

## COĞRAFİ İŞARETLİ EL SANATLARININ TURİSTİK ÜRÜN BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: BARTIN İŞİ TELKIRMA ÖRNEĞİ

### EVALUATION OF GEOGRAPHICAL INDICATED HANDICRAFTS IN THE CONTEXT OF TOURISTIC PRODUCT: THE CASE OF BARTIN'S WIRE-BREAKING

Süreyya KIRIKCI

Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Ankara/Türkiye  
ORCID No: 0000-0002-3441-299X

Neliz ÇETİNER

Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Ankara/Türkiye  
ORCID No: 0000-0002-4440-239X

Cite As Kırkıcı, S. & Çetiner, N. (2021). "Coğrafi İşaretlili El Sanatlarının Turistik Ürün Bağlamında Değerlendirilmesi: Bartın İşi Telkırma Örneği", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:6, Issue:27, pp:1150-1157

#### ÖZET

Kültürel değerler turizmde çekicilik unsuru yaratarak kent tanıtımında üstünlük sağlamaktadır. Özellikle Bartın gibi yeni gelişmekte olan destinasyonlarda ürün ve hizmetleri farklı sunulara dönüştürebilmek, kuvvetli rekabetin yaşandığı pazar koşullarında kentin tutunabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu kapsamda çalışmada, coğrafi işaret tescilli olan Bartın işi tel kırma sanatının turizm değeri olarak önemine değinilmektedir. Coğrafi işaret almış geleneksel bir ürün olmasına karşın turistik açıdan yaşadığı ürünleştirme problemi ortaya konmakta ve geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Bartın İşi Tel Kırma, Coğrafi İşaret, Turistik Ürün.

#### ABSTRACT

Cultural values, creating an element of attractiveness in tourism provides the advantage in the promotion of the city. Especially in newly developing destinations such as Bartın, being able to transform products and services into different offers is very important for the city to hold on in market conditions where there is strong competition. In this context, the importance of Bartın's Wire-Breaking, which is registered with geographical indication, as a tourism value is mentioned in the study. Although it is a traditional product with a geographical indication, the productization problem it has experienced in terms of tourism is revealed and suggestions for its development are presented.

**Key words:** Bartın's Wire-Breaking, Geographical Indication, Touristic Product.

#### 1. GİRİŞ

Kültür en genel anlamıyla, bir topluluğun yetenek, ilgi, yol, yöntem, genel alışkanlık, adet, gelenek, inanç, örf, değer yargısı, tutum, sanatsal ve düşünsel duruş gibi kendilerine has yaşam tarzı anlamını taşımaktadır (Arıoğlu ve Atasoy, 2015: 112). Kültür içerisinde öne çıkan ve kuşaklararası aktarılan öğretilerden biri de geleneksel el sanatlarıdır. Çevresel değişim koşullarına ayak uydurabilen ve yıllar içerisinde biçimlenen el sanatları, içinde bulunduğu toplumun duygu, sanatsal beğeni ve kültürel özelliklerini yansıtarak "geleneksel" niteliğini kazanmaktadır (İz Yılmaz, 2008: 7).

Turizmde merak olgusu, tanıma ve öğrenme arzusu, özgünlük arayışı ve farklı olan kültürü ilgi çekici bulma gibi motivasyonlar turistleri turistik alışveriş ve bunun unsurlarından biri olan el sanatlarına yönlendirmektedir (Öter, 2010: 177). Turizm ile doğrudan ilişkili olan el sanatları turistlere yeni bir folklorik deneyim sahası yaratmaktadır. Aynı zamanda destinasyonu özgün kılarak kültürün tanıtımında ciddi bir rol üstlenmektedir. El sanatlarının sağlamış olduğu bu avantaj dünya turizminde niş bir pazar oluşturarak çekicilik yaratmak, çekişmeli rekabetin yaşandığı pazardan daha fazla pay alabilmek, rekabet edebilmek ve satılabilir ürünler geliştirebilmek amacıyla kullanılmaktadır.

Öte yandan, kentlerin modernleşme ve küreselleşme etkisiyle giderek birbirine benzer bir görünüm sergilemesi renksiz bir tabloya yol açmaktadır. Homojenleşen kentler özgünlüğünü kaybederek yerel kültürün yok olmasına neden olmaktadır (Uslu ve Kiper, 2006: 305). Bu durum, değerlerin yalnızca iyi organize edilip korunduğu ve doğru yönetildiği takdirde sürdürülebilir olacağını göstermektedir (Baykan, 2007: 41). Destinasyonlar için iyi bir imaj oluşturmanın olmazsa olmazları arasında, turistik değerlerin harekete geçirilmesi ve bu değerlerin etkin ve doğru bir tanıtım stratejisinin olması bulunmaktadır (Arslan ve Kendir, 2020: 3679).

Coğrafi işaret gibi kent kimliğini ortaya koyan tesciller kentin imajını yükselten "Onur Nişanı" olarak tanımlanabilecek değerlerdir. Destinasyonların da artık birbiriyle yarıştıkları düşünüldüğünde coğrafi işaret,

kentin saygınlığını artıracak, zenginleşme yaratarak farklılaşma sağlayacak yerel bir pazarlama unsuru olarak kullanılabilir.

Bu çalışmada; ilk kez Bartın ilinde yapılarak Türkiye geneline yayılmış ve coğrafi işaret almış Tel Kırma sanatının turistik değerine odaklanılmaktadır. Bartın ilinin gelişmekte olan bir destinasyon olarak sahip olduğu değeri koruyabilmesi, etkin ve sürdürülebilir talep yaratabilmesi beklenmektedir. Bu hedef doğrultusunda Bartın'da Tel Kırma Sanatına ait gerçekleştirilen projeler incelenmekte ve sanatın kültür turizmi potansiyeli değerlendirilmektedir. Dahası, coğrafi işaretli el sanatını turistik ürün olarak değerlendirme amacına yönelik önerilerde bulunmaktadır.

## 2. COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜN

Coğrafi işaret tescili, elde edildiği yörenin hammadde ve karakteristiği ile kuvvetli bağı sayesinde nama kavuşan ürünlerin kalitesini gösteren bir işarettir (Türk Patent ve Marka Kurumu). Kökeni itibariyle öne çıkan ürünlerin bulunduğu coğrafya ile özdeşleşmesini gösteren bir tescildir. Ürüne koruma sağlayan bu tescil işlemi Türkiye'de Türk Patent Enstitüsü tarafından yürütülmektedir. Ülkemizde 2021 yılı verileri temelinde 707 coğrafi işaret tescilli ürün olup başvuru süreci devam eden 732 ürün bulunmaktadır (ATO, 2021: 12).

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 34'üncü maddesine göre; coğrafi işaret uygulaması kapsamında "gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri" tescillenmektedir. Coğrafi işaretler, geleneksel ürün adı, menşe adı ya da mahreç işareti şeklinde üç ayrı kategoride ürünlerin tescili ve korunması gerçekleştirilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu).



Şekil 1. Coğrafi İşaret Tescillerine Ait Logolar

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu <https://ci.turkpatent.gov.tr/>

Bir yöresel ürünün mahreç işareti ile koruma altına alınabilmesi için "belirgin bir nitelik, ün ya da özelliği bulunan, coğrafi bölge ile özdeşleşmiş; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin kökeninin bulunduğu bölge içinde gerçekleşmesi" gerekmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu).

Yöresel ürünün menşe adı ile koruma altına alınabilmesi için "ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi bölgeye ait doğal ve beşerî unsurlardan kaynaklanması" gerekmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu). "Üretimden, ürünün işleme ve diğer bütün işlemlerinin söz konusu coğrafi bölge sınırları içinde gerçekleşmesi" halinde menşe adı ile tanımlanmaktadır (Sınai Mülkiyet Kanunu, Md. 34).

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 34. Maddesine göre:

"Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar:

- ✓ Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması ya da
- ✓ Geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması halinde geleneksel ürün adı olarak tanımlanmaktadır".

Taşıdığı fark ve ünü bulunduğu coğrafyadan kaynaklanan coğrafi işaretlerin ülkemizde gerçekleştirilen tescilleri de yalnızca Türkiye sınırları içinde geçerli kabul edilmektedir.

Coğrafi işaret, geleneksel miras ürünlerinin hediyeelik formlarda turistlere yönelik hazırlanmasına katkı sunmaktadır. Bu sayede, istihdam ve gelir yaratıcı etki oluşturmaktadır. Kültürel zenginliğin sürdürülebilir

kalkınma üzerindeki etkisini keşfeden ve bu zenginliğe entegre olmuş ürünlerin ayırt ediciliğini öne çıkartabilen destinasyonlar rekabet üstünlüğü kazanmaktadır (Şentürk, 2011: 18).

Bartın'da coğrafi işaret tescilli 8 ürün bulunmakta olup bunlardan biri menşe adı diğer yedisi mahreç işaretine sahiptir. Menşe işaretli tek ürün 2021 yılında tescil ettirilmiş olan Kuruçuşile Taş Saç iken mahreç işaretli ürünleri Bartın Ağda Tatlısı, Bartın Beyaz Baklavası, Bartın Kabak Burma Tatlısı, Bartın Pirinçli Tatlısı, Bartın Tatlı Böreği, Bartın İncir ve Bartın İşi Tel kırmadır (Türk Patent ve Marka Kurumu Veritabanı). Dahası, mahreç işaretli ürünlerden Bartın İşi Telkırma 2010 yılında tescillenmiş olup diğer mahreç işaretli ürünler ise 2020 yılında tescil sahibi olmuştur.

### 3. BARTIN İŞİ (TEL KIRMA)

Geleneksel el sanatları toplumun ortak bellek, kimlik ve kadim kültürel mirasının unsurudur (Arıoğlu ve Aydoğdu Atasoy, 2015: 112). Dolayısıyla, geleneksel mirasa dair aktarılan bilgi ve tecrübe icra edenin belleğinde bulunmakta; usta- çırak yöntemiyle aktarılmaktadır (Özbek ve Çevik, 2018: 591).

“Tel Kırma” sanatı; dokuma tel kumaş, gümüş tül ve benzeri ince tellerin tül ve kumaş üzerine özel iğne ile işlenmesiyle yapılmaktadır (Gören, 2020: 359). Tellerin makas kullanılmadan kırılması sonucu bu ismi almıştır (BAKAB). Bu sanatı diğerlerinden ayıran en önemli niteliği iplik kullanmaksızın yalnızca özel iğne ve yassı telle işleme yapılmasıdır. Bartın'a özgü olan bu dokuma tekniğinin “Bartın İşi” olarak adlandırılmasının sebebi 18. Yüzyıldan itibaren yapılmakta olan işleme sanatının ilk olarak Bartın'da yapıлып geliştirilmesi ve bu bölgeden yayılmış olmasıdır (Balmek).

Dokumanın Bartın'a ait bir işlem olduğunu kanıtlamak amacıyla 2010 yılında “Coğrafi İşaret Tescil Belgesi” alınmıştır. Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından Türk Patent ve Marka Kurumu'na 08.11.2004 tarihinde yapılan başvuru, 19.01.2010 tarihinde olumlu sonuçlanmıştır. Dokumalar türünde tescillenen “Bartın İşi Telkırma” mahreç işareti altında kategorilendirilmiştir. Folklor içerisinde önemli yer edinmiş olan “Bartın İşi Tel Kırma Sanatı” yöresel karaktere sahip el sanatlarından biridir ve kent için özel bir yeri bulunmaktadır.



Resim 1. Bartın İşi (Tel Kırma)

Kaynak: <https://gobartinturkiye.com/touch>

İşleyenin duygu, bilgi, yaratıcılık ve sanat zevkini yansıtan işlemler aracılığıyla Türk toplumunun sanat anlayışı ve yaşam tarzı da aktarılmaktadır (Karaçorlu ve Yetim, 2016: 1118). Bartınlıların evlerinde yer verdiği, kent kimliğinde özel bir yer edinmiş olan işleme sanatının manilerde bile yer edindiği bilinmektedir (Gören, 2020: 347).

“Bartın İşi Tel Kırma” tekniği, yastık ve masa örtüsü gibi çeşitli örtülerin yapımı, bohça, yemek, oda ve yatak takımları, giyim aksesuarları, terlik, ayakkabı gibi oldukça çeşitli alan ve ürünler üzerinde uygulamaktadır (Karaçorlu, 2013: 26). Bu geleneksel el sanatı, hammadde, insan ve coğrafi faktörler sebebiyle standardize edilememektedir (Tağı ve Yanar, 2016: 344). Yalnızca coğrafi işaretleme aracılığıyla belli bir standart oluşturmak mümkün olabilmektedir

Yapılan literatür araştırması sonucu Bartın işi olarak tanımlanan tel kırma sanatı ile ilgili bilimsel yayınların yeterli olmadığı anlaşılmıştır. Bartın işini koruma ve geliştirmeye yönelik çalışmaların ağırlıklı olarak meslek edindirmeye yönelik eğitim projeleriyle desteklendiği görülmektedir. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Sivas El Sanatları Eğitim Merkezi Müdürlüğü bünyesinde gerçekleştirilen meslek edindirme kursu, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın danışmanlığı ve Anadolu Sigorta öncülüğünde gerçekleştirilen “Bir Usta Bin Usta” Projesi Tel Kırma kursu, Halk Eğitim Akşam Sanat Okulu bünyesinde gerçekleştirilen

kurslar, İSMEK, KOMEK, GASMEK, BUSMEK, BALMEK gibi büyükşehir belediyeleri tarafından açılan kurslar sanatın ülke genelinde yaygınlaşmasına yardımcı olmaktadır.

Tel Kırma Sanatının, “Bartın İşi” gibi yöreyi öne çıkaran bir isim ile anılması coğrafi alan bilinirliğini ve bölge ya da yöreye merakını artırmaktadır (ATO, 2021: 99). Kentin adı ile özdeşleşen kültürün yaşatılması, folklorik bir değer olarak gelecek kuşaklara aktarılması, içinde bulunduğumuz çağın değişen koşullarına ayak uydurarak geliştirilmesine bağlı görülmektedir. Kent kimliğinin korunabilmesi turistik ürün tasarımları ile pazarlanması yoluyla mümkündür.

#### 4. COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN EKONOMİK VE TURİSTİK KATKISI

Turizm ve rekreasyon aktivitelerinin son yıllarda sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk esasına göre şekillenmesi; yerel kimlik, kültürel miras, yerel refah ve gelecek kuşaklara karşı yükümlülük konularını öne çıkarmaktadır. Bir başka ifadeyle sürdürülebilir turizm yönetimini gerçekleştirmek üzere politika yapımcılar doğru yönetime teşvik edilmektedir. Bu girişimler, miras değerlerinin ölçülü kullanımı, korunması ve etkin olarak yeniden kullanımını konu ederken; aynı zamanda, bu kaynaklara sahip destinasyonda yaşayan yerel halkın turistik faaliyetlerinden üstün fayda etmesi ile ilgilenmektedir. Topluların geleceğini gözeten tüketici hassasiyeti turizm etkinliklerinin yönetimini zorunluluk haline getirmektedir.

Coğrafi işaret, geleneksel ürünlere sahip çıkma, taklit üretime karşı koruma, biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliği, yerel üreticiyi destekleme, doğal ve kültürel kaynakların yaşatılması ve hak ettiği değeri görmesi hassasiyetlerini beraberinde getirmektedir (Başaran, 2016: 1). Bu noktadan hareketle; coğrafi işaretli ürünlerin geçmiş ve geleceğe sahip çıkması ile turizm sisteminde yeri doldurulamaz bir konumu olduğunu ifade etmek mümkündür (Kargiglioğlu, Erkol Bayram ve Çetin, 2019: 636).

Coğrafi işaret, geleneksel el sanatlarının korunması, belirli bir standartta üretilmesi, bir başka yörede üretilen ürünle karışmasının önlenmesi ve ürünlerin iç ve dış pazarda tanıtılması kolaylığını sunmaktadır (Yanar ve Karadeniz, 2020: 271). Aynı zamanda, ürünlerin özgünlüğünü güvence altına almakta, turisti cezbederek pazarlama gücünü artırmaktadır. Bu bağlamda, tescil kırsal kalkınma açısından değer üretmektedir. Markalaşmış ürünler, sorumlu üretim ve tüketim taahhütü ile çevresel, sosyal ve ekonomik kalkınmayı kolaylaştırılmakta, sürdürülebilir şehirleri desteklemektedir. Ürünlerin markalaştırması, kentlerin markalaşmasına katkı sağlamaktadır. Bartın işi gibi yörenin adını taşıyan ürünler bölgenin tanımını da kolaylaştırmaktadır.

Doğal güzelliklerin ve kültürel miras öğelerinin korunması ile gelecek nesillere bu kültürel öğelerin aktarılması aynı zamanda destinasyonların gelişmesi sağlanacaktır. Bu kapsamda kültürel miras varlıklarına sahip destinasyonlar için etkin bir “kültürel miras turizmi yönetimi” stratejik öneme sahiptir ve bu anlayışın uygulanması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır (Kendir, 2020: 2296). Küreselleşme sonucunda birbirine benzer bir görünüm sergileyen kentlerin turizm pazarında kendilerine yer edinebilmeleri ve rekabet avantajını koruması farklı ve benzersiz bir sunum ile mümkün olabilmektedir (Rosi, 2014: 107). Bu durum ise kentleri, özgün miras ürünlerini öne çıkarmaya ve yaratıcı kılmaya zorlamaktadır. Yerel kültür ve kent kimliği turizm destinasyonunun kültürel çekiciliğini yükseltmekte etkin rol oynamakla birlikte bölgesel kalkınmaya da fırsat tanımaktadır (Akdemir ve Selçuk, 2018: 2033).

Coğrafi işaretler ana hatlarıyla cazibe unsuru yaratarak üretim ve gelir artışı, bölgenin tanınması ve turizmin gelişmesi, yöredeki kültürün korunması, devamlılığı, yeni istihdam alanları yaratılması, kadınların işgücüne katılımı, kırsal kalkınma ve buna bağlı olarak tersine göçün sağlanması gibi sosyoekonomik dokuya olumlu katkılar sağlamaktadır (Demir, 2020: 42). Coğrafi işaretli ürün doğru tanıtılmadığında ise raftaki sıradan bir ürün olarak algılanacak ve satışı olumsuz etkilenecektir. Coğrafi işaret tescilli ürünlerden arzu edilen faydanın sağlanabilmesi ancak yaygın tanıtma ve bilinirliğini artırma ile mümkün olabilmektedir.

Tescil, üretici kadar tüketici ve pazarlayanların da haklarını korumakla birlikte söz konusu ürünün kalite göstergesi olarak görülmektedir (ATO, 2021: 28). Ürünleri tescil ile korumanın bir diğer avantajı da korunan üründen gelir elde edilerek iş fırsatları yaratılmasıdır. Bu sayede, kırsal kalkınmanın sağlanmasına aracılık edilmekte, tersine göç yaşanmaktadır (Sengül, 2011: 57). Buna ek olarak, tescil yoluyla her bir üretim aşamasının kayıt altına alınarak fatura edilmiş olması vergi gelirlerinde artışa yol açmaktadır (Demir, 2020: 53).

İş dünyasında olduğu gibi şehirler için de başarı yaratıcılığa bağlı olup destinasyonun imaj ve markasını kuvvetlendirmekte etkili bir unsurdur (Suciu, 2009: 83). Kentin doku ve tarihine uygun kültürel mirası öne çıkaran proje ve yatırımlar kentin turizm potansiyelini yükseltmektedir (Amer, 2018: 10). Sanayi sonrası dönemde hizmetlere dayalı endüstriden yaratıcı endüstriye geçiş ile birlikte kentlerin kültürel kaynaklarından



gelir sağlama çabası bugün gelişen ve gelişmekte olan birçok şehir için yenilenme stratejisi olarak uygulamaktadır (Khuo, 2020: 1). Yaratıcılık, geleneksel ürünlerin sürdürülebilir kılınmasında, canlandırmada, işlevsel stratejilerin uygulanmasında ve destinasyon çekiciliği oluşturulmasında itici güç olmaktadır (Richards, 2020: 1). Bu noktada coğrafi işaret, yöresel ürünün yaratıcı çaba ile katma değer üretecek yan ürünlere dönüştürülmesine teşvik etmektedir (Gökovalı, 2007: 157). Böylece işaretler, turizm potansiyelini yükseltmenin yanında bölgede turizm talebi yaratmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2012: 97).

Geleneksel sanat kullanılarak şehrin çekiciliği artırılmakta, kültür turizmi de dâhil olmak üzere dolaylı olarak hizmet endüstrisi desteklenmektedir (Kakiuchi, 2015: 101). Öz (2019: 1547) yaptığı çalışmada, coğrafi işaretli geleneksel el sanatları ürünlerinin, üretim süreçlerinin el işçiliğine bağlı olduğunu ve özgünlükleri neticesinde yarattıkları katma değere bağlı olarak pazarda kendisine benzer olan ürünlerden daha yüksek fiyatlara satılabildiğini; bu sebepten dolayı da coğrafi işaretle birlikte gelen değer algısı avantajından yararlanılması gerektiğini belirtmektedir. Özetle kültür, kente en güçlü olduğu alanda kendini tanıtmaya olanağı sunmakta, güçlü bir pazarlama aracı olarak tanınırlığını yükseltmektedir. Kentin büyüme performansında katalizör olurken istihdam, ulusal ve bölgesel gayri safi milli hasılasına da katkıda bulunmaktadır (Evans, 2009: 1018). Dahası, kentin ekonomik ve sosyal sorunlarını hafifletecek bir planlama aracı olarak görülmektedir (Kakiuchi, 2015: 101).

Kültürel miras, kente kimlik kazandırmakta oldukça önemli olup miras yok olmaya başladığında ise kentsel alanın kimliği zarar görmektedir (Ertan ve Eğercioğlu, 2016: 601). Kültürel varlıklara sahip çıkan coğrafi işaret tescilinin, iyi yönetilmesi halinde kültürel varlıkların korunmasında ve yaşatılmasında, ekonomik ve sosyal büyümenin desteklenmesinde ve bölgenin kalkınmasında kaldıraç görevi üstleneceği öngörülmektedir (Köşker ve Karacaoğlu, 2019: 1008). Dolayısıyla coğrafi işaret, doğru planlama ve koordinasyon sağlandığında kalkınma, tanıtım, yatırım ve turizm potansiyelini geliştirici rol üstlenecektir. Aynı zamanda, geleneklerin, miras değerlerinin, bioçeşitliliğin ve yörenin sürdürülebilirliği sağlanacaktır (Ağagündüz, 2020: 62). Diğer taraftan ise kültürel miras unsurları, ticari amaçlarla otantik olmayan sunu, bozulma ve yozlaşma tehdidi ile karşı karşıya kalmaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Coğrafi işaretli ürünler, köken yerleri bakımından referans gösterilerek pazarda benzersiz kabul edilmekte ve güven uyandırmaktadır. Geleneksel ürünlerin potansiyelini kullanarak şehrin görünürlüğünü artırmakta, katma değer üreterek kentin gelişimine katkı sağlamaktadır. Böylece yörenin ruhunu yansıtan yeni turizm koridorları oluşturmaktadır. Tescilli ürünler, girişimciliğe teşvik ederek tek tip küresel gelişmeye muhalefet etmekte; destinasyonun ekonomik kaderini şekillendirmektedir.

Bartın İşi, karakteristik yapısı itibarıyla Türk el sanatları içerisinde müstesna bir yer edinerek günümüze kadar var olmayı başarmıştır. Bölgenin somut olmayan kültürel mirası içerisinde yer alan tescilli bir el sanatı olarak kent kimliğinin önemli temsillerinden biri konumundadır. Bu avantajın korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması doğru tanıtım ve pazarlama girişimleri sonucu mümkün kılınabilmektedir. Fakat, yapılan literatür taramasında kadim sanatın turistik ürün olarak sürdürülebilirliğine yönelik bir girişime rastlanmamıştır. Yapılan çalışmalar sanatı yaşatmaya yönelik uygulamalarla sınırlı kalmıştır. Bartın'ın turistik olarak yeni gelişen bir bölge olduğu göz önüne alındığında yeni fırsat ve stratejilere açık olduğunu söylemek mümkündür. Yerel mirası öne çıkartan sürdürülebilir ve değerleri koruyan uygulamalara yer verilmesi gerekmektedir. Tescilli ve pazarlama gücü yüksek eşsiz değerler öne çıkarılarak buna bağlı olarak turizm yatırımlarının artması ve turistik amaçlı kullanım faaliyetleri hızlandırılmalıdır.

Yapılan araştırma göstermiştir ki, coğrafi işaret, kültür turisti açısından niş bir alan haline gelerek bulunduğu coğrafyada çekicilik ve turistik canlılık yaratmaktadır. Bartın, sahip olduğu niş pazar potansiyelini kullanabilirse kendini daha iyi konumlandırarak küresel rekabette yer alma fırsatı yakalayacak ve daha yüksek karlılığa ulaşabilecektir. Turistik ürün haline getirilebilen "Bartın İşi Tel Kırma" işlemleri benzersizliği ve yüksek kalitesi ile yüksek alım gücüne hitap edecek, bölgenin ekonomik açıdan kalkınmasında, tanıtım ve pazarlamasında etkin rol oynayacaktır. Böylece, kültürel altyapı destinasyonun gelişiminde kaldıraç olarak kullanılacaktır.

Bu bilgiye dayanarak turistik açıdan gelişmekte olan bir yöre olan Bartın ilinde yapılması gerekenlere yönelik öneriler şu şekildedir:

Bartın doğal doğa ve sahilleriyle destinasyon çekiciliği yaratan bir yöredir. Bölgenin kültürel özgünlüğünü vurgulayan turizm planlamaları hedeflenmelidir.

“Bartın İşi Tel Kırma” tasarım yarışması düzenlenerek ulusal ve uluslararası çapta sanatın görünürlük kazanması; dahası, sanatın yenilikçi bir yaklaşımla yorumlanması sağlanabilir.

“Bartın İşi” hediyelik eşya olarak sunulurken ürünün çekiciliğini artırmak amacıyla deneyimlemeleri sağlanmalıdır. Ürüne ilgi gösteren kişilere kültür aktarıcı olarak uygulama fırsatı sunulmalı, yapılışına ilişkin bilgilendirmede bulunulmalıdır.

Coğrafi İşaret tescilli “Bartın İşi”, Expo Fuarı, turizm fuarı, sanat günleri, yerel festivaller gibi çeşitli günlerde öne çıkarılarak kent kimliği çeşitli platformlarda temsil edilmelidir.

Bartın Kent Müzesi ve Amasra Müzesi’nde tescilli ürünlerin sergilenmesi sağlanmalıdır.

Geleneksel kültürel miras, farklı kesimlerden bireylerin bir araya geldiği galeri ve müzelerde düzenlenecek konferans, tanıtım semineri ve atölye çalışmaları yoluyla tanıtılmalıdır.

Coğrafi işaretin ortaya çıkardığı pozitif yöndeki ivmeyi arttırmak için, bölgedeki işletmecilerde “Bartın İşi Tel Kırma” daha sık kullanılmalı yerel restoran, yerel kafe, butik otel ve yerel mağazalarda sergilenmeli ve buralarda satış noktaları oluşturulmalıdır. “Bartın İşi Tel Kırma”, butik otellerde yatak örtüsü, masa örtüsü gibi çeşitli alanlarda yöre ya da bölgenin ruhunu taşıyan geleneksel dokuda düzenlenmiş tematik odalarda misafirlerin ilgisini çekmeye yönelik teşhir edilmelidir. Dahası otel içerisinde satış noktaları oluşturularak yerel ekonomiye katkı sunması sağlanmalıdır. Otel animasyonlarında halk oyunu, kına gecesi canlandırmaları yapılarak “Tel Kırma” sanatının örnekleri mahalli kıyafetlerde turistlere tanıtılmalıdır.

Blogger, influencer, youtuber gibi geniş takipçi kitlesi olan bireyler ile iletişime geçilerek özellikle sosyal medya ve dijital yayın kanallarında Bartın ve kültürel mirası tanıtılmalı; Bartın’a özgü işleme sanatının üne kavuşması ve satışı için fırsatlar yaratılmalıdır.

“Bartın İşi Tel Kırma” sanatı film, dizi ve reklam filmlerinde arka plan olarak kullanılmaya başlanarak ilgi uyandırılmalıdır.

Geleneksel sanatın yerel ekonomiye katkı sağlaması tamamen el emeği olan işlemlerin belgelendirilmesi ve denetimler ile mümkün olacaktır. Ürünün otantikliğinin korunmasında kamu otoritelerine büyük bir sorumluluk düşmektedir. Tüketicinin de bilgilendirilerek fabrikasyon seçimlerde bulunmaması ancak bilinçlendirilmesi ile mümkün olabilecektir.

Bartın’a gelen tur firmaları ile görüşülerek kabilelerini Bartın Valiliğinin el sanatları satış ofislerine yönlendirmeleri teşvik edilmelidir.

Profesyonel turist rehberleri de yöreye has el sanatı hakkında doğru şekilde bilgilendirilmelidir. Ziyaretçiler, otantik deneyim açısından zengin yöresel tercihler doğrultusunda yönlendirilmelidir. Kamu, akademi, STK, özel ve yerel yönetimlerin ortaklaşa iş birliği ile “Bartın İşi Tel Kırma” deneyim turları organize edilebilir.

“Bartın İşi Tel Kırma”nın gece çantası, çay takımı, Amerikan servis, gözlük kılıfı, mendil ve şal gibi modernize edilmiş uygulamaları turistik hediyelik eşya olarak sunulmalıdır. Yüksek maliyetler düşünüldüğünde ürünlerin küçük ebatlarda çalışılması turistlerin alım gücünü zorlamadan bütçelerine uygun alternatiflere erişimini kolaylaştırabilir.

Geleneksel sanatta kadınların kooperatifleşmesi ve dernekleşmesi sağlanabilirse hem toplum temelli turizme katkı sağlanarak kadın istihdamı artırılabilir ve yöre kadınları güçlendirilebilir hem de üretim denetlenerek doğrudan üreticinin kazanmasına katkıda bulunulabilir.

## KAYNAKÇA

Ağagündüz, D. (2020). Coğrafi İşaretler ve Sürdürülebilirlik, Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul.

Akdemir, N., & Selçuk, G. N. (2018). “Yöresel Mutfağın Turizme Kazandırılması Ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı: Sakarya Ölçeğinde Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(Özel Sayı 2), 2033-2049.

Amer, M. B. K. B. (2018). “Heritage Branding: Promoting The UNESCO Creative Cities”, <https://www.researchgate.net/project/Cultural-Identity-and-Branding-an-Integrated-Approach-to-Enhance-the-Heritage-Value>, 1-20.

Arıoğlu, İ. E. & Atasoy, A. Ö. (2015). “Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Geleneksel El Sanatları”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Electronic Turkish Studies, 10(16), 109-126.

- Arslan, E. & Kendir, H. (2020). COVID-19 Salgını Sonrası Yükselen Trend Kırsal Turizm: Zile Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3668-3683.
- ATO, (2021). Coğrafi İşaretli Ürünler, [https://www.atonet.org.tr/uploads/birimler/internet/alt%20tan%c4%b1t%c4%b1m/c%c4%b0-2021-06-11/ci\\_kitap\\_2021.pdf](https://www.atonet.org.tr/uploads/birimler/internet/alt%20tan%c4%b1t%c4%b1m/c%c4%b0-2021-06-11/ci_kitap_2021.pdf),
- BAKAB, Batı Karadeniz Kalkınma Birliği, <https://www.bakab.gov.tr/bartın-isi-tel-kırma/>,
- BALMEK, Balıkesir Meslek Edindirme Kursları, <http://www.balmek.com/kurs/tel-kırma>,
- Başaran, D. (2016). “Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Etkisi: Gaziantep ve Siirt İlleri Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Baykan, E. (2007). “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), 30-49.
- Demir, İ. (2020). “Coğrafi İşaretlerin Sosyoekonomik Etkiler”, Uzmanlık Tezi, Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Ertan, T. & Eğercioğlu, Y. (2016). “The Impact Of Unesco World Heritage List On Historic Urban City Centers And Its Place In Urban Regeneration: The Case Of Melaka, Malaysia And Tire, Turkey”. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 216, 591-602.
- Evans, G. (2009). “Creative Cities, Creative Spaces And Urban Policy. *Urban Studies*”, 46(5-6), 1003-1040.
- GOBARTINTURKİYE, (2021). <https://gobartinturkiye.com/touch>
- Gökovalı, U. (2007). “Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Gören, S. (2020). “Gelenekten Geleceğe Bartın İşi Tel Kırma/Bartın’s Wire-Breaking Embroidery Work From Tradition To Future”. *Türk Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, (21), 344.
- İz Yılmaz, G. (2008). Geleneksel Türk El Sanatlarının Turistik Ürün Bağlamında Değerlendirilmesi. TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Kakiuchi, E. (2016). “Culturally Creative Cities İn Japan: Reality And Prospects”. *City, Culture And Society*, 7(2), 101-108.
- Kan, M. & Gülçubuk, B. (2008). “Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler”. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 22(2): 57-66.
- Karaçorlu, H. (2013). “Amasra Müzesinde Bulunan Tel Kırma (Bartın İşi) ve Hesap İşi Ürünler Üzerine Bir Araştırma”, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karaçorlu, H. & Yetim, F. (2016). “Amasra Müzesinde Bulunan Tel Kırma (Bartın İşi) ve Hesap İşi İşlemler Üzerine Bir Araştırma”, *Journal Of International Social Research*, 9(43).
- Kargiglioğlu, Ş.; Erkol Bayram, G & Çetin, Y. (2019). “Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı ile Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği”, *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Özel Sayısı, 624-639.
- Kendir, H. (2020). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Kültürel Miras Algılarının Belirlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2296-2310.
- Khoo, S. L. (2020). “Towards an inclusive creative city: How ready is the Historic City of George Town, Penang?”, *City, Culture and Society*, 23, 100367.
- Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2019). “Turizm Bağlamında Geleneksel Türk El Sanatı Lületaş İşlemciliğinin Değerlendirilmesi”, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (18), 992-1013.
- Öter, Z. (2010). “Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Milli Folklor Dergisi*, 11(86), 174-185.
- Öz, Y. (2019). “Kültür Turizmi Bağlamında Geleneksel Türk El Sanatları Ürünlerinin Coğrafi İşaretlerle Korunması”, *Journal Of International Social Research*, 12(62).

- Özbek, Ö. & Çevik, S. (2018). “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Taşıyıcısı Olarak Geleneksel El Sanatları: Gönen”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 588-603.
- Richards, G. (2020). “Designing Creative Places: The Role Of Creative Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 85, 102922.
- Rosi, M. (2014). “Branding Or Sharing?: The Dialectics Of Labeling And Cooperation in The Unesco Creative Cities Network”, *City, Culture And Society*, 5(2), 107-110.
- Sınai Mülkiyet Kanunu, Md. 34 <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6769.pdf>
- Suciu, M. C. (2009). “Creative Economy And Creative Cities”, *Romanian Journal Of Regional Science*, 3(1).
- Şentürk, B. (2011). “Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Mikro ve Makro Açından Bir Değerlendirme”, *Yüksel Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla*.
- Tağı, S. Ö. & Yanar, A. (2016). “El Sanatları Ürünlerinde Coğrafi İşaretleme ve Ürün Kimlik Bilgisinin Önemi”, *Art-E Sanat Dergisi*, 9(17), 343-353.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%c4%9fraci-i%c5%9faret-nedir>,
- Türk Patent ve Marka Kurumu Veri Tabanı, <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>,
- Uslu, A. & Kiper, T. (2006). “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Yanar, A. & Karadeniz, C. (2020). “Coğrafi İşaretleme El Sanatı Ürünlerine Müzeografik Bir Yaklaşım ve Ankara Örneği”, *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 269-283.