bölge çıkar (www.vinotolia.com/tr):

Bozcaada- Çanakkale: Bu bölgenin başlıca şaraplık ve kanyaklık üzüm çeşitleri Adakarası, Bozcaada'da Kuntra ya da Karasakız, Karalahna, beyaz üzümde Vasilaki üzümüdür.

Seferihisar-Çeşme bölgesi, üzüm yetiştirmek için son derece uygun iklim koşulları ve toprak yapısına sahiptir.

Yerel çeşitler, Bornova Misketi ve Sultaniye gibibeyaz üzümler olmakla birlikte son yıllarda bölgede Cabernet Sauvignon, Merlot, Carignan, Grenache, Alicante gibi kırmızı, Chardonnay, Sauvignon Blanc gibi beyaz çeşitler başarıyla yetiştirilmektedir. Bölgenin başlıca şarap üreticileri Yazgan Şarapçılık, Sevilen

Şarapçılık ve Cankara Şarapçılık gibi firmalardır. İç Ege Bölgesi – Denizli-Çal-Güney bölümü Kıyı Ege'ye oranla daha yüksek ve biraz da karasal iklim özelliklerini yansıtan bir bölgedir.Bölgede Pamukkale Şarapçılık tarafından Öküzgözü ve Boğazkere gibi Doğu Anadolu'nun iki yerel üzümünü yetiştirme yönünde başarılı denecek çabalar vardır.

Kuzey Ege Bölgesi'nde Truva antik kenti , biraz daha güneyde Akropol ve Asklepion gibi önemli kalıntılarıyla Bergama şehri yer almaktadır.Yine Bergama yakınlarında, M.Ö. 6. yy'da gemilerle Fransa'ya giden ve orada üzüm tarımını başlatan insanların kenti olan Foça bulunmaktadır. Daha güneyde Efes, ayrıca İzmir yakınlarında üzüm ve şarap tanrısı Dionysos'a adanmış tapınağıyla Teos kenti bulunur.

2.7.3. İç Anadolu Bölgesi

İç Anadolu Bölgesi, üzüm üretimi ve bağ alanı açısından Akdeniz ve Ege bölgelerinden sonra üçüncü sırada gelir. Ortalama yüksekliği 1000 m dolayında bir plato özelliği gösterir. İklimi karasaldır. Buna göre, yaz ayları sıcak ve kurak kış ise soğuk geçer. Yağış ortalaması diğer bölgelere göre düşüktür, mevsimsel geçişler bazen çok çabuk olur. Bu da örneğin bahar aylarında don olayına neden olabilir. Güneşlenme ve yağış süreleri düşük olduğundan ve soğuk rüzgarlara açık düzlükler çok fazla olduğu için şaraplık üzüm üretimi genellikle mikroklima etkisindeki nehir vadilerinde randımanlı olur. Başlıca şaraplık üzüm üretim merkezleri ve üzüm tipleri şunlardır (www.vinotolia.com/tr):

- Ankara–Kalecik ve Çubuk: Bu bölge Kızılırmak etkisini taşır ve Kalecik ilçesi yakınlarında Türkiye'nin en prestijli üzümü olan Kalecik Karası ve Çubuk Karası üzümleri yetiştirilir.

- Çorum: Hitit Devleti'nin başkenti Hattusa yakınlarındaki bu bölgede Sungurlu şehrinin adıyla tanınan bir beyaz üzüm çeşidi yetiştirilir.

- Kapadokya: Bölgenin başlıca üretim merkezidir. Ortalama yüksekliği 1200 metredir, toprakları volkaniktir.

- Tokat: İç Anadolu Bölgesi'nin kuzeyinde bulunur. İklim olarak İç Anadolu ve Karadeniz ikliminin karışımı olup, yükseklik 600-800 metredir. Dolayısıyla İç Anadolu'ya göre daha yumuşak iklim koşullarına sahiptir. Bölgenin başlıca üzümü Türkiye'nin bir diğer prestij ürünü olan Narince dir.

2.7.4. Doğu Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Bölge başlıca iki değişik iklim kuşağından oluşur. Biri Malatya , Elazığ ve Erzincan'da hakim olan biraz daha karasal ve yüksek rakımın etkisiyle sert, diğeri de Güneydoğu bölgesinin Akdeniz iklimine yakın sıcak ama kurak iklimidir. Türkiye'nin iki çok önemli siyah üzümü bu bölgede yetiştirilir.

- Malatya ve Elazığ yörelerinde yetiştirilen Öküzgözü Türkiye'nin en sevilen şaraplık üzüm türlerindedir. Fırat Nehri ve onun kolları olan Karasu ve Murat ırmaklarının havzalarında yetiştirilir.

- Diyarbakır Dicle Nehri havzasında Boğazkere üzümü yetiştirilir. Öküzgözü ile kupaja girip çok güzel şaraplar üreten bir üzümdür.

- Gaziantep-Kilis yörelerinde çok önemli türler olmayan Rumi ve Dökülgen adlı beyaz çeşitler ve Horozkarası adlı orta kalite şaraplar üreten üzüm türleri yetiştirilir.

2.7.5. Akdeniz Bölgesi

Akdeniz Bölgesi karşımıza iki tip iklimle çıkar. Birincisi, kıyılarda hakim olan yazları sıcak kışları yağışlı iklim, diğeri de üzüm yetiştirmeye çok daha uygun olan Toros dağlarının göreceli serin iklimidir. Bu bölgenin üzümleri genellikle sofralık olup beyaz üzüm çeşitleri çoğunluktadır. Bu bölge coğrafi bakımdan kabaca iki bölüme ayrılır. Birinci bölüm, Antalya'nın batısıdır ki bu bölüm tarihsel olarak Likya olarak adlandırılır. Bağcılık açısından önemli bir bölge olmakla birlikte (ülkemiz bağlarının % 20 ye yakın bölümü bu bölgede bulunur) şaraplık üzüm çeşitleri bakımından zengin değildir. Antalya'nın doğusu tarihsel olarak Pamfilya diye adlandırılır. Bu bölge günümüzde Side, Perge, Aspendos ve Alanya'nın bulunduğu bölgedir ve Kuzey bölümünde Toroslarla çevrilidir (www.vinotolia.com/tr).

3. BÖLÜM

BOZCAADA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

3.1. BOZCAADA'NIN COĞRAFI KONUMU VE İKLİMİ

Bozcaada hakkında genel bir bilgi vermek gerekirse, coğrafi konumu, tarihi, beşeri özellikleri ile turizm ve şarapçılıktan söz etmek gerekmektedir.

3.1.1. Bozcaada'nın Coğrafi Konumu

Çanakkale İli'ne bağlı olan Bozcaada, Ege Denizi'nde Türkiye'ye ait iki adadan biri olup ülkemizde köyü olmayan tek ilçedir. Çanakkale İline bağlı olan Bozcaada İlçesi, Ege Denizi'nin kuzey-doğusunda Çanakkale Boğazı'nın 12 deniz mili güneyinde yer alan bir adadır.

Çanakkale il merkezine 25 mil, Gökçeada'ya 17 mil, Limni'ye 26 mil, Midilli'ye 27 mil, şu anda ulaşımın sağlandığı Ezine İlçesi Geyikli Beldesi Yüksekleri Feribot İskelesine ise 4 mil uzaklıktadır. Çevresi 38 km tutan Bozcaada'nın alanı 36.67 km² olup, etrafındaki irili ufaklı 17 adacık (0.93 km²) dahil olmak üzere 37.6 km²'lik yüzölçümüne sahiptir. Bu adacıklardan en büyüğü 800 dönümlük arazisi ile halk arasında Tavşan Adası diye bilinen Mavriya Adası'dır (www.bozcaada.gov.tr).

Bozcaada, 30° 48' dakika kuzey paraleli ile 26° 02' doğu meridyeni arasında yer almaktadır (Pekcan, 2002: 19). Ada yeryüzü şekilleri bakımından genel olarak alçak ve basık bir yapıdadır. En yüksek noktası Göztepe'dir (192m). Kışın akan ufak

dereler dışında akarsuyu bulunmamaktadır. Adanın iç kısımları genel olarak büyük düzlüklerden oluşmaktadır. Koılar ve burunlar adaya özgü yer şekilleri arasına girmektedir (www.bozcaada.gov.tr).

Ada'nın kuzey doğusunda Eskikale, Erenler Burnu; doğusunda Tabya, Nar, Sarıtaş Burnu; güneyinde Tun, Kocatarla, Mermer, Sulubahçe, Habbeli Burnu; batısında Batı Burnu, kuzeyinde Killik Burnu vardır. Bu burunlar arasında da Liman Koyu, Degirmenler Koyu, Poyraz Limanı, Çanak Limanı, Çapraz Limanı, Çanak Limanı, Kocatarla Limanı, Lagor Limanı, Ayana Limanı, Ayazma Koyu, Sulubahçe Koyu, Habbeli Koyu isimlerinde oniki adet koy vardır. Bozcaada'nın etrafındaki ada ve adacıklar ise şunlardır: Tavşan, Piresa, Orak, Yılan, Fener, İos, Kaşık, Gökçe, Sınacık adası (Pekcan, 2002: 19) .

Bozcada civarının oluşumu incelendiğinde Adanın bundan 15000 yıl önce Gökçeada ve Limni adası ile beraber Anadolu'ya bitişik olduğu tahmin edilmektedir. Bozcaada'nın 5-6 bin yıl önce meydana çıkan jeomorfolojik değişikliklerle oluştuğu tahmin edilmektedir (Durmuş, 2004: 11).

3.1.2. Bozcaada'nın İklimi

Bozcaada, tipik Akdeniz iklimini andırmakla beraber, Çanakkale Boğazı'nın tam çıkışında bulunması sebebiyle kuzey rüzgarlarını fazlaca alır. Dolayısıyla, Akdeniz ikliminin yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı özelliği; Bozcaada'da yazları serin ve kurak/kışları ılık ve az yağışlı olarak görülür. Aylara göre ortalama nispi nem % 70'in altına düşmez. Son yirmi yıllık ölçümlere göre en yüksek sıcaklık 37.2 derece (Temmuz), en düşük sıcaklık ise 6-8 derece (Ocak) olmuştur. Hakim rüzgar 'Kuzeydoğudan yıllık esiş sayısı 2392' dir (Pekcan, 2002: 19).

Bozcaada bulunduğu konum itibariyle tüm özelliklerini taşımasa da Akdeniz

ikliminin etkisi altındadır. Yazları serin ve kurak, kışları ılık ve az yağışlı geçer. Yılın tüm aylarında rüzgarlı, özellikle kış aylarında aşırı rüzgarlıdır. Boğazın tam çıkışında yer alması nedeniyle kuzey rüzgarlarını fazlaca almakla birlikte güney rüzgarlarına da açıktır. Bitki örtüsü üzerinde rüzgar önemli bir etkindir. Ada'nın rüzgara açık kısımlarında bitki örtüsü oluşmamaktadır. İç kısımlarda ormanlık alanlar vardır. Bitki örtüsünde en önemli alanı bağlar tutmaktadır. Doğal bitki örtüsü ise makiler ve ufak çalılardır. Yapılan bir araştırmaya göre Ada'da 65 familyaya ait 437 tür bitkinin olduğu tespit edilmiştir (www.bozcaada.gov.tr).

3.2. BOZCAADA'NIN TARİHİ

Antik çağda Leukophrys, Yunan Mitolojisinde ise Tenedos adıyla bilinen Bozcaada'nın ilk sakinleri Akaların bir kolu olduğu ve M.Ö. 2000 yıllarında yerleştikleri tahmin edilen Pelasglar (Pelazziler)'dir. Akalardan sonra Ada'ya sırasıyla Fenikeliler, Atinalılar ve Yunanlılar hakim olmuştur. Ada M.Ö.493'de Pers istilasına uğramış, M.Ö.334 yılında ise Pers istilasına son veren Büyük İskender devri başlamıştır. Bergama Krallığından sonra M.Ö.168 yılında Roma hakimiyetine girmiştir. Roma İmparatorluğu'nun 395 yılında ikiye bölünmesiyle Doğu Roma yani Bizans İmparatorluğuna dahil olmuştur. 1203 yılından sonra Bozcaada üzerinde Bizans-Ceneviz-Venedikliler arasında egemenlik mücadelesi başlamıştır.

Bozcaada ilk defa 1455 yılında Fatih Sultan Mehmet devrinde Osmanlı İmparatorluğu'na katılmıştır. Osmanlı ile Venedik arasında Bozcaada için mücadeleler olmuş, Ada zaman zaman Venedik hakimiyetine girmiştir. Bozcaada Osmanlı döneminde bir kale dizdarı ve kadı tarafından yönetilmiş, 19. yüzyılın sonlarında Merkezi Sakız ve Rodos olan Cezair-i Bahr-i Sefid eyaletinin Midilli Sancağına bağlı bir kaymakamlık olarak teşkilatlanmıştır. Bu dönemde Ada'da Belediye dairesi bulunmaktadır. 1912 yılında Balkan Savaşı sırasında Yunan donanması işgal edilmiş olup, Lozan Antlaşması sonucunda 20 Eylül 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlanmıştır (www.bozcaada.gov.tr).

3.2.1. Bozcaada'nın Helenistik Dönem Tarihi

Büyük İskender M.Ö. 334 yılında Ege adalarına da hükmetmiştir. M.Ö. 1. yy'da Roma hakimiyetini yaşayan Ada 395 yılında Doğu Roma İmparatorluğu'nun (Bizans) yönetimine girmiştir (Pekcan, 2002:24) .

İmparator Justinien (527-565) Tenedos'u deniz üssü olarak kullanmıştır. 674 - 717 yılları arasında Emeviler, İstanbul'u kuşatma esnasında Boğazlardan geçerken Tenedos'a dokunmamışlardır (Pekcan, 2002:24) .

Haçlı seferlerinde Bozcaada saldırılara (1203) sahne olmuştur. 13. yüzyılda Ege adaları Latin İmparatorluğu yönetiminde kalmıştır. Bu dönemde gerçek yönetim Venediklilerin olmuştur. Venedik – Ceneviz – Bizans dönemleri Akdeniz'de etkili deniz gücü olup fırsat buldukça Ege denizindeki adalar bunların arasında el değiştirmiştir (Pekcan, 2002: 24) .

3.2.2. Bozcaada'nın Osmanlı Dönemi

1328 – 1329 yıllarında Aydınoğlu Umur Bey, Bizanslılardan aday almıştır. İspanyol Seyyah Clavio (1403), Ada'da bir harap kale olduğunu yazar. Bu kale, ticaret maksadıyla gelen kendi gemilerini, korsan gemilerinden korumak üzere Venedik ve Cenevizlilerin ortaklaşa yaptıkları Kale'nin kalıntısıdır. Anadolu kıyıların Türkler tarafından fethi ve İstanbul kuşatmasının yaklaştığı dönemlerde ise, buralarda kalamayacaklarını anladıklarından kaleyi yıkarak Akdeniz'in güneyine çekilmeye karar vermişlerdir.

Büyük Türk coğrafyacısı ve denizcisi Piri Reis (1470 – 1554), kendisinden 1600 yıl önce yaşamış meslektaşı Amasyalı Strabon'un “Alexsandria Troas” adıyla bahsettiği eski İstanbul'u ve Bozcaada'yı şöyle anlatıyor (www.bozcaada.gov.tr): “Hilafet Merkezi olan İstanbul'dan Akdeniz'e çıkan kimseler bilmelidirler ki,

Akdeniz Boğazı'ndaki Sultaniye ve Kilitbahir kalelerine Bozcaada'dan yakın ada yoktur. Adanın karşısında, Anadolu kıyısında Eski İstanbul diye meşhur olan kefere arasında Truva denen harap şehir, mamur ve meskun iken, Bozcaada'da kale yokmuş, ama gemilerin yatmasına elverişli bir liman varmış. Eski İstanbul da çok mamur imiş. Oraya Frenk gemileri ve tüccarları gelip giderlermiş. Bunun için çoğu zaman korsan gemileri adanın limanına saklanırlar, ticaret maksadıyla karşıya gelen gemilere saldırıp mallarını yağma ederler ve birçoğunu öldürürlermiş. Bunun için Venedik ve Ceneviz kafirinin tüccarları birleşerek Bozcaada'ya bir kale yaptırmışlar. Böylece kendilerini emniyete almışlardır. Buralarda İslamiyet galip geldikten sonra eski İstanbul harap olmuştur” (Bozcaada Mahalli İdare Başkanlığı Yayını, 2001: 2).

1455-1456 yılları arasında Osmanlı- Venedik savaşları olmuş ve Bozcaada zaman zaman Venediklilerin eline geçmiştir. Gedik Ahmet Paşa 1479'da Bozcaada'yı almış ve kalesini onartmıştır. Osmanlı İmparatorluğu yönetimine göre, Bozcaada Gelibolu Sancağı'na bağlı Kaptan Paşa Eyaleti olarak geçmiştir. Bu dönemde Ada'da Müslümanlar ile birlikte Hıristiyan ahali beraber yaşamıştır. III. Mehmet zamanında (1595 – 1603) Bozcaada ‘padişah hasları’ arasındadır ve tapu tahrir defterinde “242 Hıristiyan hanesi, 18 Müslüman hanesi mevcut olduğu” kayıtlıdır (Bozcaada Mahalli İdare Başkanlığı Yayını, 2001: 12).

1645-1669 yılları arasındaki II. Osmanlı Venedik savaşlarında Bozcaada tekrar Venediklilerin eline geçmiş ve Rumeli Beylerbeyi küçük Hasan Paşa komutasındaki donanma Bozcaada'yı tekrar almıştır. 1656 tarihinde Venedikliler bir kez daha Bozcaada'yı almış, Köprülü Mehmet Paşa tekrar Venediklilerden adayı almayı başarmıştır. Sultan II. Mustafa döneminde Venedikliler tekrar Çanakkale Boğazına gelmiş ve 1697 yılında tarihte Bozcaada Deniz Savaşı diye anılan Osmanlı Venedik savaşı tekrar başlamıştır. Kaptanı Derya Mezomorto Hüseyin Paşa Venediklileri Mora yarımadasına doğru kovalamıştır. 1768-1774 Osmanlı Rus savaşında Ruslar Bozcaada'yı işgal etmiş, Cezayirli Hasan Paşa adayı tekrar geri almıştır. 1806-1812 yıllarında Seydi Ali Paşa Rus donanmasını tekrar Bozcaada ve Ege Denizi'nden

kovalamıştır. 1808-1839 yıllarında (II. Mahmut dönemi) “Bozcaada Muhafızlığı” kurulmuş ve yönetim paşa unvanlılara verilmiştir. 1912 Balkan savaşı esnasında Gökçeada (İmbroz) ve Bozcaada Yunanlılar tarafından işgal edilir. Osmanlı devleti 1913’te Atina Anlaşması’nı kabul etmez ve bu esnada kendini I. Dünya savaşının ortasında bulur. Bu arada boğaz önündeki adalarda, bütünleşme ve diğer lojistik destek için hazırlıklar da hızla tamamlanmakta, yükleme ve boşaltma için düzenlemeler yapılmaktaydı. Bozcaada’da bir de hava limanı inşa edilmişti. İngiliz hava komodoru Sampson, kadınlı erkekli yerli Rumların gönüllü olarak çalışmalarıyla 800 metre uzunluğunda bir pist yapmıştı, bu sayede Boğaz çevresinde hava keşifleri aralıksız sürdürülmekteydi. Adalar sorunu Lozan anlaşmasıyla çözülmüş ve 20 Eylül 1923’te Hızır Reis Gambotu Bozcaada’yı tekrar almıştır (Bozcaada Mahalli İdare Başkanlığı Yayını, 2001: 14).

3.3. BOZCAADA’NIN BEŞERİ ÖZELLİKLERİ

Bozcaada’nın beşeri özellikleri içine ekonomik yapısı, nüfusu, sağlık kuruluşları, eğitim kuruluşları, flora ve faunasından bahsedilecektir.

3.3.1. Bozcaada’nın Ekonomik Yapısı

İlçenin ekonomik yapısı genellikle bağıcılığa dayanmaktadır. 10.650 ha bağ arazisinde 6.328.500 bağ kütüğü mevcuttur. Ekonomik yapıyı oluşturan diğer alanlar, turizm ve balıkçılıktır. Ekonomik amaçlı faaliyet gösteren S.S Bağcılar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi’nin 374, S.S. Bozcaada Tüketim Kooperatifi’nin 39 üyesi bulunmaktadır. Mevcut otel, motel ve pansiyonda yaklaşık 1200 yatak kapasitesi vardır. İlçenin Askeri Yasak Bölge statüsünden çıkarılması ile yabancı turist sayısında belirgin artış gözlenmiştir. Eskiden ilçede 5 şarap imalathanesi mevcut iken bugün 4’e düşmüş ve üretim kapasiteleri toplam 7.500 ton/yıl iken son yıllarda 1/10

kapasite ile çalışır durumdadırlar. Bozcaada bağ arazilerinde yıllık ortalama 3400 ton şaraplık ve sofralık üzüm (çavuş üzümü) üretilmektedir. Son yıllarda Ada'da bağ arazilerinde, kütük sayısında ve üzüm rekoltesinde düşüşler olmuştur. İlçede faaliyet gösteren Tekel Şıra-Kanyak Dolum Tesisleri de mevsimlik üzüm alımlarına devam etmektedir (Pekcan, 2002: 20). Şarap fabrikaları ilçede üretilen üzümlerin değerlendirilmesi ve istihdam sağlaması açısından büyük önem arz etmektedir. Şarap fabrikalarının 5300 ton şarap üretim kapasiteleri vardır ve 60 kişi istihdam edilmektedir (www.bozcaada.gov.tr).

Adadaki şarap fabrikalarının 1960'lardan sonra teknoloji olarak Doluca ve Kavaklıdere gibi firmaların gerisinde kaldıkları bir gerçek. Son zamanlardaki bazı çabalara rağmen üretim hala küçük çapta ve oldukça geri yöntemlerle yapılıyor. Adada üç şarap firmasının da (Yunatçılar, Talay, Ataol) adayı temsil edebilecek şarapları var. Yeni eğilimlerin ışığında şarapçılığı ilerletmek için gittikçe artan çabaları da. Dahası, Ada'da şarapçılığın yeniden geliştirilmesi bir çeşit devlet politikası haline gelmiştir, Milli Güvenlik Kurulu'nca bile desteklenmektedir. Nitekim, 2001 yazında bir sıçrama yaşanmış ve yeni şarap çeşitleri çıkmış ve sırf şarap satan dükkanlar açılmıştır (Şahin, 2002: 52).

Bunun yanında balıkçılık Bozcaada'nın konumu gereği Ada'da önemli bir yer tutmaktadır. Balıkların göç yolları üzerine rastlamaktadır. Ada ile Anadolu kıyıları arasındaki denizin en dar yeri üç mil, en derin yeri ise yetmiş metre kadardır. Bu özellikler nedeniyle balık göçleri sırasında Bozcaada çevrede avlanmaya gelen irili ufaklı birçok balıkçı teknesini misafir eder. Ada çevresinde Ege'nin en güzel ve en lezzetli balıkları bol miktarda bulunur. Bozcaada'da yaşayan 40-50 aile geçimini balıkçılıkla sağlamaktadır (Bozcaada Tenedos Life, 2005: 32). Liman Başkanlığına kayıtlı 48 balıkçı teknesi ile 120 kişi profesyonel olarak balıkçılık yapmaktadır. 2004 yılında kurulan Bozcaada Su Ürünleri Kooperatifi'nin 29 üyesi bulunmaktadır (T.C. Bozcaada Kaymakamlığı Kayıtları). Ada dışından gelen balıkçılar daha büyük teknelerle avlanmakta ve yüksek miktarda deniz ürünü elde etmektedirler. Ada balıkçıları tarafından avlanan balıklar Bozcaada Balık Hali'ne satılmaktadır.

Turizmin gelir yaratıcı etkisi Bozcaadalılar tarafından son bir kaç yılda anlaşılmaya başlanmıştır. Ev pansiyonculuğu, otelcilik, restoran işletmeciliği Bozcaada'nın gelir yaratan diğer ekonomik faaliyetleridir.

Tarım arazilerinde (1478 ha) sırasıyla bağcılık, tarla bitkileri, zeytincilik, sebzeçilik ve meyvecilik yapılmaktadır. İlçenin temel tarımsal faaliyeti bağcılıktır. Diğer tarımsal faaliyetler aile işletmeciliği şeklinde yapılır ve pazara yönelik değildir (www.bozcaada.gov.tr). Bozcaada Belediyesi 1923 yılında kurulmuştur. Ada'nın tamamı Belediye sınırları ve mücavir alanı içindedir. 2 mahalleden oluşan İlçenin 634 hektarlık kısmı imar planlıdır. İller Bankası'nca 1993 yılında hazırlanan imar planı, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe konmuştur.

Anadolu'dan su getirilmesiyle içme suyu sorunu büyük ölçüde çözümlenmiştir. Kanalizasyon şebekesi yapım çalışmaları devam etmektedir.

Belediye mülkiyeti kendisine ait binada hizmet vermektedir. Belediye'de 12 memur, 2 daimi işçi, 17 geçici işçi olmak üzere toplam 31 personel görev yapmaktadır. Belediyenin halen kirada olan 2 ekmek fabrikası ile 2 otel, çeşitli büyüklükte 45 dükkan ve 9 işyerine sahip küçük sanayi sitesi bulunmaktadır. Bozcaada Belediyesinin 2006 yılı bütçesi 2.850.000 YTL dir (Bozcaada Belediyesi Kayıtları).

3.3.2. Bozcaada'nın Nüfusu

Bozcaada'nın ilk nüfus sayımı Osmanlı döneminde 1831 yılında yapılmıştır. Bu sayımda Ada nüfusunun 1232 olduğu tespit edilmiştir. Cumhuriyet döneminde 1927 yılı nüfus sayımında 1631 olan nüfus, 1985 yılı nüfus sayımında 2030'a yükselmiş ancak 1990 yılı nüfus sayımında 2003'e düşmüştür. 1997 yılı nüfus sayımında 2543, 2000 yılında yapılan son nüfus sayımında 2427 olarak tespit

edilmiştir. Kilometrekareye düşen kişi sayısı 65'dir. Nüfusun %60.4'ü erkek, %39.6'sı kadındır. İlçede 22 Rum asıllı Türk vatandaşı yaşamaktadır (Bozcaada Kaymakamlığı Kayıtları). Adanın nüfusu yaz aylarında gerek turistlerle ve gerekse yazlıkçılarla birlikte 10.000'i bulabilmektedir (Pekcan, 2002: 21) .

3.3.3. Bozcaada'nın Sağlık Kuruluşları

24 saat esasına göre çalışan bir sağlık ocağı bulunmaktadır.Sağlık Ocağında diş ünitesi,röntgen cihazı ve laboratuvar bulunmaktadır. İlçede 1 eczane hizmet vermektedir (www.bozcaada.gov.tr).

Bugün Bozcaada 25 yataklı Bozcaada Sağlık Merkezinde, 3 pratisyen hekim, 1 diş hekimi, 5 hemşire, 2 ebe , 1 laboratuvar teknisyeni, 1 çevre sağlık tekniyeni, 1 sağlık memuru, 1 veri hazırlama-kontrol işletmeni, 1 şoför, 2 hizmetli olmak üzere toplam 18 personel görev yapmaktadır. Sağlık Merkezi'nde diş ünitesi ve röntgen bulunmaktadır. Ancak, Bozcaada'da devlet hastanesi yoktur. En yakın hastane Çanakkale'nin Ezine ilçesinde bulunmaktadır (Pekcan, 2002: 21) .

3.3.4. Bozcaada'nın Eğitim Kuruluşları

Bozcaada'da ilk eğitim kurumunun ne zaman açıldığı bilinmemekle birlikte, 1912 Yunan işgalinden önce Türklerin ve Rumların ayrı ilkokulları vardır. Türk ilkokulu şimdiki müftülük binasında, Rum ilkokulu da Cumhuriyet Mahallesinde bulunan şimdi Ege Otel'in bulunduğu binada eğitim yapmıştır. Lozan antlaşması ile 1924 yılında Ada Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlanmış, 1927 yılında çıkarılan 1151 Sayılı Kanunun 14. maddesi gereğince Türkler ve Rumlar Ege Otel'in bulunduğu eski Rum ilkokulu binasında karma eğitime başlamışlardır.1951 yılında 1151 Sayılı Kanunun 14. maddesinde yapılan değişiklikle Rumlara azınlık okulu açma izni

verilince Rum ilkokulu 1952 yılında yeniden açılmış,1964 yılında çıkarılan 502 Sayılı Kanun ile kapatılıncaya kadar şimdi Sağlık Ocağı olarak kullanılan binada eğitime devam etmiştir.Mevcut ilköğretim binası 1961 yılında yapılmış ve 1961-1962 eğitim-öğretim yılında ilkokul yeni hizmet binasına taşınmıştır.İlçede ortaokul 1962-1963 eğitim-öğretim yılında eski ilkokul binasında (Ege Otel) Gazi Ortaokulu ismiyle faaliyete geçmiştir.Ortaokul iki yıl sonra 1964 yılında yapılan ve şimdi Gazi Lisesi tarafından kullanılan yeni binasına taşınmıştır.1997 yılında sekiz yıllık kesintisiz eğitime geçilmesiyle ilk ve ortaokul birleştirilerek ilköğretim okuluna dönüştürülmüş ve okulun adı İstiklal İlköğretim Okulu olmuştur (www.bozcaada.gov.tr).

Gazi Lisesi 1978-1979 eğitim-öğretim yılında halen bulunmakta olduğu eski ortaokul binasında hizmete açılmıştır. İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü 1985 yılında, Halk Eğitimi Merkezi Müdürlüğü 1966 yılında kurulmuştur (Bozcaada Mahalli İdare Başkanlığı Yayını: Bozcaada, 2001: 1-2).

İlçenin tek temel eğitim kurumu olan İstiklal İlköğretim Okulunda 2005-2006 eğitim-öğretim yılında ilköğretimde 8 derslikte 184 öğrenci,okul öncesi eğitimde 2 derslikte 30 öğrenci öğrenim görmekte ve 19 öğretmen görev yapmaktadır.

Gazi Lisesinde 2005-2006 eğitim-öğretim yılında 5 derslikte 45 öğrenci öğrenim görmekte ve 8 öğretmen görev yapmaktadır (www.bozcaada.gov.tr).

3.3.5. Bozcaada'nın Flora ve Faunası

Bozcaada'da yetişen bitki örtüsü ve yaşayan canlılara kısaca iki başlık altında değinmekte yarar vardır. Bu bağlamda ilk önce floraya değinilecektir, daha sonra ise faunadan bahsedilecektir.

3.3.5.1. Bozcaada'nın Florası

Doğal bitki örtüsü maki ve ufak çalılar olmakla birlikte, güneybatı bölümünde çamlıklar da yer alır. Adanın rüzgara açık kısımlarında bitki örtüsü oluşmamaktadır. Bitki örtüsünde en önemli alanı % 31 oran ile bağlar tutmaktadır. Adanın 42 kilometrelik yüzölçümünün 10650 dönümü bağlarla kaplıdır. Adanın bitki örtüsü oldukça zengindir. 1977 yılında yapılan bir araştırmaya göre adada 65 familyaya ait 437 tür bitkinin olduğu tespit edilmiştir (Bozcaada Kaymakamlığı Rehber Kitapçığı, 2006: 4).

Gerek sofralık üretilen çavuşüzümü, gerekse “Karasakız” ve “Vasilaki” gibi şaraplık üzüm çeşitleriyle Bozcaada bağcılık literatüründe yer almaktadır (Pekcan, 2002: 22).

3.3.5.2. Bozcaada'nın Faunası

Zengin deniz ürünlerine sahip Ada lezzetli kalamarı ile ün yapmış olup, Ada'da kümes hayvancılığı da yapılmaktadır (Pekcan, 2002: 22). Bozcaada'da çıkan balıkları ise göçmen balıklar ve yerli balıklar olarak düşünmek yanlış olmayacaktır. Göçmen balıkları olarak adlandırılan balıklar; Palamut, Torik, Lüfer, Sardalye, Kalamar'dır. Bozcaada'da her mevsim bulunan balıklar ise; Barbunya, Sinarit, Mercan, Çipura, Levrek, Ahtapot, Melanurya, Karagöz, Sargöz (Sarı göz), Iskataroz, Kocagöz, Tekir, Mezgit vb (Durmuş, 2004: 83).

3.4. BOZCAADA'NIN TURİZM YAPISININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Bozcaada'nın turizm yapısını değerlendirecek olursak bunu alt yapısı ve üst yapısı olarak ikiye ayırmamız doğru olacaktır.

3.4.1. Bozcaada'nın Alt Yapısının Turizm Hareketleri Bakımından Değerlendirilmesi

Bozcaada alt yapısını bakımında çeşitli eksikliklerine rağmen sürekli gelişme içerisinde. 1989 yılından itibaren denizaltı kablosu kanalı ile ulusal elektrik sisteminden yararlanmaktadır. 2000 yılında yap-işlet-devret modeliyle 17 kuleli Bozcaada Rüzgar Enerji Santrali (BORES) kurulmuştur. BORES, şu anda destekleyici konumdadır ve doğrudan enerji sağlayamamaktadır.

İlçenin mevcut su kaynakları yetersiz olduğundan Anadolu'dan su getirilmiştir. Bozcaada ilçesine deniz altından içme suyu getirilmesi için 1992 yılında bir proje başlatılmış, adanın su ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir. "1992 yılından bu yana sürdürülen proje ile 4590 metresi deniz altından olmak üzere toplam 5780 metre boru döşenerek içme suyunun ilçeye ulaşması sağlanmıştır. 1992 yılında başlanan projenin deniz şartlarının zorluğu nedeniyle ancak tamamlandığı belirtilerek Anadolu yakasında Kumburnu mevkiinden deniz altına döşenen borularla Bozcaada'ya saniyede 30 litre su ulaştırılıyor. Ayazma, Çayır ve Başağa mevkilerine de içmesuyu verilmektedir. 40 – 45 bin kişiye içme suyu sağlayacak proje ile nüfusu 2000 olan Bozcaada'nın 2050 yılına kadar su problemi yaşamayacağı tahmin ediliyor" (Pekcan, 2002: 34).

Kanalizasyon şebekesi yapım çalışmaları ile arıtma tesisi proje çalışmaları devam etmektedir. Ada yollarının tamamı (41 km) asfalt kaplama, bağ ve bahçe yolları ise stabilize kaplama veya ham yoldur. İlçemiz ile Geyikli/Yükyeri feribot iskelesi arasında deniz ulaşımı Türkiye Denizcilik İşletmeleri'ne ait arabalı vapur ile sağlanmaktadır (www.bozcaada.gov.tr).

PTT Müdürlüğü ve Türk Telekom hizmet vermektedir. 2004 yılı içerisinde ADSL santrali hizmete girmiştir. Avea, Telsim ve Türkcel şirketlerine ait cep telefonu baz istasyonları mevcuttur.

3.4.1.1. Enerji Kaynakları

Bozcaada'nın daha önce jeneratörle karşılanan elektrik enerjisi ihtiyacı; bugün adanın simgesi haline gelen, 'yap-işlet-devret' modeliyle yapılan, 10 megavat üretim kapasitesine sahip, ülkemizin ilk en büyük rüzgar enerji santrali ile karşılanmaktadır. Böylece ulusal enerji ağına da büyük bir katkıda bulunmaktadır. Bu tribünlerden bir tanesi adanın elektrik ihtiyacını karşılamaya yetiyor. Adada sokakların dar olması nedeniyle elektrik direkleri ulaşımı etkilemekte, bu nedenle elektrik hatlarının yeraltına alınması çalışmaları devam etmektedir (PEKCAN, 2002: 34).

Türkiye'nin 3'ncü, Demirer Holding A.Ş.'nin 2'nci Rüzgar Enerji Santrali olan Bozcaada Rüzgar Enerji Santrali'nin rüzgar ölçüm direği 1996'da dikilmiştir. 1998 yılında fizibilite çalışmalarına başlanan proje, gerekli yasal izinler tamamlandıktan sonra 3 ayda bitirilmiş ve Haziran 2000'de hayata geçirilmiştir.

Bozcaada Rüzgar Enerji Santrali 17 adet türbinden oluşmakta ve yılda 35 milyon kilovat saat elektrik üretmektedir. Kurulu gücü 10.2 MW olan santral, 13 Milyon Dolara (\$) mal olmuştur. Santral, adanın enerji ihtiyacınının 30 kat fazlasını Çanakkale'ye iletmekte ve böylece yaklaşık 30.000 kişinin elektrik ihtiyacını karşılamaktadır (www.demirer.com.tr).

Bu santral için Bozcaada'nın tarım ve hayvancılığa müsait olmayan en ücra köşesi, adanın sakinliği düşünülerek dünyanın en sessiz çalışan türbin modeli seçilmiştir. Proje hazırlanırken estetik hususlar göz önüne alınarak kafes kuleler yerine konik silindir kuleler kullanılmıştır. Ayrıca bu kuleler yurt dışından getirilmek yerine ülkemizde üretilmiştir. Doğal güzelliği korumak amacıyla, üretilen elektrik dağıtım merkezine havai hat yerine daha pahalı olan yeraltı kablosu ile iletilmiştir.

Yap-İşlet-Devret Statüsünde kurulan ve ülkemizin yenilenebilir enerji kaynaklarını değerlendiren bu proje 20 yıl sonra Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'na bedelsiz devredilecektir (<http://www.demirer.com.tr>)

3.4.1.2. Ulaşım

Bozcaada'ya sadece deniz yolu ile ulaşım mevcuttur. Havayolu ulaşımı için havaalanı bulunmamaktadır. Demiryolu ulaşımı için de demiryolu sistemi mevcut değildir. En yakın tren istasyonu Balıkesir, bandırma illerindedir .

Çanakkale savaşlarında İngilizlerin toprak bir havaalanı olduğu ve keşif uçuşlarını buradan kaldırdığı uçaklar ile yaptığı tarihte geçmektedir. Bozcaada'ya en yakın havaalanı Edremit'te bulunmaktadır (Pekcan, 2002: 34).

Adaya ulaşmak için Çanakkale'nin 60 km dışındaki Geyikli'ye gelip feribota binmek gerekmektedir. Sefer saatleri belirlenmiş olsa da mevsimine, gününe, rüzgara ve araba yoğunluğuna göre değişmektedir (Erekli, 2005: 137).

Tablo 1. Bozcaada'nın Deniz Yolu Ulaşımı (Deniz mili)

Bozcaada	Gökçeada	Kumburnu	Geyikli Odunluk İskelesi
	29	3	3,5

Kaynak: T.C. Çanakkale Valiliği Yayını: Çanakkale, Ankara – 1998 , s:52

Tablo 1'de de görüldüğü gibi denizden ulaşım Gökçeada'dan 29 deniz mili, Kumburnu'ndan 3 deniz mili, Geyikliden ise 3,5 deniz milidir.

Adaya özel araba ile gelenler İstanbul'dan gelirken Çanakkale Boğazı'nı geçmek için 3 seçeneğe sahiptir. Bunlar; Gelibolu – Lapseki ve Eceabat – Çanakkale arasında, Türkiye Denizcilik İşletmeleri'ne ait, saat başı kalkan feribotları kullanmak ya da Kilitbahir – Çanakkale arasında doldukça hareket eden özel motor seferlerini kullanmaktır. Çanakkale'den Yükyeri İskelesine 45 dakikada ulaşılmaktadır.

Belli başlı otobüs firmalarının yaz boyunca Geyikli'ye bağlı Yükyeri Feribot İskelesi'ne kadar seferleri bulunmaktadır. Otobüsler adaya geçmeden yolcuları iskelede bırakır.

3.4.1.3. Su

Adanın su kaynakları az ve yetersizdir. Adaya içme suyu Anadolu'dan Pınarbaşı Taştepe ovasından denizin altından gelmektedir. Bu proje 1999 yılında İller Bankası'na borçlanmak suretiyle gerçekleşmiş bulunmakla, şebeke adaya saniyede 30 litre su sağlamaktadır. Bu miktar şu an ihtiyacı karşılamakta fakat denizaltındaki şebekede problemlerin olduğu, bunun onarım maliyetinin çok yüksek olduğu söylenmekte ve idaresinin güç olduğu belirtilmektedir (Pekcan, 2002: 35).

3.4.1.4. Haberleşme Araçları

Adada PTT Müdürlüğü ve Türk Telekom 1802 abonelik bir santral ile hizmet vermektedir. Şehir içi ana arterlerdeki telefon kabloları yer altına alınmıştır. 2004 yılı içerisinde ADSL santrali hizmete girmiştir. Avea, Telsim ve Türkcell şirketlerine ait cep telefonu baz istasyonları mevcuttur.

3.4.1.5. Hijyen

Normal nüfusun 2549 olduğu ancak yaz sezonunda 10 – 15 bine ulaştığı adada fosseptikler yetersiz kalmaktadır. Fakat Belediye 2000 yatırım programına dahil ettiği kanalizasyon inşaatı projesini ihale ederek sorunu çözmeye çalışmaktadır. Çöp problemi çöpleri yakmak ve gömmek suretiyle çözümlenmeye çalışılmakta, çöp

imha sistemi bulunmaktadır. Kanalizasyon şebekesi yapım çalışmaları ile arıtma tesisi proje çalışmaları devam etmektedir.

3.4.2. Bozcaada'nın Üst Yapısının Turizm hareketleri Bakımından Değerlendirilmesi

Turizm Bozcaada'da 1990'lı yıllardan itibaren gelişmeye ve en önemli ekonomik faaliyet olmaya başlayan bir sektördür. Bozcaada'nın kendine özgü tarihi ve mimari dokusu, doğal yapısı, kalesi, farklı kültürleri bir arada barındırması, ada olma özelliği, temiz havası ve denizi ülkemizde turizmin gelişmesiyle birlikte yerli ve yabancı turistler tarafından keşfedilmiş ve turizm olgusu başlamıştır. Turizmin gelişmesinde en önemli etken 1996 yılında Ada'ya arabalı vapur seferlerinin başlamasıdır. Sezonun 2-3 ay gibi kısa olmasına rağmen halkın en önemli gelir kaynağı turizmdir.

3.4.2.1. Konaklama Tesisleri:

Adada bulunan 22 otel ile 44 pansiyonun 1602 yatak kapasitesi vardır. Ev pansiyonları ile birlikte toplam yatak kapasitesi yaklaşık olarak 2500'dir. Son yıllarda adaya gelen yabancı turist sayısında belirgin bir artış gözlenmektedir (www.bozcaada.gov.tr).

Bozcaada'da Valilik yönergesi esasları çerçevesinde pansiyonculukla uğraşan 17 hak sahibine değerlendirme çalışmaları yapılarak 25 milyar kredi Halk Bankası kanalıyla verilmiştir. Adada 2001 yılında halkın pansiyonculuğa gösterdiği ilgi ve eğilim ile 30 milyar tutarındaki kredi neticesinde adada kayıtlı pansiyoncu sayısı artmıştır (Pekcan, 2002: 53).

Bozcaada, konaklama için farklı alternatifler sunar. Ama hepsinin ortak özelliği samimi, özgün, huzurlu ve sakin bir ortamda tatil geçirme olanağı sunmalarıdır. Merkezdeki özgün oteller ve şirin pansiyonların yanında, merkez dışında adaya özgü bağ evleri, tatil çiftlikleri ve büyük bir çadır kamp alanı bulunmaktadır. Adanın merkezinde her yer yürüme mesafesindedir, ama merkez dışı konaklamayı tercih edenler bir ulaşım aracına ihtiyaç duyabilir.

3.4.2.2. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Bozcaada, birbirinden güzel plajları, bağları, çamlıkları ve sessizliği yanında deniz ürünleri (özellikle kalamar), harika şaraplarının servis edildiği mütevazı restoranlarıyla insanların huzurlu bir tatil yapmalarını sağlayan bir adadır. Bozcaada'da içki hizmeti veren 15 restoran ve 1 adet cafe bulunmaktadır.

Bozcaada'da yılların getirdiği Türk –Rum birlikteliğinin sonucunda zengin bir yemek kültürü oluşmuştur. Öyle ki sadece restoranları için şehir dışından gelinecek kadar ünlüdür yemekleri, merkezde liman boyunca sıralanmış balık restoranları, sokak aralarındaki şirin kafe- restoranlar, çay bahçeleri adanın kendine özgü havasını hissedeceğiniz mekanlardır. Merkez dışında da Ayazma Plajı boyunca sıralı veya adanın güzel manzaralı köşelerine kurulmuş, keşfedilmeyi bekleyen restoranlar bulunmaktadır.

Ada restoranlarında Ege mutfağına özgü her türlü deniz ürünleri, farklı pişirme yöntemleriyle sunulmaktadır. Izgara ahtapot, kalamar dolma, yaprakta sardalye, adaya özgü otlardan hazırlanan mezeler ve zeytinyağlı çeşitleri önemli bir yere sahiptir.

2.4.2.3. Seyahat Acenteleri:

Bozcaada'da faaliyet gösteren bir seyahat acentesi veya şubesi yoktur. Çanakkale ve yöresine düzenlenen organize turlarda çoğu zaman Bozcaada bulunmamaktadır.

3.4.3. Bozcaada'nın Çekicilik Faktörleri

İnsanları turizme yönlendiren ya da iten faktörler genellikle bireysel ve içsel isteklerden kaynaklanan faktörlerdir. Bu faktörlerin yanı sıra, insanda bu istekleri yaratan bir takım “arz yönlü faktörler” de vardır. Genellikle turistik alanlarda ve bölgelerde bulunan bu faktörler “Turistik Çekicilikler” ve çekicilikleri destekleyici alt ve üst yapı olanakları olarak kabul edilir. Bu çekicilikler çoğunlukla bir bölgenin coğrafi varlıklarıdır (İçöz ve Kozak, 1998: 37).

Bu tür çekiciliklere sahip olan bir turistik bölge ya da yöre için iki temel özellik gereklidir. Bunlardan birincisi “erişilebilirlik” özelliğidir. Eğer bir turistik bölgeye olan mesafe, ulaştırma araçlarının yokluğu gibi bir takım fiziksel engeller nedeniyle hiç kimse ulaşamıyor ya da çok sınırlı sayıda kişi ulaşabiliyor ise çekicilik faktörünün hiçbir etkisi yoktur. İkincisi; turistlere bir takım imkanların bu bölgelerde sunulabilmesi gereklidir. Diğer bir deyişle turistlere yeterli düzeyde konaklama, beslenme ve eğlenme olanaklarının sunulması gereklidir. Turistik çekiciliklerle birlikte söz konusu bu iki özelliğin hepsine birden “çekim” faktörleri adı verilir (İçöz ve Kozak, 1998: 38).

3.4.3.1. Bozcaada'nın Coğrafi Çekicilik Faktörleri

Bozcaada tipik Akdeniz iklimini andırmakla beraber kuzey rüzgarlarını fazlaca

alması sebebiyle yazları serin ve kurak kışları ılık ve az yağışlı geçer. Bitki örtüsü Akdeniz ikliminin etkisinde olması sebebiyle Akdeniz bitki örtüsü olan makiliktir. Adanın güneybatı bölümünde ise çamlıklar yer alır.

Bozcaada'nın yakın çevresinde irili ufaklı on adet ada bulunmaktadır. Adada bulunan on iki burun arasında Limon Köyü, Değirmen Köyü, Poyraz Limanı, Ayana Limanı, Ayazma Köyü ve Sulubahçe Köyü gibi köyler ile neredeyse her aileye özel bir plaj bulmak mümkündür.

Bozcaada kamp ve piknik alanları bakımından zengin imkanlara sahiptir. Bunun dışında su ürünleri açısından da zengin olan Bozcaada amatör balıkçıların doyusya avlanabileceği bir yerdir.

Bozcaada'da bağcılık herhalde adanın tarihi kadar eskidir. Adaya ismini veren Tenos bugünkü Poyraz Limanı çevresinde yabancı asmayı bulmuş onu geliştirerek Kuntra asma denilen şimdiki durumuna getirmiştir. Bozcaada gerek sofralık üretilen çavuş üzümü gerekse Karasakız ve Vasilaki gibi şaraplık üzüm çeşitleriyle bağcılık literatüründe yer almıştır (Bozcaada Mahalli İdari Başkanlığı Yayını, 2001:9).

Denizi oldukça temiz, yosunsuz, kumluk ve sakindir. Suyu genel olarak soğuktur ama bu tertemiz suyun dirileştirici serinliğine alışmak çok zor değildir. Adanın en güzel yanı en rüzgarlı havada bile keyifle denize girip güneşlenebileceğiniz bir koy seçeneği sunmasıdır.

Adanın irili ufaklı tüm koylarında denize girilebilir. Bazılarına ancak patika yollardan yürüyerek ulaşılır. Bazıları ise sadece size özel olacak kadar küçüktür. Bu bakir koylar, ziyaretçilerin özenli ve saygılı kullanımıyla doğallıklarını korumaktadır.

Ayazma, Sulu Bahçe, Habbele ve Mermer Burnu'na minibüs seferleri bulunmaktadır. Diğer koylara gitmek için, bisiklet, motosiklet kiralayabilir ya da uzun yürüyüşler yapabilirsiniz (www.bozcaada.gov.tr).

3.4.3.1.1. Mermer Burnu

Halk arasında, etrafta yüzen çeşitli balıkların çokluğundan dolayı “Akvaryum Koyu” diye de bilinir. Herhangi bir plaj tesisi olmayan küçük bir koydur. Ama acil durumlarda koydaki tek pansiyondan yararlanılabilir. Adadaki profesyonel dalış noktalarından biridir. Şnorkelle yüzerek de deniz altındaki bin bir çeşit canlı ve amfora kalıntıları görülebilmektedir.

3.4.3.1.2. Ayazma

Adanın en popüler ve dolayısıyla en kalabalık plajıdır. Ulaşım kolaylığı sebebiyle, özellikle hafta sonu gününbirlik gelenlerin tercih ettiği bir plajdır. Uzun kumsalı ve masmavi denizi oldukça etkileyicidir. Plaj boyunca şemsiye ve şezlong kiralamak mümkündür. Ayrıca duşlar ve soyunma kabinleri de bulunur. Yol boyunca sıralanmış restoranlarda öğle ve akşam yemeği için birçok alternatif mevcuttur.

3.4.3.1.3. Sulu Bahçe

Ayazma ile Habbele arasındaki eşsiz doğal güzelliği olan bakir koydur. Bu plajda gününbirlik tesis yoktur. Ancak hemen yukarısında bulunan çadır kamp yerinden ve Ayazma sahilindeki tesislerden hizmet alınabilmektedir.

3.4.3.1.4. Habbele

Ayazma'dan sonra gelen Sulu Bahçe Koyu'nun bitişiğindeki koydur. Daha sakin bir yer arayanların tercih ettiği bu plajda da yiyecek-içecek servisi alınabileceği, şezlong-şemsiye kiralayabilecek tesisler bulunmaktadır.

3.4.3.1.5. Göztepe

Adanın en yüksek noktası (192 m.) olan Göztepe'nin, dört tarafı kuşbakışı görebilen etkileyici bir manzarası vardır. En tepesinde görülen sadece bir radyolink istasyonudur. Buraya çıkan düzgün bir araba yolu bulunmaktadır. Yürüyüş yapmak istenirse 45 dakikada adanın zirvesine ulaşılmaktadır.

3.4.3.2. Bozcaada'nın Kültürel ve Tarihi Çekicilik Faktörleri

Tarihin çeşitli dönemlerinde Roma, Ceneviz, Venedik ve Bizans hakimiyetinde kalan Ada, ilk defa 1445 yılında Fatih Sultan Mehmet devrinde Osmanlı İmparatorluğu'na katılmıştır (Pekcan, 2002: 60).

Bu anlamda da tarihinde bir çok egemenlik yaşanmıştır. Bozcaada'nın eski adı Tenedos'tur. Homeros'un İlyada Destanında Kentten ve Yöredeki Apollo Tapınağından söz edilmektedir. Adada okul yapımı sırasında antik kentin kalıntlarına rastlanmıştır. M.Ö. 6. yy'dan Roma dönemine dek kullanılan mezarlıkta, pişmiş toprak heykelcikler çanak çömlekler bulunmuştur (Pekcan, 2002: 60).

Adada Rum ve Türkler kültürel kimlik ve yaşantılarını sürdürmektedir. Bunun da değişik kültürleri tanımak isteyen turistler açısından bir çekim gücü olduğuna inanılmaktadır.

Ada ören yerleri, tarihi eserler bakımından zengindir. Adada bulunan 17. yy'a ait Köprülü Mehmet Paşa Camii ve Miralay Ahmet Bey tarafından yaptırılan Alaybey Camii ibadete açıktır. Ayrıca Venedik devrinden kalma kilise de, Adadaki Hıristiyan cemaatlerine hizmet vermektedir.

3.4.3.2.1. Bozcaada Kalesi

Bozcaada'nın Venedikler zamanında yapılan kalesidir. Kale Fatih Sultan Mehmet tarafından onun döneminde onarılmıştır. Kültür Bakanlığı Kalenin restorasyon çalışmalarını yürütürken aynı zamanda Antik çağdan günümüze gelen Nekropol sahasında kazılara devam etmektedir (Pekcan, 2002: 60). Bu oldukça iyi korunmuş kalenin Venedik, Ceneviz ve Bizanslılar döneminden beri kullanıldığı bilinmektedir.

Ada'nın kuzeydoğu burnu üzerine kurulmuş olan kale, Osmanlı döneminde önemli konumu sebebiyle Fatih Sultan Mehmet tarafından esaslı bir şekilde onarılmıştır. Venedikliler'e geçip geri alındıktan sonra esaslı bir tamir görüp genişlemiştir. Kalenin 1703,1706 yıllarında ve 1714'de Kaptan-ı Derya Süleyman Paşa tarafından tamir ettirilmiştir. En önemli tamirinin 2. Mahmut tarafından 1815 yılında yaptırıldığını,adeta kalenin yeniden yaptırıldığını taşıdığı kitabelerden anlaşılmaktadır. Kale, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1965-1970 yılları arasında ve en son 1996 yılında restore edilerek koruma altına alınmıştır (www.bozcaada.gov.tr).

Adanın kuzeydoğu burnunda yer alan Kale, yüksek kayalar üzerine oturtularak şehirden yaklaşık 10 metre genişliğinde ve 250 metre uzunluğunda bir hendekle ayrılmıştır. Eskiden su dolu olduğu anlaşılan hendeğin üzerinden kalenin ana giriş kapısına asma bir kapıyla geçilirmiş.Bu ana kapının dışında Mendirek ve Deniz Kapısı diye iki kapısı daha bulunmaktadır. Mendirek kapısı 1905 yılında mendireklerin yapılmasından sonra açılmıştır. Bu iki kapı şu anda kullanılmamaktadır (www.bozcaada.gov.tr).

Kale, dış ve iç olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Dış surun içindeki Dış Kale'de iki cephanelik, bir kuyu, iki tabya yeri, kamacı atölyelerinin bulunduğu bina temelleri, tören ve eğitim alanları ve eskiden kale içinde yaşayanların evlerinin bulunduğu şimdi boş bir alan vardır (www.bozcaada.gov.tr).

İç Kale iki bölümden oluşur. Birincisi giriş bölümü olup İç Kale'nin doğusundadır. Biri doğuda biri batıda iki rampaya açılan iki kapısı vardır. Bu bölümde şimdi yıkılmış olan revir, cami, minare, zindanlar ve kışla bulunmaktaydı. Asıl İç Kale olan ikinci bölüme doğudaki küçük bir kapıdan girilir. İç Kale'nin biri baş burç olmak üzere sekiz burcu vardır. Ortada levazım deposu, cephanelik ve sarnıç yer alır (www.bozcaada.gov.tr).

Bozcaada Fatih Sultan Mehmed döneminde ilk defa Türklerin eline geçtiğinde, kale içine bir cami yaptırılmıştır. Temelleri hala görünür bir şekilde durmakta olan bu cami Kanuni Sultan Süleyman zamanında yenilenmiştir. En büyük değişikliği ise 1657 yılında ada Venediklilerden geri alındığında görmüştür. Kale içindeki bir diğer caminin varlığını ise 1800'lü yıllardan kalma gravürlerden anlamaktayız (www.bozcaada.gov.tr). Kalenin iç bölümünde Bozcaada ile ilgili tarihi ve etnografik eserlerin sergilendiği bir sergi mekanı bulunmaktadır. Kale yaz dönemi boyunca her gün 10.00 - 19.00 saatleri arasında ziyarete açıktır.

Bozcaada'nın eski mimari dokusu, kendine özgü yapı tarzı dikkate alınarak yapılan restorasyonlar Ada'yı daha cazip ve görülmeye değer kılmaktadır.

3.4.3.2.2. Yeni Kale

Bozcaada meskun mahallinin yukarısındaki tepede bulunan Tabyadır. Halk arasında "Yeni Kale" diye anılmaktadır. Günümüzde harabe halindedir. Bozcaada Kalesi'nin içindeki sergide bulunan kitabesinden anlaşıldığı üzere Tabya 2. Mahmut döneminde 1827 yılında Bozcaada Muhafızı Hafız Ali Paşa tarafından yaptırılmıştır.

3.4.3.2.3. Alaybey Camii

Yapım tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte, 1700 yıllarında yapıldığı tahmin edilmektedir. Harap olan Ali Ağa Camiinin, Kale kumandanı olan Miralay (albay) Ahmet Ağa tarafından yeniden yaptırıldığı ve adının da buradan geldiği kuvvetle muhtemeldir. Ada'nın iki mahallesinden birinin adı da Alaybey Mahallesi'dir. Cami, Kırmızı kesme taştan yapılmıştır. Cami girişi kuzey cephedeki beş taş basamakla çıkılan basık kemerli çift kanatlı ahşap kapıdandır. Minaresi kuzey-batı köşesinde beyaz kesme taştan yapılmıştır. Şerefe korkulukları oyma, şerefe altı stalaktitlidir.

Caminin içinde mihrap ve pencere üstleri barok tarzda dal motifleriyle süslendirilmiştir. Tavan sade işçilikli ahşaptır. Minber ve mihrapta süsleme yoktur. Giriş kapısının iki yanındaki köşelerde bulunan birer ahşap merdivenle kadınlar mahfiline çıkılır. Kadınlar mahfilini 6 ahşap sütun taşır. Caminin avlusunda ufak bir "hazire" bulunmaktadır. Buradaki 14 mezardan biri Osmanlı'da sadrazamlık yapmış olan Halil Hamit Paşa'ya aittir.

3.4.3.2.4. Köprülü Mehmet Paşa Camii

Venedikliler döneminde yıkıldığı tahmin edilen halk arasında Mıhçı Camii diye bilinen cami, daha sonra Köprülü Mehmet Paşa tarafından 1655'de yeni baştan yaptırılarak onun adını almıştır. Günümüzde, halk arasında Yalı Camii olarak bilinmektedir. Caminin kitabesi yoktur. Zaman içinde geçirdiği tamirler ile şimdiki şeklini almıştır. Kırmızı çatılı, kareye yakın planlıdır. Kapı ve pencere kenarları ile, saçak altı kırmızı kesme taştan yapılmış olup diğer yerler sıvalıdır. Caminin kuzey-doğu köşesindeki 62 basamaklı minaresi 1965 yılında yeniden yapılmıştır. Kuzeydeki kadınlar mahfilini 6 adet ahşap sütun taşımaktadır. Cami geçici olarak İbadete kapalıdır. 2006 yılı içinde restore edilerek yeniden ibadete açılacaktır.

3.4.3.2.5. Namazgah eşmesi

Sadrazam Öküz Mehmet Paşa'nın Bozcaada'da yaptırdığı çeşmelerin en önemlisidir. Namazgah meydanının kuzey-doğu köşesindedir. Doğu ve güney cepheleri kesme tüf, batı ve kuzey cepheleri moloz taşla örölmüş kare planda bir sarnıçlı çeşmedir. Kitabesinde 1703 tarihi görölmektedir.

3.4.3.2.6. Meryem Ana Kilisesi

Bozcaada'daki Rum Ortodoks Cemaatine ait, ibadete açık olan tek kilisedir. Diğer adı Kimisis Teodoku Rum Ortodoks Kilisesi olan kilise Rum Mahallesi'nin tam ortasına konumlanmıştır. Giriş kapısında 1869 tarihi okunan kilisenin bu tarihte yapıldığı anlaşılmaktadır. Ancak bir rivayete göre Venedik döneminden kalmadır.

Avlusundaki 1895 yapımı 4 katlı çan kulesi zamanın aşındırmasıyla yer yer yarılıp parça düşürmeye başladığından, 1980'lerde kısmen sökülmiş ve kule metal kafes içine alınmıştır. Orijinal yüksekliği 23.8 m olan çan kulesi 2006 yılı içinde restore edilecektir. Kilisenin içini görmek için tek fırsatınız pazar sabahları 8.00'de yapılan ayindir. Kilise onun dışında kapalıdır.

3.4.3.2.7. Aya Paraskevi Ayazması

Bozcaada'nın güney kıyıları ortasında bulunan Rum Ortodoks Cemaatine ait bir manastırdır. 8 çınarın altında küçük bir şapel, iki küçük yapı ve çift oluklu bir çeşmeden meydana gelmektedir.

3.4.3.3. Bozcaada'nın Diğer Çekicilik Faktörleri

Bozcaada'nın diğer çekicilik faktörleri ise ziyaretçilerin özellikle görmek istedikleri gülleri ve Bozcaada Yerel Tarih Araştırma Merkezi'dir.

3.4.3.3.1. Rüzgar Gülleri

2000 yılında kurulan Bozcaada Rüzgar Enerji Santraline ait 17 tane rüzgar türbini adanın en batı ucunda olup ziyarete açıktır. Özellikle gün batımında, hemen önündeki eski Polente Feneri ile oluşturduğu manzara görülmeye değer güzelliktedir.

Bozcaada Rüzgar Enerji Santrali, yaklaşık 30.000 kişinin elektrik ihtiyacını karşılayan, Türkiye'nin en büyük rüzgar enerji santralidir. Aynı enerjiyi üretecek bir kömür santralına göre türbin başına 82.000 ağaca eşdeğer oksijen tasarrufu sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle bu 17 türbin burada 1.400.000 ağaçlık bir orman yaratmıştır (www.bozcaada.gov.tr).

3.4.3.3.2. Bozcaada Yerel Tarih Araştırma Merkezi

Merkeze 2 km uzaklıkta, ada mimarisine uygun kerevetli bağ evi şeklinde inşa edilmiş olan Araştırma Merkezi, Bozcaada'nın yerel tarihini aydınlatacak her türlü orijinal belge ve objeyi kullanarak, Bozcaada'dan gelmiş geçmiş kültürleri bütün çeşitliliği içinde herkes için anlaşılır hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırma Merkezi, 15 Haziran - 15 Eylül tarihleri arasında hafta içi sabah 10.00'dan akşam 20.00'ye, Cuma, Cumartesi ve Pazar günleri ise 23.00'e kadar ziyarete açıktır. Ayrıca içinde bir kafeterya ve adayla ilgili hediyelik objelerin satıldığı bir mağaza bulunmaktadır. Sergilenen Koleksiyonlar : Harita ve Gravürler,

Etnografik Objeler, Bozcaada Fotoğrafları, Bağcılık ve Şarapçılık Objeleri, Deniz Kabukları, Posta Kartları, Posta Ofisi Damgaları

3.5. BOZCAADA'DA ŞARAPÇILIK

Bozcaada'da ilk defa Haşim Yunatçı, 1925 yılında bir Rum'dan depo almış ve şarapçılıkla ilgilenmiştir. Böylece şarapçılık üzerindeki Rum tekeli kırılmıştır. Haşim Yunatçı'yı 1927 yılında Osman Ataol, 1948 de Hayati Talay izlemiştir (Durmuş, 2004: 74).

Şarap üreticileri 1956 yılında Bozcaada'da Şarapçılık A.Ş'yi kurmuşlardır. Şirketin başkanı Haşim Yunatçı olmuştur. Bu şirketin çalışmaları ile 1956 yılında Fransa'dan, Bozcaada'ya makineler getirilmiştir. 1956 yılında Bozcaada'da makineli üretime geçilmiştir. Bundan sonra Bozcaada şarapçılığı hızla gelişmiştir. 1960 – 1980 yılları arasında Bozcaada'da irili ufaklı on üç firma bulunmaktaydı. Bu firmalar yılda yaklaşık olarak 7-8 milyon litre şarap üretmiştir. Üretilen şaraplar tekneler ile Anadolu'nun bir çok yerine dağıtılmıştır (Durmuş, 2004: 74).

Bozcaada şarapçılığı 1960 – 1980 yılları arasında altın çağını yaşamıştır. Bu başarılı dönemden sonra Bozcaada şarapçılığı için karanlık çağ olarak nitelendirilebilecek dönem başlayacaktır. 1982 sonrası şarapçılık hızla gerilemiştir. On üç firmadan sadece dört beş tanesi üretime devam edebilmiştir. 1990'lı yıllarda Bozcaada'daki en büyük şarap fabrikası olan "Aral" şarap fabrikası kapanmıştır. 1960'lı yıllarda artık 1,5 – 2 milyon litreye düşmüştür (Durmuş, 2004: 75).

Uzun süreden beri adada şarap üreten Yunatçılar (1925), Talay (1949) ve Ataol (1927) firmaları son yıllarda, hem üzüm çeşitlerini ve şarap kalitesini artırabilmek için ciddi yatırımlar yapmışlardı. Kendini ada üzümlerine adayan bir başka isimde ünlü mimar Reşit Soley'dir. Eski Tekel fabrikasını alan Reşit Soley'in Corvus (Latince: Karga, kuzgun) adlı şaraphanesi modern ve bilimsel çalışılan nadir şaraphanelerden biridir.

Bağ alanları (11850 dekar) Ada yüzölçümünün 1/3'ünü, tarım arazilerinin ise %80'ini oluşturmaktadır. Toplam 5 milyon bağ kütüğünden 1600 ton sofralık, 3900 ton şaraplık üzüm alınmaktadır (www.bozcaada.gov.tr).

Bozcaada'da şarapçılık 1998 yılından sonra yeni bir atılım sürecine girmiştir. 1998 yılında devlet, Ada'da bulunan fabrikalara 100 milyarlık bir yardım yapmıştır. Bu yardım aynı şekilde yapılmıştır. Fabrikalar bu yardım ile ellerinde bulunan makineleri değiştirmişlerdir. Demir malzemeli aletlerin yerine krom- nikel kaplama aletleri alınmıştır. Şarapçılık açısından krom ve nikel daha uygundur. Bu yardımlardan sonra Bozcaada'da daha kaliteli şaraplar yapılmaya başlanmıştır. 1998 yılında şarapçılık açısından yeni üzüm türleri yetiştirilmeye başlanmıştır (Durmuş, 2004: 76).

4. BÖLÜM

BOZCAADA ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMA VE SONUÇLARI

4.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Şarap turizmi, son yıllarda giderek gelişme göstermekte ve yaygınlaşmaktadır. Şarap turizmi'nin artan değeri bir çok ülkede kanıtlanmış ve şarap turizmi üzerine destinasyonların geliştirilmesi açısından çalışmalar yapılmıştır. Uluslararası alanda bir çok şarap bölgesi, şarap turizmi ile hem şarapçılık sektöründe hem de turizm sektöründe önemli kazanımlara sahip olmaktadır. Bu açıdan Bozcaada için yapılacak çalışmalar bu bölgenin hem ekonomik hem de kültürel anlamda gelişmesini sağlayacaktır. Araştırmanın konusu bir şarap bölgesinde olması gereken unsurların belirlenmesi ve Bozcaada'nın bir şarap bölgesi olma yolunda potansiyelinin ortaya konularak, şarap kültürünün mevcut veya potansiyel turistlerin tercihlerini nasıl etkilediği üzerinde durmaktır.

4.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Dünyada önemli bir yere sahip olan şarap endüstrisinin gelişmesi sonucunda gittikçe değer kazanan şarap kültürünün bir turizm ürünü olarak değerlendirilmesi açısından turizm ile ilişkisi incelenmelidir. Bu konuda yapılan çalışmaların yetersizliği konuya gereken önemin verilmediğini ortaya koymaktadır. Özellikle ülkemizde bu konuda yapılan çalışmanın olmaması dikkat çekicidir. Uluslararası alanda bir çok şarap bölgesi, şarap turizmi ile hem şarapçılık sektöründe hem de turizm sektöründe önemli kazanımlara sahip olmaktadır. Bu açıdan Bozcaada için

yapılacak çalışmalar bu bölgenin hem ekonomik hem de kültürel anlamda gelişmesini sağlayacaktır. Bu çalışma şarap kültürü ve turizm arasındaki ilişkinin incelenmesi açısından önemlidir. Bu doğrultuda şarap kültürünün bir turizm ürünü olarak değerlendirilmesi ve Bozcaada turizmi açısından irdelenerek bölge turizmine bir katkı sağlaması düşünülmektedir.

Tezin amacı, şarap kültürü ile turizm arasındaki ilişkinin irdelenerek, bu ilişkinin şarap endüstrisi ve bölge turizmi açısından Bozcaada'ya olumlu veya olumsuz etkilerini araştırmaktır. Ayrıca, çalışmanın turizm yazınına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Bozcaada'da şarap turizminin uygulanabilirliği incelenecektir. Dört farklı şarap fabrikasının bulunması ve bölge ekonomisi açısından önemli bir yere sahip olması dolayısıyla Bozcaada ve yöresi araştırma kapsamına alınacaktır.

Araştırmanın kapsamı, şarap kültürünün turizme olan etkilerinin belirlenmesine yöneliktir. Buna bağlı olarak, araştırma, kırsal özellikleri ve dört farklı şarap firmasının bulunduğu, önemli bir şarap bölgesi olmaya aday Bozcaada ile sınırlandırılmıştır. Buna bağlı olarak 2005 yılı içerisinde Bozcaada'ya gelen turistler araştırmanın sınırı içerisine dahil edilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmada, Bozcaada'da “şarap kültürü”nün bir turizm ürünü olarak sunulmasının, bölgenin tercih edilmesine önemli bir katkı sağlayacağı, turizm

sezonunun uzamasına ve dolayısıyla şarap sektörü açısından da daha geniş kitlelere ulaşabilme imkanı sağlayacağı varsayılmaktadır.

4.5. ARAŞTIRMANIN BİLGİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI

Çalışmanın yapısını ortaya koymak amacıyla öncelikli olarak üniversitenin kütüphane ve veri tabanları içinde kaynak taraması yapılmıştır. Konu ile ilgili yerli ve yabancı kaynaklar gözden geçirilerek ayrıntılı bir yazın taraması yapılmıştır. Araştırmada birincil veriler bir anket ile toplanmıştır. Anket, mevcut yazından yararlanılarak geliştirilmiştir. Anket, Bruwer ve Alant (2004)'ın şarap turizmi ile ilgili araştırmalarında yer alan soru türleri dikkate alınarak amaca uygun bir soru formu geliştirilerek oluşturulmuştur. Geliştirilen anket, katılımcılara yüz yüze ve elektronik posta yoluyla uygulanmıştır. Soru formunun uygulanması Ağustos 2005 ve Şubat 2006 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. 2005 yılının Ağustos ayı öncesi Ada'yı ziyaret edenlere ise elektronik posta aracılığı ile ulaşılmaya çalışılmıştır. Soru formu, gelen kişilerin bireysel özellikleri ve Bozcaada'ya geliş motivasyonları ve engeller ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Bozcaada'ya bireysel veya tur aracılığıyla gelen 254 turiste, hazırlanmış olan soru formlarının uygulanmasında yüz yüze yöntemi kullanılmıştır. Diğer taraftan Ada'ya Ağustos ayı öncesinde gelen turistlerin, Bozcaada'da çeşitli satış mağazalarında bulunan adres defterlerine yazdıkları elektronik posta adreslerine elektronik posta yolu ile soru formları gönderilmiş ancak formlar sadece 56 ziyaretçi tarafından yanıtlanmış ve geriye dönmüştür. Sonuç olarak, toplam 310 ziyaretçi soru formlarını yanıtlamıştır.

4.6. ARAŞTIRMANIN VERİ ANALİZ TEKNİKLERİ

Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında sınıflandırılmıştır. Daha sonra elde edilen sonuçlar tablolar ve şekiller haline getirilmiş ve yorumlanmıştır. Ziyaretçilerin Bozcaada'yı ziyaret etme motivasyonlarını belirlemek için çok değişkenli bir yöntem olan faktör analizinden yararlanılmıştır.

Faktör analizi değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen bir analiz yöntemidir. Değişkenler arasındaki ilişkiler belli özellikler gösteren daha az sayıda faktör gruplarına indirgenerek yorumlanmıştır.

Matematiksel olarak faktör analizi çoklu regresyon analizi ile benzerlik göstermektedir. Yargılar arasından belirli özellikte olanlar bir faktöre yüklenerek grup oluşturur ve toplam varyansı dikkate alarak veriler gruplanır.

Faktör analizi birbiri ile ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız ve az sayıda yeni veri yapılarını dönüştürmek, bir oluşumu, nedeni açıkladıkları varsayılan değişkenleri gruplayarak ortak faktörleri ortaya koymak için kullanılır. Böylelikle bir oluşumu etkileyen değişkenleri gruplamak, majör ve minör faktörleri tanımlamak amacıyla başvurulan bir yöntemdir (Malhotra, 1994).

Faktör

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

F_i : i'ninci faktörün tahmini

W_i : Faktör değeri katsayısı

k: Değişken katsayısı

X_i : i'ninci satırdaki yargı değeri (her anketteki yargıya dayalı puan)

Araştırmada özellikle Bozcaada'yı ziyaret edenlerin şarapla ilgili motivasyonlarına ilişkin çeşitli yargıları ve düşünceleri aralıklı ölçek ile ölçülmüştür. Ölçekte yer alan sorulara katılımcıların beş kategorili kesinlikle evetten kesinlikle hayır olmak üzere cevapları istenmiştir. Ziyaretçilerin bir şarap bölgesini ziyaret

etmelerini engelleyen sebeplere ilişkin yargıları da aralıklı ölçek ile ölçülmüştür. Ölçekte yer alan sorularda katılımcılara beş kategorili kesinlikle katılıyorumdan kesinlikle katılmıyorum olmak üzere sorular sorulmuştur. Ankete katılan turistlerde Bozcaada'yı ziyaretleri ile ilgili olarak, ziyaret etme sebeplerine ilişkin toplanan verilere, faktör analizi uygulanmıştır.

Veriler faktör analizi yapılmadan önce bu analize uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy testi yapılmıştır.

Bunun yanında küresellik testiyle de (Bartlett Test of Sphericity) anket sonuçlarının faktör analizi için uygun olup olmadığı analiz edilmiştir. Test sonuçlarına göre sonuçlar uygun bulunduğu için veriler faktör analizinde kullanılmıştır. Faktör analizinde faktör yükleri bulunurken Temel Bileşenler Yöntemi ve Varimax dönüştürme yöntemi kullanılmıştır.

4.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZİ

Araştırmadan elde edilen verilerin bilgisayara girilmesinin ardından yapılan değerlendirmeye ortaya çıkan sonuçlar tablolar ve şekiller halinde sunulmuştur.

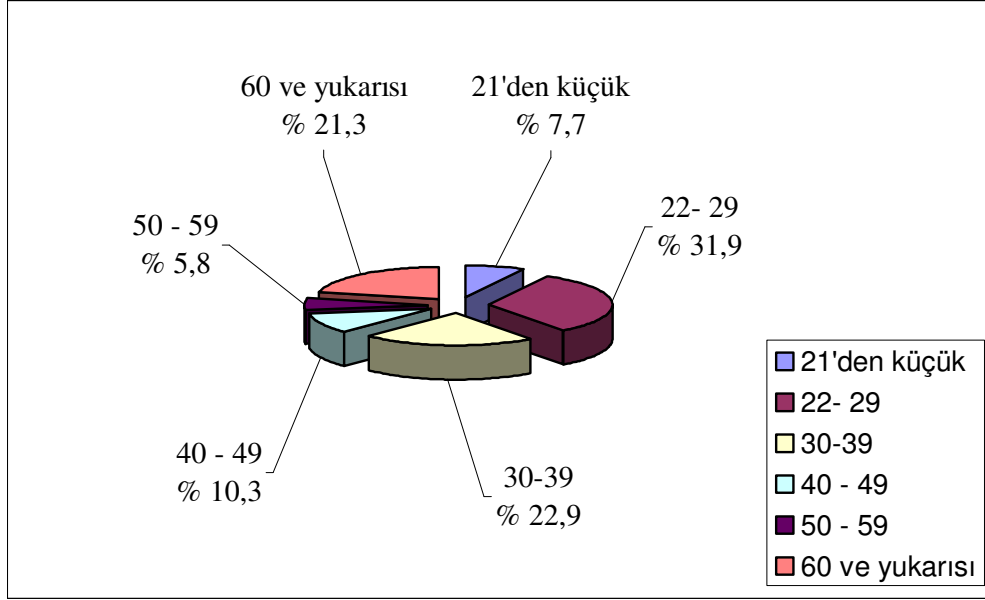
4.7.1. Bozcaada'yı Ziyaret Edenler İle İlgili Genel Bilgiler

Bozcaada'ya gelen ziyaretçi sayısı ile ilgili kesin veriler olmamakla birlikte nüfusu turizm sezonunda 10.000'i bulabilmektedir (ansiklopedi.turkcebilgi.com).

4.7.1.1. Yaş Durumları

Bölgeyi ziyaret eden turistlerin yaş dağılımı Şekil 2’de verilmektedir.

Şekil 2. Bozcaada’yı Ziyaret Edenlerin Yaşa Göre Dağılımları



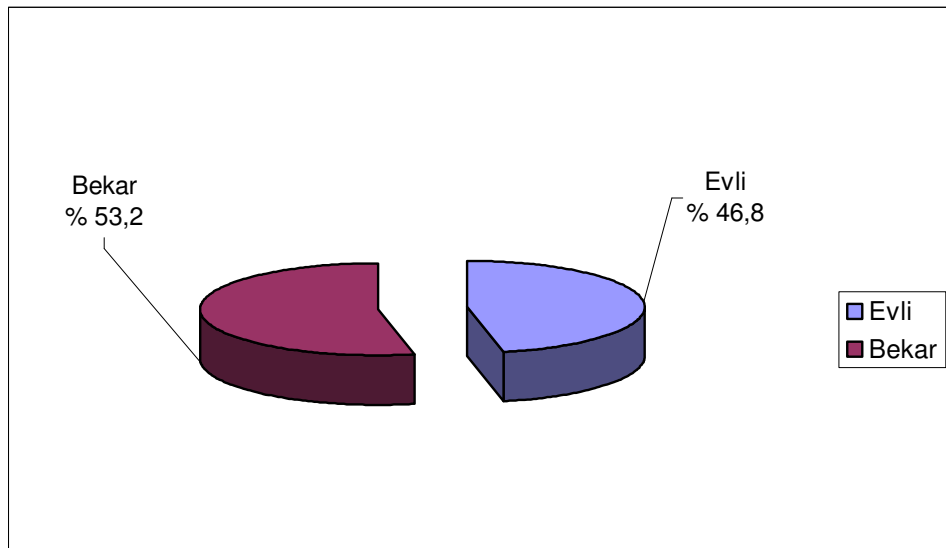
Şekil 2’ye göre bölgeyi ziyaret edenlerin %32 gibi büyük bir oranı 22 - 29 yaş grubuna giren genç bireylerden oluşmaktadır. Diğer taraftan ziyaretçilerin orta yaş dediğimiz 30 – 39 yaş arasındaki ziyaretçiler % 23’lük oranla yine önemli bir bölümü oluşturmaktadır. 60 yaş ve üstünün % 21’lik bir oran ile dikkate değer bir orana sahip olduklarını görmekteyiz. Şekilden de görebildiğimiz gibi 40 ile 59 yaş arası toplamda % 16’lık bir oranı oluşturmaktadır. 21 yaş ve daha küçüklerin oluşturduğu grup ise sadece % 8’lik bir oran ile en düşük grubu oluşturmaktadır. Bunun sebebi Bozcaada’nın en önemli turizm olanağının Şarap olması ve genelde insanların bu bölgeye ya turlar ile ya da bireysel olarak kendi arabaları ile gelmeleridir. Bundan da anlaşılacağı gibi 21 yaş altındaki grubun sahip olacağı olanaklar genelde buna müsait olmamaktadır. Düzenlenen turlar için yapılan tanıtımların genellikle yaş grubu yüksek kişileri cezp ettiğini söyleyebiliriz. Ayrıca

21 yaş altındaki yaş grubunun ekonomik özgürlüklerini henüz kazanamamış olmaları da buna etken olabilmektedir.

4.7.1.2. Medeni Durumları

Bölgeyi ziyaret eden turistlerin medeni durumlarına göre dağılımı Şekil 4.2’de verilmektedir.

Şekil 3. Bozcaada’yı Ziyaret Edenlerin Medeni Duruma Göre Dağılımları

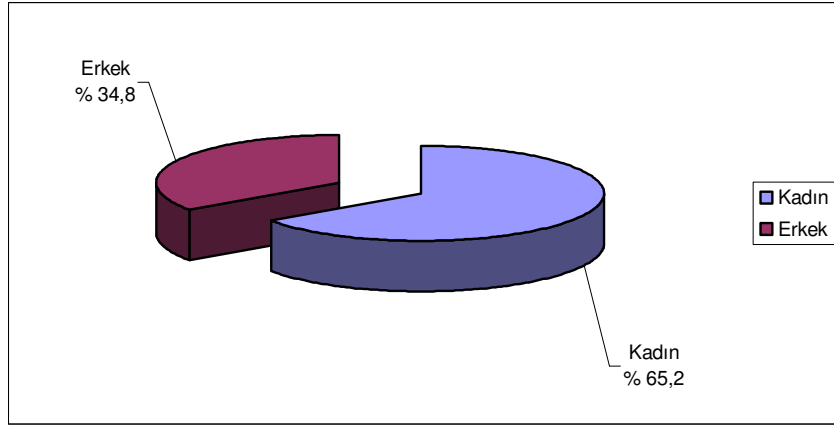


Şekil 3’te görüldüğü gibi Bozcaada’yı ziyaret edenlerin % 53’ ü bekar, % 47’si ise evlidir. Oranların birbirine yakın olduğunu ve belirgin bir fark olmadığını görmekteyiz. Bundan da anlaşılacağı gibi gelen ziyaretçilerin evli veya bekar olmasının adayı tercih etmelerine her hangi etkisi olmamaktadır.

4.7.1.3. Cinsiyet Dağılımı

Bölgeyi ziyaret eden turistlerin cinsiyet dağılımları Şekil 4'te verilmektedir.

Şekil 4. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Cinsiyete Göre Dağılımları



Şekil 4'ten anlaşılacağı gibi Bozcaada'yı ziyaret edenlerin % 65,2'sini kadınlar, % 34,8'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Bölgeyi daha çok kadınların tercih etmesinin sebeplerinden biri, sivil toplum kuruluşlarının bayanlara yönelik düzenledikleri turlar olabileceği gibi genel olarak şarap ve tadım turlarına bayanların daha çok katıldıklarını söyleyebiliriz.

4.7.1.4. Mesleki Durumları

Bozcaada'yı ziyaret edenler arasında yapılan değerlendirmeye göre, ziyaretçilerin mesleklerine göre dağılımları Tablo 4.1. 'de verilmektedir.

Tablo 2. Bozcaada'yı Ziyaret Eden Ziyaretçilerin Mesleklere Göre Dağılımı

Meslekler	Oran (%)
Memur	5.2
İşçi	5.8
Profesyonel Yönetici	3.9
Doktor	6.1
Mühendis	10.0
Serbest Meslek	10.6
Öğretmen	4.8
Öğrenci	11.0
İşletmeci	1.0
Emekli	16.5
Çalışmayan	12.6
Pazarlama - Satış Temsilcisi	3.5

Tablo 2'ye baktığımızda Bozcaada'yı ziyaret edenler arasında % 16,5 ile en yüksek oranı emekliler oluşturmaktadır. Diğer taraftan çalışmayanların sayısının % 12,6 olduğunu görmekteyiz. Bu oranlara yakın diğer değerler ise % 11,0 ile öğrenciler, %10,6 ile serbest meslek çalışanları ve % 10, 0 ile mühendislerin oluşturduğu meslek grupları gelmektedir. Bu meslek gruplarından sonra daha düşük yüzde oranlarına sahip olan diğer meslekler ise sırasıyla % 6,1 doktor, % 5,8 işçi, %5,2 memur, % 4,8 öğretmen, % 3,9 profesyonel yönetici, % 3,5 pazarlama-satış temsilcisi ve en düşük % 1,0 değeriyle işletmeciler oluşturmaktadır.

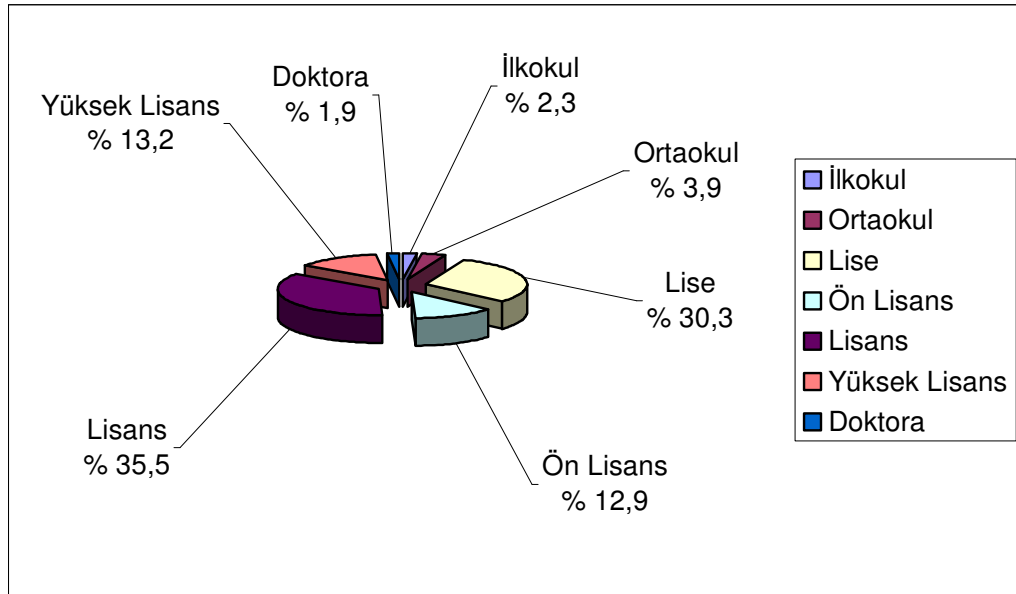
Emeklilerin şarap turizmi için gerekli olan hem ekonomik özgürlüğe hem de boş zamana sahip olmalarından dolayı Bozcaada'yı ziyaret edenler arasında daha yüksek oranda yer aldıkları düşünülmektedir. Ayrıca bir şarap bölgesinde bulunması gereken rahatlık ve sakin doğal ortam emeklilerin adayı tercih etmelerinde tamamlayıcı bir etkidir.

Diğer taraftan çalışmayan kesimin ikinci büyük orana sahip olmasını ise ziyaret edenler arasında gelen bayanların genelde ev hanımı olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

4.7.1.5. Eğitim Durumları

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin eğitim durumlarına göre dağılımları Şekil 4.4.'te gösterilmektedir.

Şekil 5. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Eğitim Durumuna Göre Dağılımları

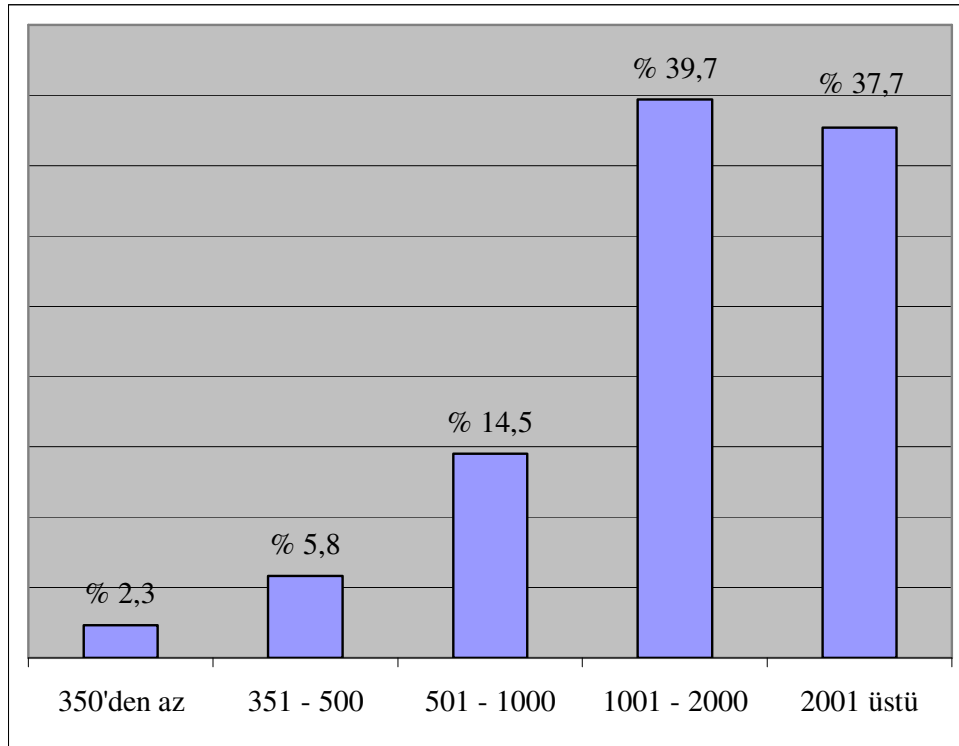


Şekil 5'te gösterildiği gibi Bozcaada'yı ziyaret edenlerin %35,5 gibi büyük bir oranını Lisans mezunu bireyler oluşturmaktadır. Doktora ve Yüksek lisans yapanların toplam oranı ise %15,1'dir. Bu oranın ülkemizde doktora ve yüksek lisans yapan kişi sayısının da genelde az olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu değerlendirmeden yola çıkarak üniversite mezunu kişilerin toplamda % 62,5 oranında büyük bir grubu oluşturduklarını söyleyebiliriz. Bunu ise % 30,3 oranında lise mezunlarının takip ettiğini görmekteyiz. En düşük oranı ise toplamda % 6,2 değeriyle ortaokul ve ilkokul mezunları oluşturmaktadır. Bu veriler de gösteriyor ki Bozcaada'yı ziyaret edenlerin büyük bir çoğunluğu eğitimli kişilerdir. Buradan yola çıkarak bir şarap bölgesi olan Bozcaada'yı ziyaret edenler üzerine bir genelleme yaparsak Şarap Turizminin, eğitim seviyesi yüksek kişilerin tercih ettiği bir turizm çeşidi olduğunu söyleyebiliriz.

4.7.1.6. Gelir Durumları

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin gelir durumuna göre dağılımları Şekil 6'da gösterilmektedir.

Şekil 6. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Gelir Durumuna Göre Dağılımları



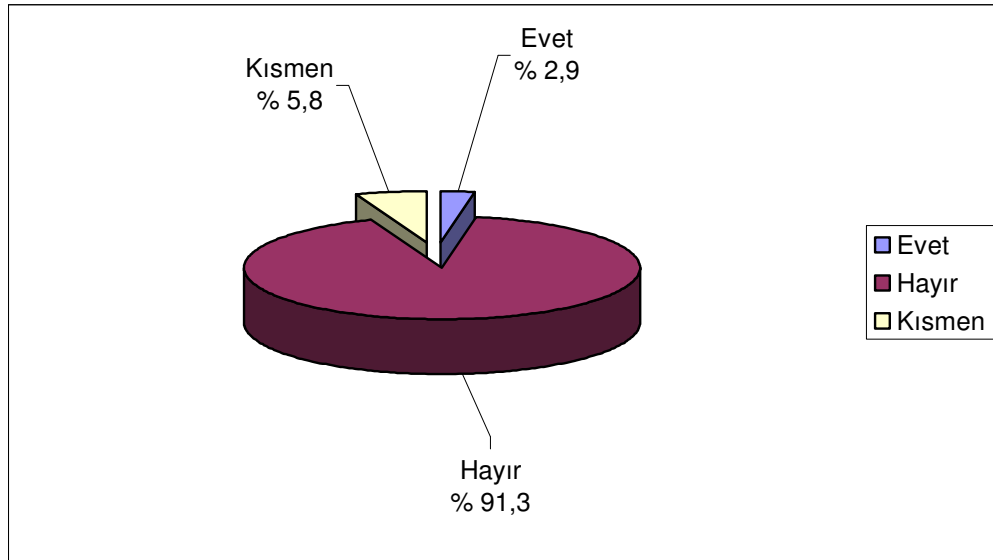
Şekil 6'ya baktığımızda 1001-2000 TL arası gelir seviyesine sahip kesim % 39,7 ile en yüksek orana sahiptir. Daha sonra ise %37,7 ile 2001 TL üstü gelmektedir. En düşük oranı ise % 2,3 ile 350 TL'den az geliri olanlar oluşturmaktadır. Ziyaret edenlerin gelir grupları içerisinde diğer değerler ise 501-1000 TL arası % 14,5 ve 351-500 TL arası % 5,8'tir.

Gelir grupları içinde 1001 TL üzeri olanlar toplamda % 77,4 oranındadır. Bu da göstermektedir ki Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunu gelir seviyesi yüksek bireyler oluşturmaktadır. Buradan yola çıkarak "Şarap Turizmi"nin gelir seviyesi yüksek kişilere hitap ettiğini çalışmamız doğrulamaktadır.

4.7.1.7. İşlerinin Şarap Sektörü İle İlgisi

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin işlerinin, şarap sektörü ile ilgisi olum olmadığını gösteren dağılım Şekil 7'de verilmiştir.

Şekil 7. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin İşlerinin, Şarap Sektörü İle İlgili veya İlgili Olmamasına İlişkin Dağılımı

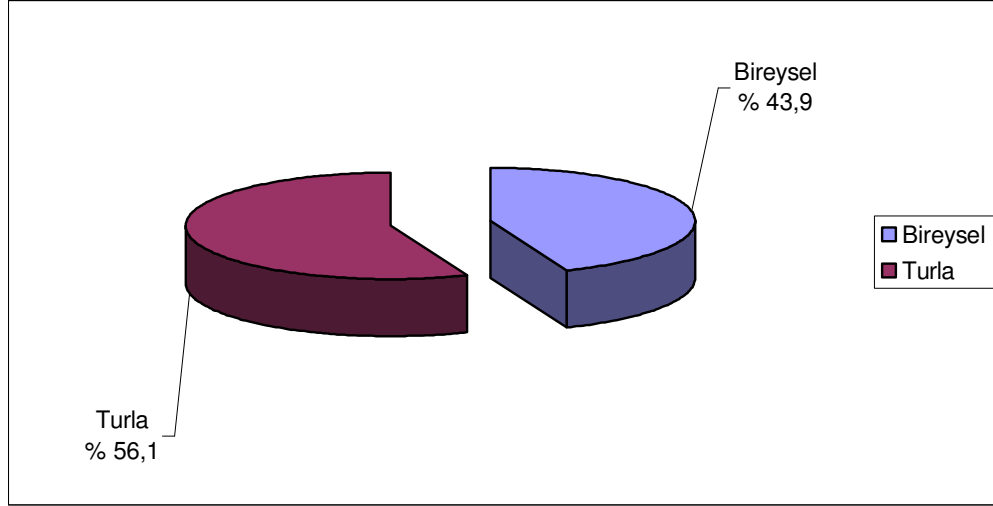


Şekil 7'de görüldüğü gibi Bozcaada'yı ziyaret edenlerin % 91,3'ünün işleri ile şarap sektörünün ilgisi yoktur. Ziyaret edenlerin % 2,9'unun işleri ise şarap sektörü ile ilgilidir. Diğer bir grubu oluşturan %5,8'luk kesim ise kısmen ilgilidir. Buradan da anlaşılacağı gibi ziyaret edenlerin şaraba olan ilgileri zorunluluktan değil sadece özel bir ilgiden kaynaklanmaktadır.

4.7.1.8. Bozcaada'ya Nasıl Geldikleri

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin adaya nasıl geldiklerine dair dağılım Şekil 8'de gösterilmektedir.

Şekil 8. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Adaya Geliş Türü

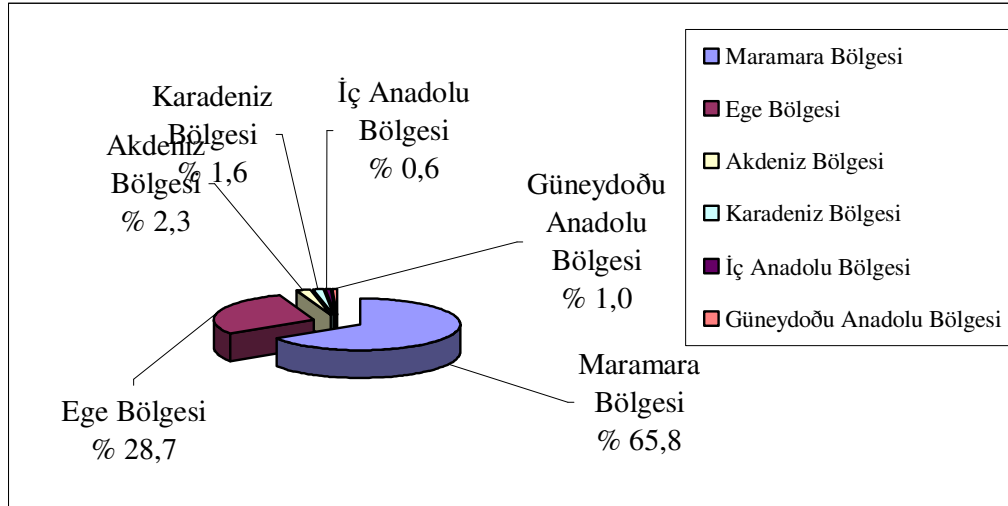


Şekil 8'de görüldüğü gibi Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin % 56,1'i Turla, % 43,9'u ise bireysel gelmektedir. Bozcaada'da faaliyet gösteren bir seyahat acentesi veya şubesi yoktur. Çanakkale ve yöresine düzenlenen organize turlarda çoğu zaman Bozcaada bulunmamaktadır. Bu yüzden ziyaret edenlerin % 56,1'nin turlar ile gelmesi dikkat çekicidir. Ancak bunun sebebi düzenlenen turların genelde şarap turları olmasından kaynaklanması ve özellikle bağbozumu zamanlarında adaya büyük bir talebin olmasıdır.

4.7.1.9. Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin geldikleri bölgelere göre dağılımları Şekil 9'da gösterilmektedir.

Şekil 9. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Geldikleri Bölgelere Göre Dağılımı

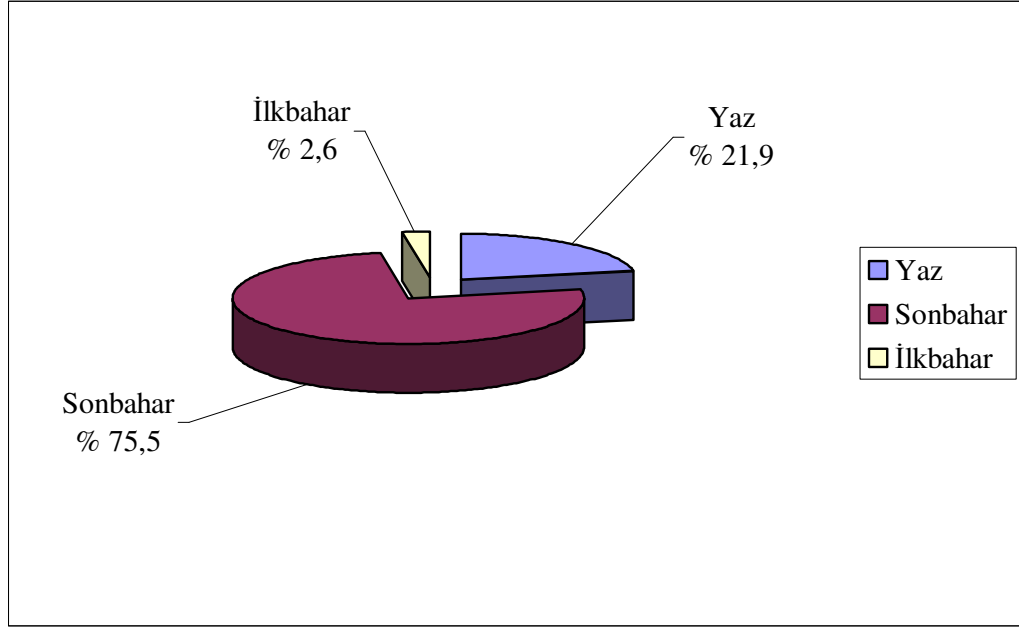


Şekil 9'da Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin geldikleri bölgelere göre dağılımına bakacak olursak, % 65,8 ile Marmara Bölgesi birinci sırada yer almaktadır. Onu % 28,7 ile Ege Bölgesi takip etmektedir. Diğer bölgeler ise toplamda sadece % 5,5 oranında küçük bir bölümü oluşturmaktadır. Marmara ve Ege Bölgelerinin Bozcaada'ya yakın olmaları kuşkusuz ziyaretçilerin adaya gelmelerinde etkindir. Ancak Marmara Bölgesinde İstanbul, Ege Bölgesinde de İzmir gibi büyük şehirlerin bulunması ve özellikle en büyük etkenin bu şehirlerden şarap turlarının düzenlenmesi olduğunu söyleyebiliriz. Diğer bölgelerden ise Adaya herhangi bir şarap turu düzenlenmemektedir. Bu da bu bölgelerden gelen ziyaretçi sayısının düşük olmasını açıklamaktadır.

4.7.1.10. Geldikleri Dönemlere Göre Dağılımı

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin geldikleri dönemlere göre dağılımı, çalışmamız için önemli bir kriterdir. Şekil 10'da ziyaretçilerin geldikleri dönemlere göre dağılımları verilmektedir.

Şekil 10. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Geldikleri Dönemlere Göre Dağılımı



Şekil 10'da Bozcaada'yı ziyaret edenlerin dönemlere göre dağılımlarını görmekteyiz. Buna göre Ziyaretçilerin % 75,5 oranı ile büyük bir çoğunluğunun Sonbahar dönemini seçtiğini görmekteyiz. Yaz dönemi de ise % 21,9 oranında ikinci tercih sebebi olarak yer almaktadır. Katılımcıların % 2,6'sı ise ilkbahar da geldiklerini belirtmişlerdir. Kış döneminde ise alınan örnekte tercih eden olmadığını görmekteyiz.

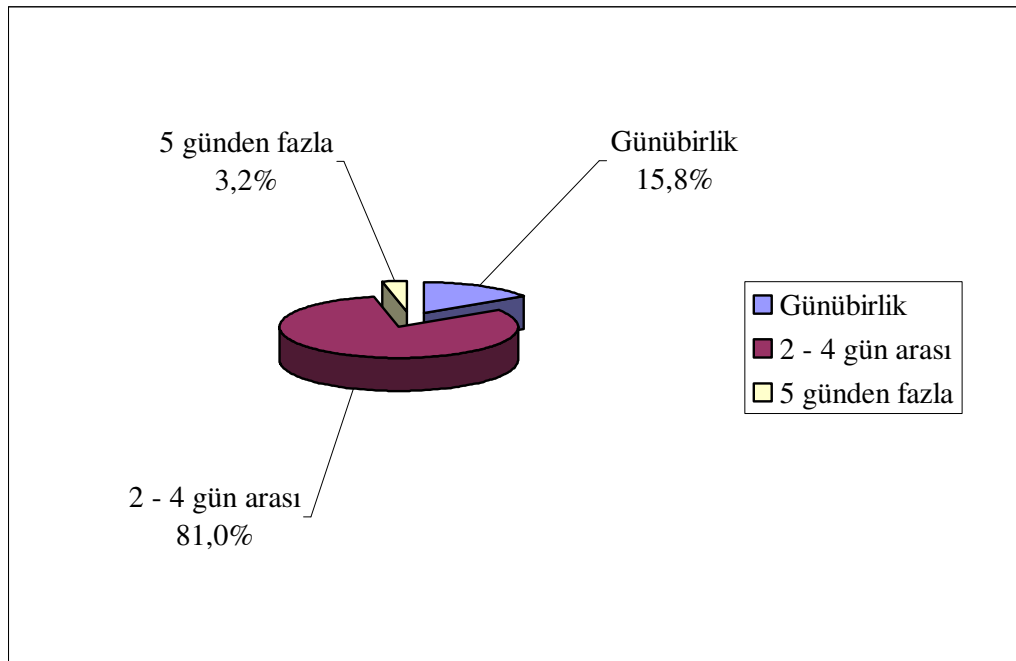
Ülkemizde kış turizmi için önemli bölgeler olduğunu düşünür isek ve bu dönemde bölgede şarap turlarının da olmaması Bozcaada'nın kış döneminde tercih edilmemesini açıklamaktadır. Yaz sezonu ise Akdeniz Bölgesine nazaran daha kısa sürmektedir. Diğer taraftan ziyaretçilerin Bozcaada'yı ziyaretlerinde % 75,5 oranında sonbaharı seçmesinde en büyük etken "Şarap Turizmi'dir". Bu dönemlerde olan şarap turları bölgeye önemli sayıda turist getirmektedir. Ada şarap üreticileri tarafından Haziran ayının son haftasından düzenlenen başlanan şarap festivali 3 gün boyunca sürmekte, tadımlar, çeşitli kültürel ve sanatsal aktivitelerin eşliğinde yapılmaktadır. Paneller, müzik dinletileri, gösteriler için mekan olarak adanın şarap fabrikaları seçilmektedir. Bu tarihlerden itibaren adaya şarap turları sonbahar dönemi

boyunca sürmektedir. Buradan yola çıkarak Bozcaada'da şarap turizminin özellikle yaz sonu ile sonbahar döneminde olduğunu ve turizm sezonunu uzattığını söyleyebilmekteyiz.

4.7.1.11. Konaklama Durumları

Bozcaada'ya gelenlerin Ada'da kalma sürelerine göre dağılımları Şekil 4.11'de verilmiştir.

Şekil 11. Bozcaada'yı Ziyaret Edenlerin Konaklama Sürelerine Göre Dağılımı



Şekil 11'de gösterildiği üzere Bozcaada'yı ziyaret edenlerin genelde % 81'i, 2 ila 4 gün arasında Ada'da kalmaktadır. % 15,8'i ise günübirlik gelip gitmektedir ve konaklamamaktadırlar. %3,2'si ise 5 günden fazla kalmaktadır. Şarap turlarının özellikle hafta sonları düzenlenmesi gelen ziyaretçilerin konaklama sürelerinin, daha çok 2 ila 4 gün arasında olmasına sebep olmaktadır. Düzenlenen şarap turlarının

genelde 3 gün sürdüğü düşünülürse gelenlerin şarap turizmi için geldiğinin de bir göstergesi olmaktadır. Bu veriler “şarap turizmi”nin Bozcaada için ne kadar önemli olduğu bir kez daha ortaya koymaktadır.

4.7.2. Ziyaretçilerin Bozcaada’yı Ziyaret Etme Motivasyonları

Faktör analizi yapılacak verilerin uygunluğunu ölçmede kullanılan KMO değerinin 0,50 den yüksek olması gerekmektedir. Bu çalışmada elde edilen KMO:0,741 gibi oldukça yüksek bir değer bulunmuş ve verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermesi açısından önemli bir ölçüdür.

Faktör Analizi sonucunda özdeğeri 1’den büyük 4 faktör (motivasyon) bulunmuştur. Analiz sonucunda Rotasyona (dönüştürmeye) gerek olmadığına karar verilmiştir. Çünkü dönüştürmeden sonra bileşen yüklerinde artış olmamıştır.

I. Faktör grubu toplam varyansın %31.642’sini, II. Faktör grubu %13.745’ini, III. Faktör grubu %11.101’ini ve IV. Faktör grubu %7.923’ini ve toplam varyansın %64,411’ini açıklamaktadır. Buna ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 3’te görüldüğü gibidir.

Tablo 3. Ziyaretçilerin Bozcaada'yı Ziyaret Etme Motivasyonlarına Yönelik Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Yüzdeleri

Bileşen	Mevcut Özdeğerler			Değişim Sonrasında Oluşan Özdeğerlerin Özeti		
	Toplam	Varyansın yüzdesi (%)	Kümülatif yüzde (%)	Toplam	Varyansın yüzdesi (%)	Kümülatif yüzde (%)
1	4.113	31.642	31.642	2.922	22.480	22.480
2	1.787	13.745	45.387	2.248	17.294	39.773
3	1.443	11.101	56.488	1.666	12.813	52.586
4	1.030	7.923	64.411	1.537	11.824	64.411
5	.881	6.776	71.187			
6	.796	6.123	77.310			
7	.699	5.380	82.690			
8	.589	4.531	87.221			
9	.492	3.782	91.003			
10	.407	3.128	94.131			
11	.336	2.585	96.716			
12	.261	2.006	98.722			
13	.166	1.278	100.000			

Metod:Principal Component Analysis

Tablo 4. Ziyaretçilerin Bozcaada'yı Ziyaret Etme Motivasyonları

Ziyaret Etme Motivasyonlarına İlişkin Faktör grupları	Değişkenler	Bileşenler			
		1	2	3	4
I. Şarap Motivasyonu	Üretim Yerinde Tecrübe	0,843	-0,146	0,108	0,135
	Özel Üretim Bir Şarap Bulmak	0,799	-0,126	-0,178	-0,102
	Farklı Şaraplardan Hoşlanmak	0,789	-0,276	-0,144	0,063
	Şarap Tatmak	0,757	-0,251	0,276	0,208
	Şarap Hakkında Bilgi Edinmek	0,670	0,062	-0,335	-0,390
	Şarap Yapanlarla Tanışmak	0,635	0,151	-0,179	-0,429
	Ucuz Şarap Almak	0,553	-0,199	0,150	0,298
II. Rekreasyon	Ortama Uymak	0,388	0,635	-0,124	-0,063
	Tarihi ve Doğal Yapısı	0,131	0,553	0,538	-0,107
	Eğlence	-0,127	0,534	-0,498	0,019
	Kırsal Ortam Görmek	0,301	0,502	0,162	0,499
	Rahatlamak ve Güzel Bir Gün	0,291	0,463	-0,286	0,363
III. Ulaşım	Ulaşımın Kolay Olması	0,232	0,288	0,690	-0,364

Bozcaada'yı ziyaret etme motivasyonları ile ilgili Bozcaada'yı ziyaret edenlerin çeşitli tercihleri bulunmaktadır. Bu tercihler faktör analizi ile analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlara göre dört farklı motivasyon grubu oluşmuştur. Bunlar şarap tatmak ve almak amacı ile ilgili olan faktörler, şarap üretimi hakkında bilgi sahibi olmak, rekreasyon ve olanakların uygun olmasından doğan motivasyonlardır. Ziyaret etme motivasyonlarına ilişkin her bir motivasyon grubu incelenmiştir. Buna göre;

1. Motivasyon grubu içerisinde ziyaret motivasyonları olarak şarap tatmak, üretim yerinde tecrübe, farklı şaraplardan hoşlanmak, ucuz şarap almak, şarap hakkında bilgi edinmek, şarap yapanlarla tanışmak, özel üretim bir şarap bulmak bulunmaktadır. Özellikle üretim yerinde tecrübe etmek ziyaretçilere ayrı bir keyif vermekte ve satın aldıkları ya da alacakları ürünleri yerinde test etme olanağı sunmaktadır. Bir restoranda şaraptan hoşlanma veya hoşlanmama şarabı iade nedeni değildir. Ancak küflenme ve bozulma gibi bariz belirtilerin olduğu fark edilirse değiştirilmektedir. Bu yüzden Bozcaada şaraplarını herhangi bir ek ücret ödemedi denemek ve test etmek üretim yerinde mümkün olmaktadır. Farklı şaraplar deneme imkanı bulmak ve şarabın doğrudan üreticiden alınması nedeniyle daha uygun fiyata temin edebilmek bölgeyi ziyaret etmede önemli bir motivasyon unsurudur. Bozcaada şarap firmalarından Ataol ve Talay gibi firmaların Bozcaada dışında satış mağazaların olmaması da farklı şarap arayanlar için bölgeye gelme isteğinde etkili olmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler şarap kültürünü öğrenmek ve şarap üreticilerinden yani bu işin uzmanlarından şarap yapımına dair aşamalar hakkında bilgi edinmek istemektedirler. Bu doğrultuda Bozcaada'ya giderek şarap üreticileri ile tanışmak ve onların tavsiye edeceği özel üretim şaraplarına ulaşmak önemli bir motivasyon unsuru olmaktadır. Şarap tatmak, şarap turizminin önemli bir parçası olup hem bölgeyi ziyaret edenlere bölge şaraplarını tatma olanağı sağlamakta hem de şarap üreticilerinin şaraplarını tanıtımları açısından faydalı olmaktadır.

II. Motivasyon grubu ise rahatlamak ve güzel bir gün geçirmek, kırsal ortam görmek, ortama uymak, tarihi ve doğal yapısı ve eğlence gibi rekreasyon amaçlı motivasyon unsurlarından oluşmaktadır. Bozcaada'nın bozulmamış kırsal ortamı, ziyaretçilerin Bozcaada'yı ziyaret etmeleri için önemli bir motivasyon unsurudur. Ada'nın gerek liman çevresi, gerekse turlarla gelenlere düzenledikleri eğlenceler ve ayazma plajında hizmet veren restoranların denize karşı sakin ve dinlendirici ortamı adaya önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu unsurlar ziyaretçilerin adayı seçmelerinde etkili olmaktadır..

III. Motivasyon grubunda ise motivasyon unsuru olarak ulaşımın kolay olması bulunmaktadır. Turizmin bileşik bir ürün olduğunu düşünürsek Bozcaada'nın

tarihi ve kültürel yapısı ile şarap ile ilgili bileşenleri bir çekicilik unsurudur. Ancak diğer bir cazibe unsuru olan ulaşım olanaklarının ziyaretçilerin tercihini etkilediğini unutmamak gerekir.

4.7.3. Ziyaretçileri Şarap Bölgesini Ziyaret Etmekten Alı Koyabilecek Sebepler

Faktör analizi için ziyaretçileri Bozcaada gibi bir şarap bölgesini ziyaret etmekten alı koyabilecek sebepleri ortaya koyan verilerin uygunluğunu ölçmede kullanılan KMO değerinin 0,50 den yüksek olup olmadığına bakılmıştır. Bu çalışmada elde edilen KMO: 0,604 değeri uygun bir değer olarak bulunmuş ve verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermesi açısından önemli bir ölçüdür.

I. Faktör grubu toplam varyansın %30,389'unu, II. Faktör grubu ise %28,168'ini ve toplam varyansın % 58,557'ini açıklamaktadır. Buna ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 5'te görüldüğü gibidir.

Tablo 5. Ziyareti Engelleyici Sebeplere Yönelik Faktör Yükleri ve Açıklanan Varyans Yüzdeleri

Bileşen	Mevcut Özdeğerler			Değişim Sonrasında Oluşan Özdeğerlerin Özeti		
	Toplam	Varyansın yüzdesi (%)	Kümülatif yüzde (%)	Toplam	Varyansın yüzdesi (%)	Kümülatif yüzde (%)
1	2.128	35.467	35.467	1.823	30.389	30.389
2	1.385	23.090	58.557	1.690	28.168	58.557
3	.895	14.923	73.480			
4	.730	12.166	85.645			
5	.485	8.082	93.727			
6	.376	6.273	100.000			

Metod:Principal Component Analysis

Tablo 6. Ziyareti Engelleyici Sebepler

Ziyaret Etme Motivasyonlarına İlişkin Faktör grupları	Değişkenler	Bileşenler	
		1	2
I. Kontrol Edilemeyen Engeller	Yeterli Zamanın Olmaması	0.842	-0.131
	Mevcut Paket turun Olmaması	0.794	0.172
	Fiyatının Çok Yüksek Olması	0.491	0.180
II. Ziyaretçinin Kendisi İle İlgili Sebepler	Diğer Destinasyonların Aile ve Arkadaşlarına Daha Çekici Gelmesi	0.269	0.787
	Diğer Destinasyonların Kendisine Daha Çekici Gelmesi	0.303	0.743
	İçmek ve Kullanmak Yönünden Endişe Duymak	-0.281	0.663

Bozcaada'yı ziyaret edenlerin düşüncelerine göre Bozcaada gibi bir şarap bölgesini ziyaret etmelerinde kendilerini alıkoyabilecek çeşitli sebepler vardır. Bu sebepler faktör analizi ile analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlara göre iki farklı faktör grubu oluşmuştur. Bunlar kontrol edilemeyen engeller ve kişinin kendisi ile ilgili olan sebeplerdir. Ziyaretçileri şarap bölgesini ziyaret etmekten alı koyabilecek sebeplere ilişkin her bir faktör grubu incelenmiştir. Buna göre;

1.Faktör grubu içerisinde yeterli zamanın olmaması, mevcut paket turun olmaması ve fiyatının çok yüksek olması bulunmaktadır. Ziyaretçiler bu tür engelleri kontrol edememekte ve isteseler de ziyaret etme olanağı bulamamaktadırlar. Özellikle yeterli zamanın olmaması günümüz insanının en büyük yaşadığı problemlerin başında gelmektedir. İş yoğunluğu ve stresi nedeniyle insanlar tatil ya

da kısa süreli yolculuklara rahatlıkla çıkamamaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki yaşanan stresin önüne geçebilmek onunla yaşamaktan geçmemektedir. Bozcaada sunduğu olanaklar ile kişilerin yaşadıkları stresten uzaklaşmasına ve bir nebze de olsa katkıda bulunabilecek düzeydedir. Şarap turizmi Bozcaada için önemli bir üstünlüktür. Bu üstünlüğün değerlendirilmesi için mevcut turların yaygınlaşması gerekmektedir. Dünyadaki bir çok marka olmuş şarap bölgesi hedef kitesini gelir seviyesi yüksek kişilerden oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Bozcaada'nın da bir şarap bölgesi olmasından dolayı bazı ziyaretçiler fiyatı yüksek bulmaktadır. Ancak bir şarap bölgesi için fiyatların uygun olduğunu söyleyebiliriz.

II. Faktör grubu içerisinde ise diğer destinasyonların aile ve arkadaşlarına daha çekici gelmesi, diğer destinasyonların kendisine daha çekici gelmesi ve içmek ve kullanmak yönünden endişe duymak gibi sebepler bulunmaktadır. Ancak ziyaretçilerin vermiş oldukları cevapların genelinde çok büyük bir sorun teşkil etmediği ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi Bozcaada'ya şarap için gelen ziyaretçilerin farklı turizm şekillerine doğru eğilimleridir. Deniz, kum, güneş turizmi özellikle şarap turizmine katılanlar tarafından çok cazip gelmemekte ve farklı arayışlar içinde olan bu kesimin şarap turizmi nedeniyle Bozcaada'yı tercih etmelerine engel olmamaktadır. Diğer taraftan şarap kullanmak ve içmek yönünden endişe duymak ise Bozcaada gibi bir şarap bölgesini ziyaret etmede önemli bir engel olabilmektedir. Bu yüzden şarap turisti profilinin belirlenmesi ve bölgeyi ziyaret etmelerine engel olan sebeplerin ortaya konması önemlidir.

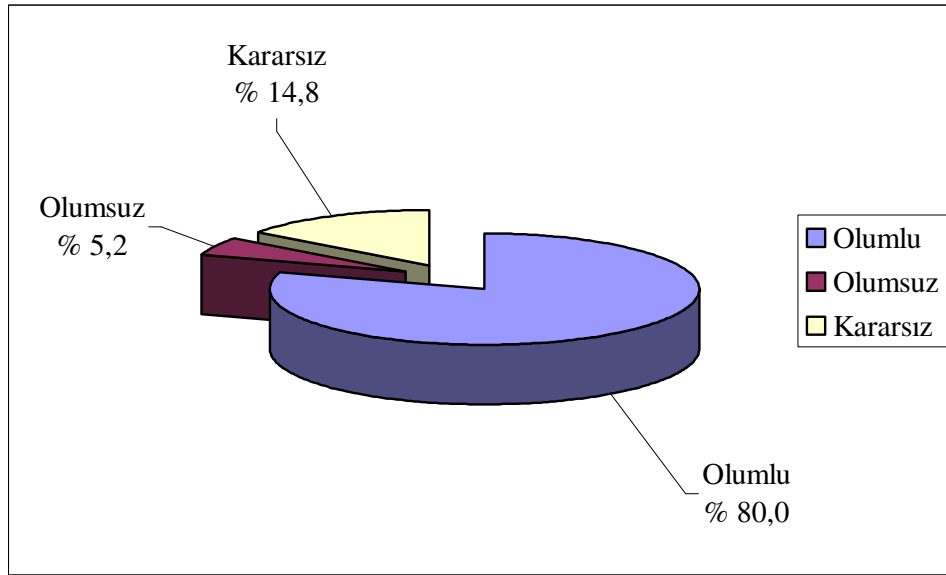
4.7.4. Bozcaada'ya Gelen Ziyaretçilerin Bozcaada Hakkındaki Görüşleri

Araştırmada, yerli halkın ziyaretçilere olan yaklaşımı, ziyaretçilerin tekrar gelmek istemesi ve Bozcaada'ya şarap için mi geldikleri araştırılmıştır. Buna ilişkin veriler ve değerlendirmeler şöyledir;

4.7.4.1. Bozcaada Halkının Ziyaretçilere Olan Yaklaşımı Hakkındaki Görüşler

Bozcaada yerli halkının gelen ziyaretçilere olan olumlu veya olumsuz yaklaşımı Şekil 12 'de gösterilmektedir.

Şekil 12. Bozcaada halkının Ziyaretçilere Olan Yaklaşımı

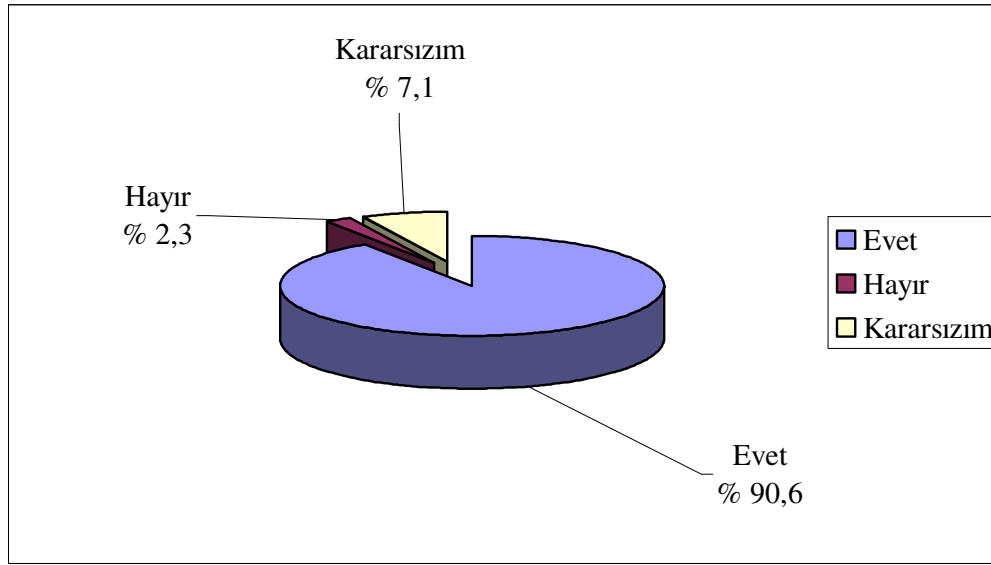


Şekil 12'de de görüldüğü gibi gelen ziyaretçiler, % 80 oranında Bozcaada halkının ziyaretçilere olan yaklaşımını olumlu bulmaktadır. Bunun yanında % 5,2'lik kısım ise olumsuz görüş bildirmekte ve özellikle yerli halk derken esnaftan şikayet etmektedirler. Özellikle uygulanan anket formunda da not düşerek bunu belirtmişlerdir. Şikayet sebebi ise ilgisizlikten kaynaklanmaktadır. Ancak büyük bir çoğunluğu Bozcaada halkının gelen ziyaretçilere karşı olumlu olduğunu belirtmiştir. Ada halkının özellikle balık ve şarapçılık dışında tek gelir kaynağı turizmdir. Bu yüzden Ada yaşamı üzerine önemli bir etkisi olan turizmin değeri iyi bilinmeli ve ziyaretçilere karşı olumlu olmanın şart olduğu unutulmamalıdır.

4.7.4.2. Bozcaada'ya Tekrar Gelmek

Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin Ada'ya tekrar gelme düşüncelerinin dağılımları Şekil 13'te verilmektedir.

Şekil 13. Ziyaretçilerin Tekrar Gelme Düşüncelerine İlişkin Dağılımları

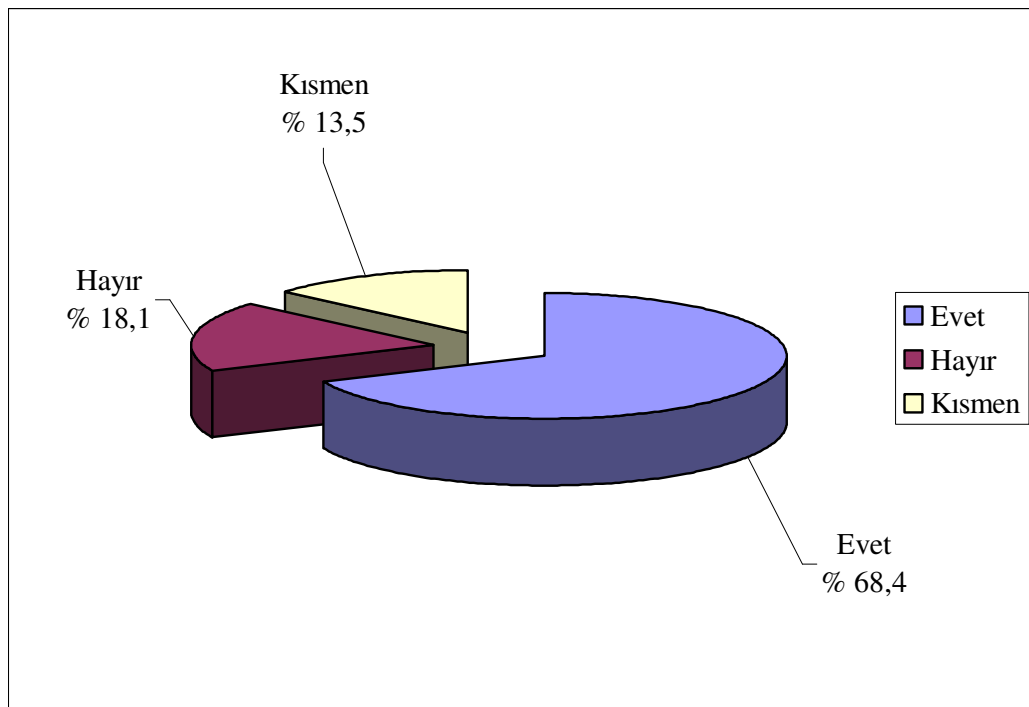


Şekil 13'te Bozcaada'yı ziyaret edenlerin tekrar gelme düşüncelerine göre verilen dağılımda, ziyaretçilerin % 90,6'sı tekrar gelmeyi düşünmekte ve adadan memnun ayrılmaktadır. Ziyaretçilerin %2,3'ü ise tekrar gelmeyi düşünmemektedir. Bunun sebebi Bozcaada'nın bir şarap bölgesi olması ve en önemli değerinin şarap olmasından kaynaklanmaktadır. Ada'ya şarap için gelenler genelde bir şarap bölgesini gezmekten, şarap tatmak ve bu konuda bilgi edinmekten dolayı memnun ayrılmaktadırlar. Ziyaretçilerin büyük bir oranının tekrar gelmeyi düşünmesi Ada'nın önemli bir şarap bölgesi olacağının da göstergesidir. Ada şarap turizmi için uygun ve yeterli olanaklara sahiptir.

4.7.4.3. Bozcaada'ya Şarap İçin Gelmek

Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin Ada'ya geliş sebeplerinin şarap mı yoksa diğer faktörler mi olduğunu anlamak amacıyla ziyaretçilerin görüşlerine dayanan veriler Şekil 14'te gösterilmektedir.

Şekil 14. Bozcaada'ya Şarap İçin Gelmelerine İlişkin Dağılımları



Şekil 14'e baktığımızda Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin % 68,4'lük büyük bir oranı şarap için gelmektedir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin % 18,1'i ise şarap için gelmediklerini belirtmişlerdir. Geriye kalan % 13,5'lik bir oran ise gelmelerinde şarap ile birlikte diğer faktörlerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu şekilden de anlaşılacağı gibi bölgeye şarap için gelenlerin oranı bir şarap bölgesi için yeterli bir orandır. Bu da gösteriyor ki Bozcaada'da şarap turizmi önemlidir ve bu konuda önemli bir ziyaretçi sayısına sahiptir.

4.8. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmada elde edilen veriler, aşağıdaki değerlendirmeleri olanaklı kılmıştır:

- Bozcaada'da turizmin gelişim sebebini incelediğimizde şu sonuca varabiliriz: Adada tarihi sayılabilecek çok fazla bir şey yoktur. Sadece kalesi ve kilisesi vardır. Diğer tarihi eserler harabe durumundadır. Bu sebepten Bozcaada'da Turizm tarihi bir sebepten dolayı gelişmemiştir. Bozcaada'nın temiz havası, temiz denizi, balığı, üzümü, şarabı adada turizmin gelişmesinin temel sebebidir. 1996 yılı sonunda ulaşımın hızlı feribot ile sağlanmaya başlanması turizmi olumlu etkilemiştir.

- Bozcaada'yı ziyaret edenlerin büyük bir kısmını genç ve orta yaşlardaki bireyler oluşturmaktadır. Ancak ziyaret edenler arasında yaşlı diyebileceğimiz kesimde az değildir. 21 yaş ve daha küçüklerin oluşturduğu grup ise sadece küçük bir orana sahiptir. Bunun sebebi Bozcaada'nın en önemli turizm olanağının Şarap olması ve genelde insanların bu bölgeye ya turlar ile ya da bireysel olarak kendi arabaları ile gelmeleridir. Bundan da anlaşılacağı gibi 21 yaş altındaki grubun sahip olacağı olanaklar genelde buna müsait olmamaktadır. Düzenlenen turlar için yapılan tanıtımların genellikle yaş grubu yüksek kişileri cezp ettiğini söyleyebiliriz. Ayrıca 21 yaş altındaki yaş grubunun ekonomik özgürlüklerini henüz kazanamamış olmaları da buna etken olabilmektedir.

- Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin evli veya bekar olmasının adayı tercih etmelerine herhangi bir etkisi olmamaktadır.

- Bozcaada'yı daha çok kadınlar tercih etmektedir. Bunun sebepleri, sivil toplum kuruluşlarının bayanlara yönelik düzenledikleri turlar olabileceği gibi genel olarak şarap ve tadım turlarına, bayanların daha çok katıldıklarından dolayı olduğunu söyleyebiliriz.

- Emeklilerin şarap turizmi için gerekli olan hem ekonomik özgürlüğe hem de boş zamana sahip olmalarından dolayı Bozcaada'yı ziyaret edenler arasında daha yüksek oranda yer aldıkları düşünülmektedir. Ayrıca bir şarap bölgesinde bulunması gereken rahatlık ve sakin doğal ortam emeklilerin adayı tercih etmelerinde tamamlayıcı bir etkidir.

- Bozcaada'yı ziyaret edenlerin büyük bir çoğunluğu eğitimli kişilerdir. Buradan yola çıkarak bir şarap bölgesi olan Bozcaada'yı ziyaret edenler üzerinden bir genelleme yaparsak “şarap turizmi”nin, eğitim seviyesi yüksek kişilerin tercih ettiği bir turizm çeşidi olduğunu söyleyebiliriz.

- Bozcaada'ya gelen ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunu gelir seviyesi yüksek bireyler oluşturmaktadır. Bu yüzden “şarap turizmi”nin gelir seviyesi yüksek kişilere hitap ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

- Bozcaada'yı ziyaret edenlerin çoğunluğunun işleri ile şarap sektörünün ilgisi yoktur. Ziyaret edenlerin şaraba olan ilgileri zorunluluktan değil sadece özel bir ilgiden kaynaklanmaktadır.

- Çanakkale ve yöresine düzenlenen organize turlarda çoğu zaman Bozcaada bulunmamaktadır. Bu yüzden ziyaret edenlerin yarısından çoğunun turlar ile gelmesi dikkat çekicidir. Bunun sebebi düzenlenen turların genelde şarap turları olmasıdır. İki veya üç günlük olan bu turlar özellikle bağbozumu zamanlarında adaya büyük bir talebin olmasını sağlamaktadır.

- Bozcaada'ya gelen ziyaretçiler genellikle Marmara ve Ege bölgesinden gelmektedirler. Şarap turlarının bu konuda etkisi büyüktür. Marmara ve Ege Bölgelerinin Bozcaada'ya yakın olmaları kuşkusuz ziyaretçilerin adaya gelmelerinde etkidir. Ancak Marmara Bölgesinde İstanbul, Ege Bölgesinde de İzmir gibi büyük şehirlerin bulunması ve özellikle en büyük etkenin bu şehirlerden şarap turlarının düzenlenmesi olduğunu söyleyebiliriz. Diğer bölgelerden ise Ada'ya herhangi bir

şarap turu düzenlenmemektedir. Bu da bu bölgelerden gelen ziyaretçi sayısının düşük olmasını açıklamaktadır.

- Bozcaada'da şarap turizmi özellikle yaz sonu ile sonbahar döneminde olmaktadır ve bu sayede turizm sezonu uzatmaktadır.
- Şarap turlarının özellikle hafta sonları düzenlenmesi gelen ziyaretçilerin de konaklama sürelerinin, daha çok 2 ila 4 gün arasında olmasına sebep olmaktadır.
- Bozcaada'yı ziyaret edenlerin motivasyonu şarap tatmak, almak, doğal imkanlar ile kırsal ortamda bulunmak ve rahatlayıp güzel bir gün geçirmektir. Bu özellikler şarap turizminin en önemli unsurlarıdır. Bu yüzden şarap turizmi bölge için çok önemlidir.
- Şarap turizmi nedeniyle ziyaretçilerin Bozcaada'da farklı şaraplar deneme motivasyonu ve satın almak istemeleri şarap üreticilerinin yeni pazarlar kazanmasına imkan sunmaktadır. Özellikle Bozcaada şarap firmalarından Ataol ve Talay gibi firmaların Bozcaada dışında özel satış mağazalarının olmaması nedeniyle çok önemli bir fırsattır ve değerlendirilmelidir.
- Şarap turizmi, bölgenin bağ tarımı ile uğraşmasına ve turizm ile ilişkili olarak bağların korunmasını da gerektirmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de tahrip edilen bir çok turizm bölgesi dikkate alındığında "şarap turizmi", Bozcaada'da doğal yapının korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması açısından uygun bir seçimdir.
- Ada'ya şarap için gelenler genelde bir şarap bölgesini gezmekten, şarap tatmak ve bu konuda bilgi edinmekten dolayı memnun ayrılmaktadırlar. Ziyaretçilerin büyük bir oranının tekrar gelmeyi düşünmesi Ada'nın önemli bir şarap bölgesi olacağına da göstergesidir.

- Bozcaada halkının özellikle balık ve şarapçılık dışında tek gelir kaynağı turizmdir. Bu yüzden Ada yaşamı üzerine önemli bir etkisi olan turizmin değeri iyi bilinmeli ve ziyaretçilere karşı olumlu olmanın şart olduğu unutulmamalıdır.

- Bozcaada'da şarap turizmi açısından önemli bir ziyaretçi sayısına sahiptir. Buna rağmen turların ve tanıtımın yeterli olmadığı düşünülmektedir. Özellikle potansiyel turiste ulaşmak için düzenlenen şarap turlarının, seyahat acenteleri tarafından daha da yaygınlaştırılması gerekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Şarap turizm'i, potansiyel ve güncel şarap turistleri tarafından, bir şarap bölgesinin niteliklerini tecrübe etmek ya da üzüm, şarap tadımı için bağlara, şarapçılara, şarap festivallerine ve şarap şovlarına katılarak rahatlamak ve güzel bir gün geçirmek amaçlı yapılan seyahatlerdir.

Zengin düşünülmüş ve düzenlenmiş bir bağ yeri, ziyaretçilerin yerel hediyeler almasını, dünyanın diğer bölgelerinden şaraplar görülebilmesini, satın almadan önce birçok şarabın test edilebilmesini sağlamaktadır. Bu metot, müşteriye şarabı test ederken, şarap üreticisine de sorular sorabilmesine olanak sağlar.

Şarap Turizmi, son yıllar da tüm dünyada hızla gelişmektedir. Turizmin bu yeni diyebileceğimiz alt dalının geliştirilmesi için daha fazla çalışma yapılmalıdır. Şarap Turizmi'nin artan değeri bir çok ülkede kanıtlanmıştır. Ayrıca Şarap Turizmi üzerine destinasyonların geliştirilmesi açısından çalışmalar yapılmaktadır. Ülkemizde de gereken önemin verilmesi gerekmektedir.

Şarap birçok ülkede turizm için önemli itici bir güçtür. Sadece şarabı iyi diye turistler tarafından tercih edilen bölgeler, şehirler, ülkeler vardır. Şarap işinde ünlü olan ülkelerin hükümetleri de bu bağlantının farkındadır ve şarap sektörlerine ciddi destek vermektedirler. Doğu Avrupa ülkeleri bile batılı turistleri çekebilmek için değişik pazarlama etkinlikleri yürütülmektedir.

Bozcaada son yıllarda şarap turizmi açısından gelişmeye müsait bir yöremizdir. Ada'da dört şarap fabrikası bulunmaktadır. Bunlardan üç eski şarap üreticisinin fabrikaları merkezde, yeni olan ise Tuz Burun Mevkii'ndedir. İlgi ve merakı olanlara fabrikalar gezdirilmektedir. Bu gezi sırasında üzümün şarap olana kadar hangi aşamalardan geçtiği öğrenilebilir ve damak tadına uygun şarabın hangisi olabileceği konusunda fikir edinmek mümkündür. Ayrıca fabrikaların yanında keyifle alışveriş yapılabilecek şarap tadım ve satış mağazaları bulunmaktadır. Bu yüzden şarapçılık ve turizm birbirlerini bütünleyici sektörler haline gelmiştir.

Şarap turizmi, iklimi ve doğal yapısı uygun olan bölgeler için doğal yapının korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması açısından uygun bir seçimdir. Bu yüzden Bozcaada sahip olduğu olanakları değerlendirmelidir. Bozcaada, şarap turizmi için uygun ve yeterli olanaklara sahiptir. Şarap turizminde marka olmuş bir çok bölge kaliteli şaraplar dışında çeşitli özellikler sunarak diğer bölgelerden farklarını ortaya koymak zorundadır. Bozcaada da bozulmamış doğal yapısı, tarihi yapıları, sakinliği ve hatta özenle yaptırılan rüzgar gülleri ile farklı bir özelliği ile önemli bir şarap bölgesi olabilecek olanaklara sahiptir.

Ülkemizde yaz sezonunun bir çok bölgede kısa sürmesi turizm sektörünü etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında “şarap turizmi” Bozcaada örneğinde olduğu gibi turizm sezonunun daha uzun tutulmasını sağlayacak çözüm önerilerinden biri olmaktadır.

Bu çalışma, “şarap kültürü”nün Bozcaada’ya dikkate alınması gereken bir değer kazandırdığını ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmanın, şarap turizmi konusunda, Türkiye’de yapılan bilimsel bir araştırmanın olmaması nedeniyle turizm yazınına önemli bir katkı sağlanacağı da bir gerçektir. Elbetteki örnek olarak incelediğimiz Bozcaada’nın turizm ve şarap sektörüne de katkıları olacaktır. Ancak unutulmamalıdır ki araştırmanın asıl amacı bu konu üzerine dünyanın çeşitli ülkelerinde araştırmalar yapıp üzerinde önemle durulması nedeniyle, Türkiye’de de yeni ve daha iyi araştırmaların yapılmasına bir nebze de olsa yardımcı olmaktır.

KAYNAKÇA

AKAT, Ömer

2000 **Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, İstanbul.

ALANT, K. ve J. BRUWER

2004 “Wine Tourism Behaviour in the Context of a Motivational Framework for Wine Regions and Cellar Doors” **Journal Of Wine Research**, Vol: 15, No:1, S. 27-37.

ANLI, Ertan

2005 **Şarap Kültürü ve Bozcaada**, Bozcaada.

AYTEK, Laleper

2002 “Geçmişten Günümüze Şarap”, **Türsab Dergisi**, Sayı: 225, S. 48 – 54.

BARUTÇUGİL, İsmet

1982 **Turizm İşletmeciliği**, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

BRUWER, Johan

2003 “South African Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry’s Structural Dimensions and Wine Tourism Product”, **Tourism Management**, No: 24, S. 423 – 435.

CEMALCILAR, İlhan

1999 **Pazarlama Kavramlar İlkeler**, Beta Yayınevi, İstanbul.

CHARTERS, S. ve J. ALİ – KNIGHT

2001 “Who Is The Wine Tourist?”, **Tourism Management**, No: 23 S. 311-319.

CLARKE, Oz

2000 **The Essential Wine Book**, (Çeviren: Gürkan Gücer).

ÇELİK, H., S. ÇELİK, B.KUNTER, G. SÖYLEMEZOĞLU, Y. BOZ, C., ATAK

2005 “Bağcılıkta Geliştirme ve Üretim Hedefleri”, **VI. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi**, 3-7 Ocak, Ankara.

DENİZER, Dündar

1992 **Turizm Pazarlaması**, Detay Yayıncılık, Ankara.

DOĞER, Ersin

2004 **Antik Çağda Bağ ve Şarap**, İletişim Yayıncılık, İstanbul.

DURMUŞ, Hüseyin

2004 **Geçmişten Günümüze Bozcaada**, Bozcaada.

EKEN, Ahmet

2005 “Mezopotamya Bağlarından”, **Karaf Şarap ve Yaşam Kültürü Dergisi**, Mart-Nisan Sayı:17.

EREKLİ, Zeynep

2004 “Bozcaada Rüzgarı”, **Travell + Leisure**, Eylül, İstanbul.

GETZ, Donald

2000 **Explore Wine Tourism: Management, Development & Destinations**, Cognizant Cominication Corparation, Newyork.

GETZ, D. ve G. BROWN

2004 “Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis”, **Tourism Management** , No : 16. S. 146 – 158.

GÖK, Ebru

2004 “Şarap Yapımı” , **Bouquet Şarap & Yaşam Dergisi**, Sayı:12,
Sonbahar.

GÜRDAL, Mehmet

1990 **Turizm Ulaştırması**, Adım Yayınları, Ankara.

GÜRSOY, Deniz

2004 **İnceliklerin Kadehindeki Şarap**, İstanbul, Oğlak Yayıncılık ve
Reklamcılık Ltd. Şti.

GÜVENÇ, Bozkurt

1996 **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitapevi.

HACIOĞLU, Necdet

2000 **Turizm Pazarlaması**, Uludağ Üniversitesi, Bursa

HALL, C. M. ve Diğerleri.

2000 “Wine Tourism Around The World”, **Oxford: Butterworth-
Heinemann**, S. 1- 23.

HALL, C. M. ve R. MITCHELL

2001 “The Touristic Terroir Of, New Zeland Wine: The İmportance Of
Region İn The Wine Tourism Experience”, İn Montanari, A. (Ed.),
Food And Enviroment: Geographies Of Taste. S. 143.

HİLAV, Selahattin

1995 **Felsefe Yazıları**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

HOFFMAN, D., M. BEVERLAND ve M. RESMUSSEN

2001 “The Evaluation of Wine Events in Australia and New Zealand: A Proposed Model”, **International Journal of Wine Marketing**, Vol 13, Issue 1. S. 54 - 71

HOUGHTON, Meg

2001 “The Propensity Of Wine Festivals To Encourage Subsequent Winery Visitation”, **International Journal Of Wine Marketing**, Vol 13, S. 32 – 42.

İÇÖZ, O. ve M. KOZAK

1998 **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitapevi Yayınları, Ankara.

KARAL, M. ve O., ÇELEBİ

2000 “Şarabın Tarihi”, **Dinamik Dergisi**, Aralık.

KOZAK N., M. KOZAK ve M. KOZAK

2001 **Genel Turizm**, Detay Yayıncılık, Ankara.

MALHOTRA, Naresh K.

1994 **Marketing Research An Applied Orientation**, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.

MARTİN, E. ve P. WILLIAMS

2003 “Directions İn British Columbia Wine Tourism Policy” **International Journal Of Contemporary Hospitality Management** No: 15 /6, S. 313 – 323.

MONTİGNAC, Michel

2002 **Sağlığımızın Şerefine Şarap**, Çeviren: Barış Behramoğlu, Alfa Yayınları, Bursa.

OLALI, Hasan

1993 **Turizm**, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.

ORAL, Saime

1988 **Türk Turizm Pazarlamasında Dağıtım – Fiyat Politikaları ve Turist Profili Analizi**, İstikbal Matbaası, İzmir.

ÖNCÜ, F., K. ÖGEL ve D. ÇAKMAK

2002 “Alchol Culture 2, Culture Of Drink And Drink In Literature”, **Bağımlılık Dergisi**, No: 3, İstanbul.

ÖNER, Çiğdem

1997 **Seyahat Ticareti**, Literatür Yayınları, İstanbul.

PEKCAN, Cem

2002 “Gökçeada ve Bozcaada’nın Turizm Potansiyelinin Tespiti ve Adalarda Turizmin Gelişme Olanakları”, (Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale: Çanankale Onsekiz Mart Üniversitesi.

SHARPLES, Liz

2000 “Organic Wines The UK Market: A Shift from Niche Market to Mainstream Position?”, **International Journal of Wine Marketing**, Vol 12, Issue 1, S. 30 – 42.

ŞAHİN, Haluk

2002 **Bozcaada Kitabı**, İstanbul, Troya Yayıncılık.

TELFER, David, J.

2001 “Starategic alliances along the Niagara Wine Route”, **Tourism Management**, No : 22, Sayfa: 21 – 30.

TOSKAY, Tunca

1983 **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları, İstanbul.

TÜRKER, İbrahim

1999 **Fermantasyon Teknolojisi**, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Ders Kitapları, Ankara.

USAL, A. ve S. ORAL

2001 **Turizm Pazarlaması**, Kanyılmaz Matbaası, İzmir.

USTA, Öcal

1992 **Turizm**, Altın Kitabevi, İstanbul.

UYGUR, Nermi

1996 **Kültür Kuramı**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

YALÇIN, Mehmet

2005 “Şili’de Şarap Baharı”, **Milliyet Gazetesi**, 19 Mart 2006.

WILLIAMS, Peter

2001 “Position Wine Tourism Destinations: An İmage Anlysis”,
İnternational Journal of Wine Marketing, 13(3) S. 42 – 58.

1618 sayılı **Seyahat Acenteleri Yönetmeliği**

1978 “Bağbozumu ve Şarap”, **Resimli Renkli Bilgi Ansiklopedisi**.

1987 “Bağbozumu Şenlikleri”, **Ana Britannica Ansiklopedisi**, Cilt 3.

1992 **Türkçe Sözlük**, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayını,
Ankara

1997 **Wine Spectator**, Ready, Set , Go, Ağustos

1998 **Çanakkale**, T.C. Çanakkale Valiliği Yayını, Ankara

2001 **Bozcaada**, Bozcaada Mahalli İdare Başkanlığı Yayını, Çanakkale,

2005 **Bozcaada Tenedos Life**, Sair Ajans, Bozcaada

2006 “Tarlardan Reyona Şarap Hakkında Bilmek İsteddiğiniz Her Şey”,
Turuncu Dergisi, Sayı:4, Mart

<http://ansiklopedi.turkcebilgi.com/iceren/Bozcaada> (Erişim tarihi: 15-05-2006).

<http://www.akman.de/canakkale/Bozcaada.htm> (Erişim tarihi: 14-05-2006).

<http://www.bacchusnyc.com> (Erişim tarihi:30-07-2006).

<http://www.bagcilik.org/articles.asp?id=46> (Erişim tarihi: 12-04-2006).

http://www.bozcaada.gov.tr/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1
(Erişim tarihi: 28-03-2006).

<http://www.cultwineclassic.com> (Erişim tarihi:08-09-2005).

<http://www.demirer.com.tr/Bores/bores.html> (Erişim tarihi: 29-01-2006).

<http://www.denizce.com/sarap8.asp> (Erişim tarihi: 14-10-2005).

<http://eyazici.tripod.com/> (Erişim tarihi: 24-12-2005).

<http://www.food-info.net/tr/products/wine/history.htm> (Erişim tarihi: 15-10-2005).

<http://www.hayyam.com/sarapkulturu/icerik> (Erişim tarihi: 26-09-2005).

<http://www.keyifdunyasi.com.tr/article.php?ID=22> (Erişim tarihi: 18-09-2005).

<http://www.localwineevents.com> (Erişim tarihi: 29-07-2006).

<http://www.morrellwine.com> (Erişim tarihi: 01-08-2006).

<http://www.netbul.com/superstar/ozeldosyalar/kentrehberi/sarap/turkiyedetarihcesi.asp> (Erişim tarihi: 31-05-2006).

<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/home/dergial/225/sarap.htm> (Erişim tarihi: 31-02-2006).

<http://www.vinotolia.com/tr/01tarihce.asp> (Erişim tarihi: 01-03-2006).

<http://voanews.com/turkish/archive/2004-12/a-2004-12-07-21-1.cfm> (Erişim tarihi: 31-08-2005).

<http://www.winetourism.com.tr.tc/index.html> (Erişim tarihi: 02 - 02 - 2006).

<http://www.wine-tours-france.com> (Erişim tarihi: 27-07-2006)