T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

EDİRNE KIRMIZISI'NIN KENT KİMLİĞİNE VE TURİZME KAZANDIRILMASI ÇALIŞMALARI

ORKUN AKMAN

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. EMEL GÖNENÇ GÜLER

EDİRNE 2021

Tezin Adı: Edirne Kırmızısı'nın Kent Kimliğine ve Turizme Kazandırılması Çalışmaları

Yazar: Orkun AKMAN

ÖZET

Günümüzde renklerle özdeşleşen ve markalaşan kentler, hatta ülkeler mevcuttur. Tanıtımda önemli bir turizm ögesi olarak kullanılan renkler, bir kentin kimliğini yansıttığı gibi kültürel birikimi hakkında da ipucu vermektedir. Kentsel turizmin önemli bileşenlerinden biri olan "kent kimliği" kavramı bir kenti diğer kentlerden ayıran bileşenlerin tümü olarak tanımlanabilir (Kaypak, 2010). Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan Edirne ili bünyesinde pek çok kültürel ve turistik ögeyi barındırmaktadır. Bu ögelerden biri de, tüm dünyada "Edirne" ismiyle anılan, kırmızı renginin bir tonu olan Edirne Kırmızısı'dır. Yurt dışında daha çok Fransızca ismi "Rouge d'Andrinople" olarak bilinen Edirne Kırmızısı, oldukça zahmetli bir boyama süreci sonrası elde edilen, uğrunda çokça emek ve paranın harcandığı tarihsel bir renk olarak dikkat çekmektedir. Varlığını, kök boya gibi doğal bir boyaya borçlu olan Edirne Kırmızısı, Sanayi Devrimi sonrası endüstrideki makineleşmenin etkisiyle zamanla unutulmaya yüz tutmuştur.

Edirne Kırmızısı sadece bir rengi değil, kültürel bir öge olarak somut ve soyut kavramları da temsil etmektedir. Edirne Kırmızısı'nın kültürel bir öge olarak betimlenmesi, rengin kent kimliğine kazandırılması çalışmalarının geçerliliğini ortaya koymaktadır. Kitle turizmi yerini alternatif turizm olanakları çerçevesinde kültür turizmi ve kent turizmi daha da önem kazanacaktır. Edirne Kırmızısı da temsil ettiği tarihi, kültürel, turistik ve coğrafi özellikleriyle Edirne kentini dünyaca tercih edilen seçkin destinasyonlar arasına girmesine katkıda bulunacaktır.

Bu çalışmada, 2017 yılında mahalli bir gazetede yayımlanan yazı dizisi sonrası tekrar gündeme gelen Edirne Kırmızısı'nın Edirne kent kimliğine yeniden kazandırılarak markalanması ve destinasyon pazarlamasında rekabet gücü oluşturmasına zemin sağlayacak sonuçların elde edilmesi amaçlanmıştır. Edirne Kırmızısı'nın Edirne ili kent kimliğine etkisinin ortaya konması adına gelecekte

bütün kent paydaşları tarafından yapılacak faaliyetlerin planlanması açısından önemli olan bu çalışmanın, kentin kimliğine, turizmine, tanıtımına, kültürüne ve ekonomisine sürdürülebilir şekilde katkı sunması hedeflenmektedir. Bu kapsamda Edirne'de yaşayan, turizmin gelişmesine katkıda bulunan ve kent kimliğinin oluşmasında karar gücü olan 20 paydaş temsilci belirlenmiş ve kendilerine çeşitli sorular yöneltilerek Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışmalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Nitel yöntemlerin kullanıldığı araştırmada katılımcılardan alınan görüşler kapsamında Edirne Kırmızısı bilinirlik, zaman, ürün çeşitlendirmesi, geleceğe yönelik olumlu ve olumsuz tahminler boyutunda değerlendirilerek MAXQDA 2020 programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Edirne, Kent Kimliği, Kentsel Turizm, Edirne Kırmızısı.*

Title of the Thesis: Works on Bringing Edirne Red to Urban Identity and Tourism
Author: Orkun AKMAN

ABSTRACT

These days, there are cities and even countries that are identified with colors and become brand. Colors, which are an important aspect of tourism, not only reflect the identity of a city, but also give clues about its cultural accumulation. The concept of "urban identity", which is one of the critical components of urban tourism, can be explained as all the components that distinguish a city from others (Kaypak, 2010). City of Edirne, which has been home to many civilizations throughout history, embodies many cultural and touristic components. One of these components is, a tone of red which is referred to as "Edirne" everywhere around the world, the "Edirne Red". Edirne Red, which is mostly known by its French name "Rouge d'Andrinople" abroad, draws attention as a historical color obtained after a very laborious dyeing process, for which a lot of effort and money was spent. Owing its existence to a natural dye such as "madder", the Edirne Red sunk into oblivion with the effect of mechanization in the industry after the Industrial Revolution.

The Edirne Red represents not only a color, but also concrete and abstract concepts as a cultural element. The depiction of the Edirne Red as a cultural element reveals the validity of the efforts to bring the color to the urban identity. Cultural tourism and urban tourism will gain more importance within the framework of alternative tourism opportunities, replacing mass tourism. The Edirne Red, with the historical, cultural, touristic and geographical features it represents, will contribute to making the city of Edirne one of the most preferred destinations in the world.

In this study, it is aimed to obtain results that will provide a basis for the branding of the Edirne Red, which came to the agenda of the city after a series of articles published in a local newspaper in 2017, by reintroducing it to the city identity of Edirne, and creating a competitive edge in destination marketing. This study, which is important in terms of planning the activities to be carried out by all city stakeholders in the future in order to reveal the effect of the Edirne Red on the urban

identity of Edirne, is aimed to contribute to the tourism, promotion, culture and economy of the city in a sustainable way. In this context, 20 stakeholder representatives who contribute to the development of the tourism of the city living in Edirne and have the power of decision in creating the urban identity were determined and various questions were asked and the studies on the Edirne Red were tried to be determined with these questions. In the research, in which qualitative methods were used, the opinions of 20 participants were evaluated in terms of awareness, time, positive and negative predictions for the future, and product aspect were analyzed through the MAXQDA 2020 program.

Keywords: *Edirne, Urban Identity, Urban Tourism, Edirne Red.*

ÖN SÖZ

Somut ve somut olmayan çok sayıda kültürel ögeye sahip olan Edirne'nin unutulmaya yüz tutan değerlerinden biri olan Edirne Kırmızısı, farklı çalışma alanlarını kapsayan disiplinler arası bir kavramdır. Kimyadan ziraata, tekstilden sanata birçok alanın çalışma konusunu oluşturan Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine ve turizme olan etkisinin araştırıldığı bu tez çalışması, "Edirne Kırmızısı" başlığını taşıyan ve ilk yüksek lisans tezi olma özelliğini taşımaktadır.

Engin tecrübesi, değer katan yaklaşımı ve pozitif enerjisiyle yüksek lisans eğitimimin her aşamasında bana yol gösteren, tezimin hazırlanması sürecinde daima destek olan danışmanım, değerli hocam Prof. Dr. Emel GÖNENÇ GÜLER'e;

Akademik deneyimlerinden, ufuk açan yaklaşımlarından her zaman beslenerek zenginleştiğim Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalındaki değerli hocalarıma;

Samimiyetlerini, ilgilerini ve önerilerini hiçbir zaman esirgemeyen Doç. Dr. Gülsel ÇİFTÇİ'ye, Dr. Öğr. Üyesi Sela Can DÖKMECİ'ye, Öğr. Gör. Bahadır SEZER'e, Öğr. Gör. Evrim KAŞIKÇI'ya, Arş. Gör. Başak ÖZYURT'a ve Altay BAYATLI'ya;

Yol arkadaşlığı ile her zaman güç veren Öğr. Gör. Kıvanç ADA'ya;

Edirne Kırmızısı'na verdiği önemin yanı sıra çalışmalarıma ilham olan ve hayata dair önümde yeni ufuklar açan Prof. Dr. Erhan TABAKOĞLU'na gönülden teşekkürlerimi sunuyorum.

Ve…

Hayatımın her anında yanımda olan ve beni daima cesaretlendiren canım annem Saadet AKMAN'a, elini her zaman omzumda hissettiğim kardeşim Ahmet Barkın AKMAN'a ve bugünleri görmesini çok istediğim sevgili babam Osman AKMAN'a minnetle…

Orkun AKMAN

Edirne, 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZET…...……i

ABSTRACT……..……..iii

ÖN SÖZ……....v

İÇİNDEKİLER……..vi

GÖRSELLER LİSTESİ……..……...x

GRAFİKLER LİSTESi……..……...xi

ŞEKİLLER LİSTESİ……...……xii

TABLOLAR LİSTESİ……xiii

GİRİŞ……...……1

BÖLÜM I

KENT KİMLİĞİ VE EDİRNE İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

1.1. Kent Kimliği……...……...……....4

1.1.1. Kent Kimliği Kavramı……4

1.1.2. Kent Kimliğinin Önemi……..8

1.1.3. Kent Kimliğinin Temel Unsurları……...9

1.1.4. Kentsel Turizm Kavramı……...10

1.2. Edirne İli ve Edirne İlinin Kent Kimliği……..…….……12

1.2.1. Edirne İli Tarihi..... 13

1.2.2. Edirne İli Coğrafi Özellikleri 15

1.2.3. Edirne İli Turizm Potansiyeli..... 16

1.2.3.1. Edirne İlinin Doğal ve Turistik Varlıkları 19

1.2.3.2. Edirne İlinin Gastronomik Ögeleri 22

BÖLÜM II

RENK KAVRAMI VE EDİRNE KIRMIZISI

2.1. Renk Kavramı……..……...24

2.1.1. Renk……..……24

2.1.2. Renklerin Özellikleri……25

2.1.3. Toplumsal Boyutta Renkler……..26
2.1.4. Kırmızı Rengi…….....27
2.1.4.1. Kırmızı Renginin Çeşitleri……32
2.1.4.2. Kırmızı Renginin Anlamı ve İnsan Üzerindeki Etkileri….....……...33
2.2. Edirne Kırmızısı Kavramı……34
2.2.1. Edirne Kırmızısı……...…….34
2.2.1.1. Edirne Kırmızısı'nın Tarihsel Süreci……..36
2.2.1.2. Edirne Kırmızısı Renginin Ham Maddesi (Rubia tinctorum L. Bitkisi)…...……..…….....……44

BÖLÜM III

EDİRNE KIRMIZISI İLE İLGİLİ GÜNÜMÜZE KADAR YAPILAN ÇALIŞMALAR

3.1. Trakya Üniversitesi Tarafından Yapılan Çalışmalar.…….……50
3.1.1. "Andrinople Le Rouge Magnifique" İsimli Kitabın Trakya Üniversitesi Kütüphanesine Kazandırılması (2017)……..…..51
3.1.2. "1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu" (2020)……..52
3.1.3. Rubia tinctorum L. Kök Boya Bitkisi Yetiştirme Projesi (2020).…….53
3.1.4. Edirne Kırmızısı İnternet Sitesi (2020)…….55
3.1.5. Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması (2020)……..55
3.1.6. Edirne Kırmızısı Kumaş Koleksiyonu (2020)..... 56
3.1.7. "2. Uluslararası Kültür, Sanat ve Edebiyat Kongresi" (2021) 56
3.1.8. "Edirne Kırmızısı'nın Kent Kültüründeki Yeri ve Önemi" Semineri (2021)..... 57
3.1.9. "Reng-i Edirne" Markası (2021)..... 57
3.1.10. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün "Edirne Kırmızısı" Tez Kapağı Uygulaması (2021)..... 58
3.1.11. Diğer Çalışmalar 59
3.2. Edirne'deki Diğer Kurum ve Kuruluşlar Tarafından Yapılan Çalışmalar…….……...60
3.2.1. "Edirne'yi Keşfet" Etkinliği (2017)..... 61
3.2.2. Edirne Kırmızısı Çalıştayı (2018)..... 61
3.2.3. Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmaları ile Buluşma..... 67

3.2.4. Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği'nin Mulhouse Kentine "Edirne Kırmızısı" Ziyareti (2018) 68
3.2.4.1. Mulhouse Kenti Hakkında Genel Bilgi 69
3.2.5. Yerel Tarih Grubuna "Edirne Kırmızısı" Sunumu (2019) 69
3.2.6. "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" Tiyatro Gösterisi (2019) 70
3.2.7. Edirne Kırmızısı Renginde Boyanan Konak (2019) 71
3.2.8. İşletmelerde Edirne Kırmızısı Önlüğü (2019) 72
3.2.9. Kırklareli Olgunlaşma Enstitüsü'nün Çalışmaları (2019-2020) 72
3.2.10. "Edirne Kırmızısı" Romanı (2021) 73
3.2.11. "Uluslararası 6. Sınırsız Dostluk Yarı Maratonu"nun Teması: Edirne Kırmızısı (2021) 73

BÖLÜM IV

EDİRNE KIRMIZISI'NIN KENT KİMLİĞİNE VE TURİZME KAZANDIRILMASI İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı……..……...74
4.2. Araştırmanın Önemi…….……..75
4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları……..…76
4.4. Araştırmanın Yöntemi…….…...77
4.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi……...77
4.4.2. Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Süreci 78
4.4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği 81
4.4.4. Araştırmanın Verilerinin Analizi 81
4.5. Araştırmanın Bulguları……..81
4.5.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bulgular 82
4.5.2. Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Bulgular 84
4.5.3. Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Bulgular 86
4.5.4. Edirne Kırmızısı'na Ait İlk Tepkisel Bulgular 88
4.5.5. Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Bulgular 90
4.5.6. Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Ait Bulgular .. 92

4.5.7. Edirne Kırmızısı ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Bulgular..... 96
4.5.8. Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Önerilere Dair Bulgular..... 98
4.5.9. Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Bulgular..... 99
4.5.10. Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Bulgular..... 101

SONUÇ VE ÖNERİLER……104

KAYNAKÇA....……...106

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: İspanya'nın Kuzeyindeki Paleolitik Altamira Mağarası'nda Bir Resim... 29

Görsel 2: Çin'deki Yasak Şehir'de Bulunan Kırmızı Renkli Bir Kapı. 32

Görsel 3: Manchester Alayının 1914 Yılına Ait Üniforma...…….38

Görsel 4: Sanayi Topluluğu Kütüphanesi Koleksiyonu, Mulhouse / Fransa…….44

Görsel 5: *Rubia tinctorum L.* Bitkisi 455

Görsel 6: *Rubia tinctorum L.* Bitkisinin Çiçek Açmış Hali 46

Görsel 7: Hudut Gazetesi'nde Yayımlanan Yazı Dizisine Ait Gazete Kupürleri 49

Görsel 8: Fransızca Yazılan ve 1995 Yılında Yayımlanan "Andrinople Le Rouge Magnifque" İsimli Kitaba Ait Görsel..... 51

Görsel 9: Havsa Meslek Yüksekokulu'nda Yetiştirilerek Çoğaltılan *Rubia tinctorum L.* Bitkisinin Kökleri 54

Görsel 10: Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışmasının Kazananı Özkan Keçili'ye Ait Tasarım 56

Görsel 11: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri İçin Hazırlanan Kapak Tasarımı 59

Görsel 12: 15 Ocak 2018 Tarihinde Düzenlenen Edirne Kırmızısı Çalıştayına İlişkin Bir Görsel..... 62

Görsel 13: Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmalarının Temsilcileri ile Yapılan Toplantıdan Bir Görüntü 68

Görsel 14: "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" Tiyatro Gösterisinden Bir Sahne..... 70

Görsel 15: Otel İşletmecisi Gökhan Balta'ya Ait Olan ve Kaleiçi'nde Bulunan 1903 Yılında İnşa Edilen Konak. 72

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Edirne Kırmızısı'nın Ülkeler Arası Yayılmasını Gösteren Grafik.....…..43

Grafik 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı..……...…….…….....82

Grafik 3: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı……83

Grafik 4: Katılımcıların Çalıştıkları Sektörlere Göre Dağılımı…….……...…….84

Grafik 5: Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Cevapların Yüzdesi……..……...85

Grafik 6: Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Cevapların Yüzdesi…….……..…….……..…86

Grafik 7: Edirne Kırmızısı'na Dair İlk Tepkilere Ait Cevapların Yüzdesi……..….89

Grafik 8: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Verilen Cevapların Yüzdesi……...…….…….……90

Grafik 9: Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Verilen Cevapların Yüzdesi…….……....92

Grafik 10: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Verilen Cevapları Yüzdesi…….……..……96

Grafik 11: Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Önerilere Ait Cevapların Yüzdesi ……...……..……98

Grafik 12: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Verilen Cevapların Yüzdesi……..…….……...100

Grafik 13: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Verilen Cevapların Yüzdesi…….……..……...102

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Cevaplar 84

Şekil 2: Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Cevaplar.... 86

Şekil 3. Edirne Kırmızısı'na Dair İlk Tepkilere Ait Cevaplar 88

Şekil 4: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Verilen Cevaplar..... 90

Şekil 5: Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Ait Cevaplar..... 92

Şekil 6: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Cevaplar 96

Şekil 7: Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Öneriler 98

Şekil 8: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Verilen Cevaplar 100

Şekil 9: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Verilen Cevaplar 102

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Örnek İfadeler 85

Tablo 2. Edirne Kırmızısı'nın Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Örnek İfadeler 87

Tablo 3. Edirne Kırmızısı'nın İlk Duyulduğunda Verilen Tepkilere İlişkin Örnek İfadeler 89

Tablo 4: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine İlişkin Örnek İfadeler 91

Tablo 5. Edirne Kırmızısı'nın Ürün Çeşitliliği Hakkında Katılımcıların Verdikleri Cevaplar 93

Tablo 6: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterli Olup Olmadığına Dair Örnek İfadeler 97

Tablo 7: Edirne Kırmızısı ile İlgili Olumlu Tahminlere İlişkin Örnek İfadeler..... 101

Tablo 8: Edirne Kırmızısı ile İlgili Olumsuz Tahminlere İlişkin Örnek İfadeler ... 103

GİRİŞ

Turizm, günümüzde birçok kentin ekonomik, sosyal ve kültürel yönden gelişimine katkı sağlamaktadır. Turizmin önemli bileşenlerinden biri olan kent kimliği de bir kentteki turizm odaklı faaliyetlerin büyük bir bölümüne altyapı oluşturmaktadır. Günümüzde kimliğini korumayı başarmış ya da kendine yeni bir kimlik oluşturmuş kentler, turizm faaliyetlerinden önemli gelirler elde etmektedirler. Tarihi, doğal ve kültürel miras açısından oldukça zengin olan Edirne ili de belli bir kimliğe sahip olmakla birlikte turizm potansiyelinin yüksek olduğu kentlerin başında gelmektedir.

Jeopolitik konumu nedeniyle tarih boyunca Traklardan Osmanlılara kadar birçok medeniyetin izlerini taşıyan Edirne ili, önemli derecede tarihi ve kültürel birikime sahiptir. Tüm bu özellikler Edirne ilini seçkin bir turizm destinasyonu yapmakla birlikte Edirne iline kentsel anlamda bir kimlik de kazandırmaktadır. Köprüler, dini yapılar, hamamlar, çeşmeler, kervansaraylar gibi pek çok tarihi ve mimari eserin yer aldığı Edirne ili, Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Kakava ve Hıdrellez Şenlikleri gibi birçok kültürel değere de sahiptir. Bu kültürel değerlerden biri de Fransızca "Rouge d'Andrinople" ismiyle bilinen Edirne Kırmızısı'dır.

Avrupa'da ilk başta Türk Kırmızısı adıyla bilinen Edirne Kırmızısı, boyacılarıyla meşhur Edirne'den iki boyacının Fransa'ya götürülmesi sonucu önce Avrupa'da, sonra tüm dünyada büyük bir üne ulaşmıştır. Özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa tekstil piyasasının en önemli figürlerinden biri haline gelen Edirne Kırmızısı, gizemini usta çırak öğretisine dayalı olarak uzun yıllar korumayı başarmıştır. 2017 yılında Edirne'deki mahalli bir gazetede yayımlanan yazı dizisi sonrası yeniden gündeme gelen Edirne Kırmızısı, kültürel bir değer olarak kent hafızasına yeniden kazandırılmaya çalışılmaktadır

Bu araştırmada, kırmızı rengin bir türü olan Edirne Kırmızısı kavram olarak ele alınmıştır. Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine ve turizme kazandırılması amacıyla 2017 yılından itibaren çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yürütülen çalışmaların tespit edilmesi ve bu çalışmaların Edirne Kırmızısı'nın bilinirliğine olan etkilerinin ortaya konmasının amaçlandığı araştırmada ayrıca Edirne Kırmızısı'nın

Edirne ilinin kimliğine, turizmine, tanıtımına, kültürüne ve ekonomisine sürdürülebilir şekilde katkı sunması hedeflenmektedir. Kent kimliği ve kentsel turizm açısından ele alınan Edirne Kırmızısı'na ilişkin çalışmaların derlendiği bu araştırma, gelecekte yapılacak çalışmalara rehberlik etmesi açısından önem taşımaktadır.

Nitel olan bu çalışmada Edirne ilinde kent kimliği ve kentsel turizm kavramlarının gelişmesinde ve geliştirilmesinde yetkisi olan, Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışmalara aktif rol alan ve ileride yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülen katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Elde edilen bulgular katılımcıların görüşlerini yansıtan alıntılar ile desteklenerek Edirne Kırmızısı; bilinirlik, zaman, geleceğe yönelik olumlu ve olumsuz tahminler, ürün boyutunda değerlendirilmiştir. Toplanan veriler daha sonra MAXQDA 2020 nitel veri analiz programında analiz edilmiştir.

Araştırmanın birinci bölümünde kent, kent kimliği ve kentsel turizm kavramları; kent kimliğinin temel unsurları ve önemi, Edirne ilinin kent kimliği, tarihi, kültürel, doğal ve turistik varlıkları, gastronomik ögeleri, Edirne'nin turizm potansiyeli, tarihi ve coğrafi özellikleri ele alınmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde; renk kavramı, renklerin özellikleri, toplumsal boyutta renkler, kırmızı rengi ve çeşitleri, kırmızı renginin anlamı ve insan üzerindeki etkileri, *Rubia tinctorum L.* bitkisi, Edirne Kırmızısı ve Edirne Kırmızısı'nın tarihsel süreci irdelenmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise 2017 yılından itibaren çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından Edirne'de hayata geçirilen çalışmalar tespit edilmiştir. Bu çalışmalar, Trakya Üniversitesi tarafından ve diğer kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan çalışmalar olarak ikiye ayrılmıştır. Bu bölümde Trakya Üniversitesi tarafından yürütülen; "Andrinople Le Rouge Magnifique İsimli Kitabın Trakya Üniversitesi Kütüphanesine Kazandırılması", "1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu", "*Rubia tinctorum L.* Kök Boya Bitkisi Yetiştirme Projesi", "Edirne Kırmızısı İnternet Sitesi", "Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması", "Edirne Kırmızısı Kumaş Koleksiyonu", "2. Uluslararası Kültür, Sanat ve Edebiyat

Kongresi", "Edirne Kırmızısı'nın Kent Kültüründeki Yeri ve Önemi Semineri", "Reng-i Edirne Markası", "Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün Edirne Kırmızısı Tez Kapağı Uygulaması" ve "Diğer Çalışmalar" başlıklı çalışma ve faaliyetler incelenmiştir. Edirne'deki diğer kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan çalışmalar ise; "Edirne'yi Keşfet Etkinliği", "Edirne Kırmızısı Çalıştayı", "Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmaları ile Sunum", "Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği'nin Mulhouse Kentine Edirne Kırmızısı Ziyareti", "Yerel Tarih Grubuna Edirne Kırmızısı Sunumu", "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısı'nın Hikâyesi Tiyatro Gösterisi", "Edirne Kırmızısı Renginde Boyanan Konak", "İşletmelerde Edirne Kırmızısı Önlüğü", "Kırklareli Olgunlaşma Enstitüsü'nün Çalışmaları", "Edirne Kırmızısı Romanı" ve "Uluslararası 6. Sınırsız Dostluk Yarı Maratonunun Teması: Edirne Kırmızısı" başlıkları altında incelenmiştir.

BÖLÜM I

KENT KİMLİĞİ VE EDİRNE İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Bu bölümde kent kimliği kavramına değinilmiş olup kent kimliğinin tanımı, kent kimliğinin önemi ve kent kimliğinin temel unsurları kentsel turizm kavramıyla birlikte değerlendirilmiştir. Edirne ili kent kimliği ile Edirne ilinin tarihi ve coğrafi özelliklerinin araştırıldığı bu bölümde Edirne ilinin tarihi, kültürel, doğal, turistik ve gastronomik ögeleri incelenmiştir.

1.1. Kent Kimliği

Çalışmanın bu kısmında kent kimliğine değinilmiş olup kent kimliği kavramının kentsel turizmle olan ilişkisi incelenmiştir. Bu kısımda ayrıca kent kimliğinin önemine değinilmiş, kent kimliği kavramını oluşturan temel unsurlar araştırılmış, tarihi ve coğrafi özellikleri araştırılan Edirne ilinin tarihi, kültürel, doğal, turistik ve gastronomik ögeleri irdelenmiştir.

1.1.1. Kent Kimliği Kavramı

Kent kavramı her dönem farklı olarak yorumlanmıştır. Tarih boyunca birçok anlamla ifade edilen kent kavramı dinamik bir kavram olup gerek alanyazında gerekse mevzuat düzenlemelerinde her zaman geçerli olabilecek bir tanıma sahip olmamıştır (Karaman, 1998:5). Kent sözcüğü birçok dilde geçmişten günümüze değişik isimlerle kullanılmıştır. Latin dillerinde kullanılan "*civilization*" kelimesi, "kent" anlamı taşıyan "*civitas*"tan türemiştir. Arap kültüründe ise "yeni uygarlık" anlamı taşıyan "medeniyet" kelimesinin kökeni de günümüzde bir şehir ismi olarak kullanılan "*medine*"den gelmektedir (Erten, 1990:30-31; Keleş 1999:119). "Kent" sözcüğü tarih boyunca kavramsal olarak pek çok değişime uğramıştır. Geçmiş dönemde "*cite*", "*medine*", "*polis*" ve "kent" gibi birbiriyle ilintili olarak kullanılan kavramların yerini günümüzde "*city*", "*ville*", "*bourg*" ve "*urban*" gibi kelimeler almıştır (Topal, 2004:277).

"Kent" (*citta, cite* ve *ciudad*) sözcüğü Avrupa Kentsel Şartı'nda etimolojik olarak temel iki kavramı içermektedir. İlki; "yapısal, arkeolojik, topografik ve kent planlama açısından insan topluluklarının buluştuğu bir mekân" tanımıdır. Tereccani Italien Ansiklopedisi'nde ise "kent" sözcüğü, "toplum hayatının temel çekirdeği ve karakteristiğini oluşturan tarihi ve yasal bir oluşum" olarak tanımlanmıştır (Avrupa Kentsel Şartı, 1996:6). Akkoyunlu (2007) ise kent sözcüğünü, "toplumsal, siyasal, yönetsel ve ekonomik alanların bütün vatandaşlar için var olduğu bir yaşam alanı" şeklinde tanımlamaktadır.

Kent kavramı bir kentte yaşayan insanları çevreleyen ve onları etkileyen geniş bir kavramdır. Kent kavramını sadece fiziki çevre olarak belirtmek yeterli değildir çünkü kent aynı zamanda insanın davranış ve düşüncelerini de etkileyen farklı bir sosyal düzeni de ifade etmektedir (Kavruk, 2002). Kimlik kavramı ise bir kişi ya da nesnenin ayrımsanabilir özelliği olarak tanımlanmaktadır (Webster, 1983). Kent kimliği kavramı, kentlerin kültürel, folklorik, sembolik kodlarıyla tıpkı bir insan gibi bir kimliği olduğu anlamı taşımaktadır. Bir kentin bir kimliğe sahip olması, insanların o kenti özümsemeleri ve sahiplenmeleriyle alakalıdır. Bu bağlamda kent kimliği; kent imajını farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan, fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen, geçmişten geleceğe büyük bir süreci yansıtan bir bütünlük olarak açıklanabilir (Demirseren Çöl, 1998).

Ekonomik, kültürel ve çevresel birçok olumlu etkiye sahip olması nedeniyle pek çok ülke ve kent, turizm sektörünü geliştirmeyi hedeflemektedir (Boyacıoğlu, 2018:274). Daha fazla turist çekmek ve buna bağlı olarak turizmden gelir elde etmek adına kısa, orta ve uzun vadeli kalkınma planları oluşturan devletler, turizm faaliyetlerini geliştirmek amacıyla turizm potansiyeli yüksek olan kentlere altyapı ve üstyapı yatırımları yapmaktadır. Özellikle belli bir kimliğe sahip olan kentler yatırım konusunda daha büyük avantajlara sahip olabilmektedir. Günümüzde birçok ülke ve şehir, kalkınma planlarını hazırlarken turizm sektörüne geniş yer vermektedir. Kent kimliği kavramı da turizm faaliyetlerinin önemli bir unsuru olarak turizm sektöründe tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Bir kentin tarihi ve kültürel hafızasını yansıtan bir ifade olarak tanımlanabilecek olan kent kimliği, insanların bir kente yükledikleri

soyut bir kavramdır. Dolayısıyla kent kimliği kavramı, bir kentin ayrıştırıcı özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kent kimliği kavramını tanımlayan birçok terim mevcuttur. Sık kullanılan kavramlar arasında; "yer kimliği", "yer duygusu", "bir yerin imgesi", (Bell ve de-Shalit, 2011:3), "şehir kişiliği" (Landry ve Murray, 2017:2), "yer karakteri" (Berger, 2016:2) ve "maneviyat" yer almaktadır (Nientied, 2018:152). "Kent kimliği" kavramının önemi, dünyanın küreselleşmesiyle birlikte artmıştır. Küreselleşme nedeniyle ülkeler arasındaki sınırların kalkması, "kozmopolitizm" ve "dünya vatandaşlığı" kavramlarının doğmasına neden olmuştur. Her iki terim, "kent kimliği" kavramıyla çelişir gibi gözükse de insanların bir kenti daha çok benimsemesine yol açmıştır. Bu durum, "kendimizi dünya vatandaşı olarak mı görmeliyiz yoksa bir ülkeye ya da bir kente ait mi hissetmeliyiz?" sorularının yol açtığı siyasal, toplumsal ve duygusal formasyonlar doğurmuştur. Valera (1997) kentsel kimlik kavramını, "sosyal kentsel kimlik" olarak tanımlamıştır. Bir yerin sosyal özelliklerinin sembolik bir kentsel alan yaratmada özel bir rol oynadığını savunan Valera'ya göre, bir yerin "çevresel imaj yeteneği" ve "sosyal imaj yeteneği", o yerin belirli özelliklerini şekillendirebilir ve belirli anlamlar doğurabilir. Yani Valera; sosyal, davranışsal, ideolojik ve zamansal etkilerin bir bölgenin ya da çevrenin kimliğini etkileyebileceğini savunmuştur (Ziyaee, 2018:21-31).

Kent kimliğini oluşturan bileşenler, doğal yolla oluşan ya da insan eliyle yapılmış çevreden kaynaklı unsurlar olarak değerlendirilebilir. Doğal güzellikler, manzaralar, tarihi ve kültürel değerler, insan çevresini kuşatan önemli varlıklardır (Kaypak, 2010:375). Kentlerin topoğrafik durumu, iklim koşulları, bitki örtüsü ve genel konumu da kentlerin doğal çevreden kaynaklanan kimlik unsurlarıdır (Önem ve Kılınçaslan, 2005:116). Doğal, somut ve somut olmayan ve değerlerin yanı sıra ekonomik, sosyolojik ve kültürel faktörler de insan hareketlerinin başlangıç noktasını oluşturduğu gibi kent kimliği konusunda da belirleyici olabilmektedir. Kentin mimarisi, toplumun kültürel yapısı, yerel gelenekleri ve yaşam biçimi de kent kimliği kavramını şekillendiren unsurlar arasındadır (Suher, 1995). Kent kimliği kavramı; mimari, tanıtım, turizm gibi konularla ilişkilendirildiğinde daha büyük bir önem taşımaktadır. Bu da günümüzde kimliği olan kentlerin daha çok ziyaret edilerek

turistik anlamda ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bu sayede yerel halk da ekonomik anlamda ciddi kazanımlar elde etmektedir.

Kent kimliğini oluşturan önemli bileşenlerden biri de o kentte yaşanmış olaylardır. Buna kentsel hafıza da denilmektedir. Bir kentin hafızası, o kentte meydana gelmiş olayları kapsamaktadır. Bir kentte yaşanan olaylar o kentin hafızasını yansıtır. Yaşanan olaylar zamanla değerlenir ve bir birikime dönüşür. Bu birikim de nesilden nesle aktarılır. Sözlü olarak ve yazılı materyaller aracılığı ile kayıt altına alınan bu birikimler kente değer katar ve o kentte bir kimlik oluşmasına yardımcı olur. Bu sayede kentle özdeşleşen ürünler ve imgeler ortaya çıkar. Bir kentin kimliğinin oluşması sadece fiziki koşullara bağlı değildir. Toplumsal olaylar ve sosyolojik etkiler de önemlidir. Kimlik kavramı kentler açısından öncelikle görsel boyutuyla ön plana çıkan doğal, coğrafi, kültürel ürünler ve sosyal yaşam normlarını da kapsayan geniş bir tanımı içermektedir (Ulu ve Karakoç, 2004:59). Bir kentin kimliği, doğal çevresi ve kültürel birikiminin yanı sıra o kentte yaşananlarla bir bütün oluşturmakta ve yaşam biçimleri de buna katkıda bulunmaktadır. Kişiler toplumsal olarak birbirlerini karşılıklı etkileyerek kentin kimliğini oluştururlar. Toplum ve insan ilişkileri, kent kimliğinin sürekli olarak yeniden tanımlanmasını ya da üretilmesini gerektirmektedir (Kaypak, 2010:375).

Kişilerin bir kent hakkındaki düşüncesi ya da bir kente karşı hissettiği duygular farklıdır, çünkü insanlar kentlerle farklı bağlar kurabilmektedir. Bu bağın kurulmasında, bir kentin tarihi, kültürel kimliği ve mimarisinin yanı sıra o kentte yaşanan hatıralar da önemli bir etkendir. Bu nedenle bir kentin kimliğine ilişkin algılar da farklıdır. Bir kentin kimliği, o şehrin doğal ve kültürel değerleri, mimari eserleri ve ayrıca insan hikâyeleri ile şekillenmektedir. Bir kentin geçmişi, ev sahipliği yaptığı medeniyetler, yaşadığı savaşlar ve göçler o kentin kimliği hakkında bize önemli bilgiler sunmaktadır.

Bir kentin jeopolitik ve stratejik konumu da, kent kimliği oluşumunda belirleyici etken olmuştur. Edirne örneğinde olduğu gibi, bir kentin bir ya da birden fazla ülkeye sınır komşuluğu yapması, İstanbul örneğinde olduğu gibi bir kentin iki kıtaya yayılması, Bağdat, Halep ve yine İstanbul örneğinde olduğu gibi bir kentin

İpek Yolu üzerinde bulunması, o kentin kimliğine kültürel ve tarihsel olarak büyük kazanımlar sağlamaktadır.

Kent kimliği kısa sürede oluşan bir kavram değildir. Uzunca gözlemlenebilen bir süreci kapsamaktadır. Bir kentin kimliği tarihsel süreçle ilintili olmakla birlikte zaman içinde oluşur ve bu bağlamda değişim göstermektedir. Tarihi kentsel dokular, anılarla dolu olduğu için kuşaklar arasında manevi bir bağ kurmakta ve tarihi bilince kaynaklık etmektedir. Tarihi ve kültürel bir birikime sahip olan kentler farklı bileşenlerin de etkisiyle zamanla bir kimlik edinmektedirler. Bu kimlik, bir değişim içinde olan toplum ve insan ilişkilerinin yenilenmesini sağlamaktadır. Bu tanımlamalar ile kimlik kavramı geçmiş birikimleri ve bu birikimlerin yorumları ile yeni birikimleri de kapsamaktadır (Tekeli, 1990).

1.1.2. Kent Kimliğinin Önemi

Kentlerin imajı açısından büyük önem taşıyan kent kavramı dinamik bir kavram olup kent ve insan arasındaki bağı kuvvetlendirme açısından önemlidir. Bir kentin geçmişten günümüze hafızasını, kültürünü, tarihini ve birimini yansıtan kent kimliği kavramı, kentlerin geçmişi ile gelecekleri arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Geçmişte yaşanan olayları günümüze kadar taşıyan kent kimliği, kentlerin geleceğine de ışık tutmaktadır.

İnsan ile kent kavramı arasında birbirini besleyen bir ilişki söz konusudur. Belli bir birikimin yansıması olarak kentteki beşeri ve sosyal ilişkileri önemli derecede etkileyen insan ve kent arasındaki etkileşimler, kent kimliğinin oluşmasında önemli bir unsurdur. Ayrıca bir kentin sahip olduğu kimlik de o kentteki insanlar arasındaki etkileşimi olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bir kentteki gelenek ve görenekler, kültürel kimlik ve geçmişten günümüze ulaşan birtakım alışkanlıklar da insanların davranışlarını yansıtmaktadır.

Bir kentte yaşayan insanların birbirleriyle olan ilişkileri, farklılıkları, iletişim kurma halleri de o kentin kimliğine yansımaktadır. Farklı kimlik ve statüdeki insanların bir arada yaşaması kent kimliği kavramını etkilemektedir. Kentlerdeki kamusal alanlar, insanlar arası etkileşimin yaşandığı en önemli noktalardır. Kentsel

yaşamın hareketliliğini yansıtan cadde ve sokak gibi kamusal alanlar da kent kimliği kavramının oluşmasında ve sürdürülmesinde önemli birer etkendir. Dolayısıyla kent kavramı kadar bu kavramın güçlenmesine katkı sunan kamusal alanlar da bir kent için büyük önem taşımaktadır.

1.1.3. Kent Kimliğinin Temel Unsurları

Kent kimliği kavramının oluşumu uzun bir zaman dilimini kapsamaktadır. Kent kimliği kavramını oluşturan birçok etken vardır. Şendil'e (2017:30) göre bir kentin sahip olduğu doğal çevre ile insan eliyle biçimlendirilen kentin yapay çevresi, bir bütün içerisinde kent kimliğini oluşturmaktadır. İklim, bitki örtüsü, jeopolitik konum, fiziki ve coğrafi özellikler, bir kentin doğal çevreden kaynaklı kimlik unsurları arasında gösterilmektedir. Doğal çevreden kaynaklı kimlik unsurları kendine özgüdür ve bu durum kentlere özgün bir kimlik kazandırmaktadır.

Kentlerin toplumsal yapısı, gelenekleri, kültürel ve sanatsal etkinlikleri, insanların karışlıklı etkileşimleri kentin yapay çevresi hakkında bilgi vermektedir. Bir kentteki insanların inançları ve adetleri de toplumsal anlamda kimliği oluşturan etkenlerdir. Bireylerin ve toplumun sahip olduğu değerler, kent kimliğini oluşturan basamaklardır ve kentte uygulanan düzenlemeler, yapılı çevrenin oluşturduğu kimlik elemanlarıdır (Şendil, 2017:31). Toplumsal ilişkiler, bireylerin çevre ile olan iletişimine bağlı olarak sürekli değiştiği, geliştiği ve yeniden üretildiği için kent kimliği de yeniden tanımlanmaktadır (Önem ve Kılınçaslan, 2005:116). Kent kimliği aynı zamanda bireylerin dünya görüşlerini, estetik algılarını, kültüre yaklaşımlarını da yansıtmaktadır. Kentlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, kenti oluşturan toplulukların kültürel etkileşim içerisinde olmaları ve kentlere özgü niteliklerin devamlı olması gerekmektedir (Kaypak, 2010:378).

Edirne ilini örnek verecek olursak, Edirne'nin bir sınır kenti olması, yazları sıcak ve kurak, kışları ise soğuk geçen bir iklim yapısına sahip olması, coğrafi özellikleri, iklimsel koşullara bağlı olarak il genelinde yetişen zirai ürünler, Edirne'nin doğal çevreden kaynaklanan kent kimliği kazanımlarıdır. Ayrıca Edirne'nin geçmişten günümüze gelen gelenek ve görenekleri, toplumsal ve sosyal

olaylara bağlı olarak tanıklık ettiği göç ve mübadele olayları, farklı dönemlere ve uygarlıklara ait mimari ve kültürel ögeler barındırması da Edirne ilinin insan eliyle biçimlendirilen kentin yapay çevresini oluşturmaktadır.

1.1.4. Kentsel Turizm Kavramı

Bir kentin gelişmişlik düzeyi turistleri etkileyen önemli bir kriterdir. Turizm hareketlerinin artmasına olumlu yönde etki eden kentsel gelişim, bir kentin alt yapı ve üst yapı özelliklerinin yanı sıra taşıdığı tarihi ve kültürel birikim ile alakalıdır. Kentlerin, tarihi, kültürel, doğal, coğrafi özellikleri de çeşitli turizm faaliyetleri ile ziyaretçilere sunulmaktadır. Kentsel yaşam içinde birçok unsuru barındırmaktadır. Tarih, kültür, mimari, sportif faaliyetler, sanatsal etkinlikler, sosyal hayat, yeme içme gibi birçok unsur, kentsel yaşamı oluşturmaktadır. Kent turizmi ya da kentsel turizm son dönemde ilgi çekiciliği yeniden artan, turizmin en eski türlerinden biri olarak dikkat çekmektedir (İçellioğlu, 2014:42). Kentlerdeki turizm hareketleri çok eskilere dayanmakla birlikte Sümerlerden bu yana yaşanmaktadır (World Tourism Organization, 2012). Karski (1990) kent turizmini, Sümerlilerin kentleşme olgusunu doğurduğundan bu yana bir şekilde hayatımızda olduğunu belirtmektedir. 1990 yılında Avrupa'da faaliyet gösteren 835 turizm ofisine yapılan ve kent turizmi hakkındaki görüşlerinin alındığı bir anket çalışması, ilk kent turizmi çalışması olarak bilinmektedir ve çalışma sonunda kent turizmi, "kasaba ve kentlerde ziyaretçilere sunulan turizm faaliyetleri" şeklinde tanımlanmıştır (European Commission, 2000:21).

Teknolojinin gelişmesi, küreselleşme, seyahat özgürlüğünün artması, yeni yerler görme ve keşfetme arzusu, kentsel turizm hareketlerinin günümüzde yoğun olarak yaşanmasına sebep olmuştur. Bir kentteki turizm çeşitliliği ve turizm hareketleri o kentin gelişmesine neden olmaktadır. Turistler; turizm faaliyetlerinin ve sosyal aktivitelerin yoğun olduğu, kentsel hafızanın ve kültürel mirasın korunduğu şehirlere ilgi duymaktadır. Bir kentin gelişmişlik seviyesi de turistlerin dikkatini çeken unsurlardan biridir. Bu gibi nedenlerden ötürü çekim merkezi olan şehirler turistik hareketlerin de yoğun olduğu şehirlerdir.

Kentsel turizm, alternatif turizm türlerinden biri olmakla birlikte bir kentin sosyal ve kültürel hayatı hakkında bilgi edinmemizi sağlamaktadır. Bölgesel gelişim ve istihdam açısından da kente fayda sağlayan kentsel turizmin en önemli özelliklerinden biri, turistlere ve ziyaretçilere farklı deneyim imkânları sunmasıdır. (Europian Commision, 2000; Dinçer, 1993). Bir kentin mimarisi, gastronomisi, sanatsal ve kültürel etkinlikleri, tarihi birikimi ve kültürel yapısı, insanları kentsel turizm deneyimine yönlendirmektedir. Dolayısıyla kentsel turizmi diğer turizm çeşitlerinden ayıran özelliklerin başında, ziyaretçilere sunulan farklı ürün ve hizmetleri içermesi gelmektedir (Özer, 2016:50).

Özellikle yerel yönetimler, bir kentteki turistik ürünlerin çeşitliliğinin ve turizm faaliyetlerinin artması ve var olan çeşitliliği ve hareketliliği artırmak için birtakım kalkınma planları düzenlemektedirler. Bu durum ziyaretçi kadar o kentte yaşayan halk için de büyük yarar sağlamaktadır. Ziyaretçilere kaliteli bir hizmetin sunulması, kente gelen ziyaretçi sayısında artış sağladığı gibi kentteki günlük yaşam kalitesini de artırmaktadır. Hem ekonomik hem de kültürel açıdan bir kent için büyük bir kazanım olan kentsel turizm faaliyetleri bir kentin büyümesine ve gelişmesine olumlu katkı sağlamaktadır.

Kentsel turizm, hem sosyo-ekonomik konularla ilişkilidir hem de alt yapı ve üstyapı yatırımlarına ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle kentsel turizm kavramı kamu otoritelerinin katılımını gerektiren bir konu olup kamu fonlarının nereye ve nasıl yatırılacağı konularını da kapsamaktadır (The Urban Land Institute, 2003). Bir kentteki turizm faaliyetlerinin artması o şehre yapılan yatırımların artmasına neden olur. Bu durum, yerel yönetimleri yeni projeler üretmeye mecbur kılmaktadır. Bu konuda halk ve yerel yönetim, siyasi otoriteyi de kullanarak devlet imkânlarının o kente ulaştırılmasını talep eder. Kentte yaşayanların yanı sıra kentteki sivil toplum kuruluşları da turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi adına çalışmalar yaparak projeler üretmektedir. Bu durum turist, kamu, üniversite, sivil toplum ve yerel halk iş birliğini zorunlu kılmaktadır. Bu tür iş birliktelikleri kentteki turizm faaliyetlerinin planlı ve koordineli bir şekilde ilerlemesini sağlamaktadır. Bu da kentsel turizm deneyimi yaşamak isteyen turist ve ziyaretçileri o kente yöneltecek nedenler arasında gösterilmektedir.

1.1.5. Edirne İli ve Edirne İlinin Kent Kimliği

Edirne ili, "kent kimliği" kavramının özelliklerini taşıyan şehirlerin başında gelmektedir. Çok sayıda göç olayı ve mübadelenin yanı sıra yakın sayılabilecek bir tarihte Birinci ve İkinci Balkan savaşlarının yaşandığı Edirne ili, jeopolitik olarak da önemli bir konumdadır. Avrupa Birliği üyesi iki ülkeye sınır komşusu olan Edirne ili ayrıca UNESCO Kültür Mirası Listesi'nden somut ve somut olmayan eserlere sahiptir. Tüm bu özellikler Edirne iline kültürel anlamda bir derinlik kattığı gibi kent kimliği de kazandırmaktadır.

Bir kentin kimliğinin oluşmasında doğal özellikler ve mimari yapılar da ön plana çıkmaktadır. Meriç, Tunca ve Arda nehirleri, İzzet Arseven Edirne Kent Ormanı, Sarayiçi'nde bulunan Tavuk Ormanı gibi doğal alanlar Edirne ilinin doğal kimlik elemanları arasında yer almaktadır. Kent kimliğinde somut bileşenlerin yanı sıra soyut bileşenler de belirleyici etkendir. UNESCO'nun Somut Olmayan Kültür Mirası Listesinde yer alan Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri de Edirne'nin kimliğini oluşturan kültürel bileşenlerden biridir. Öte yandan bir kentteki türküler, halk dili, bu halk dilinde kullanılan şive, birtakım inanışlar ve gelenekler de kent kimliğinin oluşmasına büyük katkılar sağlamaktadır. Trakya ve Balkanlar coğrafyası için geçmişten günümüze önemini yitirmeyen Edirne'de yerel halkın "h" harflerini söylememesi, günlük konuşma diline bazı kelimeler eklemesi ve kendine özgü bir aksan oluşturmasını da Edirne'nin kent kimliğinin yansımaları olarak gösterilebilir.

Edirne ili, Cumhuriyetin ilk yıllarına kadar Türk ve Müslümanların yanı sıra Yahudiler, Ermeniler, Rumlar, Pomaklar, Bulgarlar, Romanlar gibi pek çok farklı dine ve millete mensup toplulukların bir arada yaşadığı bir şehir olmuştur. Şalom Gazetesi'nde yer alan "Mevcudu kalmamış bir Yahudi Cemaati: Edirne" başlıklı makalede 1943 yılında Edirne'de iki bin civarında Yahudi cemaatine mensup insanın yaşadığı belirtilmektedir (Besalel, 2015).

Günümüzde Yunanistan ve Bulgaristan gibi Avrupa Birliği üyesi iki ülkeye sınır komşuluğu yapan Edirne ili, Asya ve Avrupa kıtaları arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Bu durum, Edirne ilini jeopolitik ve stratejik açıdan önemli bir

konumlamaya dâhil etmektedir ve Edirne iline bir sınır kenti kimliği kazandırmaktadır. Osmanlı Devleti'ne uzun yıllar başkentlik yapması, kültürel boyutlu en eski spor organizasyonları arasında gösterilen Kırkpınar Yağlı Güreşlerine 6,5 asırdan fazla ev sahipliği yapması da Edirne iline kültürel kimlik anlamında önemli bir değer katmaktadır. Ayrıca içinden üç nehrin geçmesi, başta Osmanlı dönemine ait olmak üzere bünyesinde pek çok medeniyetten tarihi ve mimari eser bulundurması da Edirne ilinin kent kimliği açısından önemlidir.

Edirne ilinin kent kimliğine sahip olması marka imajına da olumlu yansımaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'de belli bir turizm potansiyeli olan kentlerin planlı bir şekilde markalaşması ve bu kentlerde turizm stratejisi oluşturulması için 2007-2013 yıllarını kapsayan "Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Turizm Stratejisi Marka Kent Eylem Planı" oluşturmuştur. Eylem planı kapsamında Ankara, Antalya, İzmir ve İstanbul illerinde kent turizminin canlandırılması hedeflenmiştir. Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illeri ise kültür turizminin canlandırılacağı marka kentler olarak belirlenmiştir. Toplam 15 kentten oluşan listede Edirne ilinin de yer alması kentteki markalaşma çalışmalarını hızlandırmış ve turizm faaliyetlerini de artırmıştır. Edirne'nin coğrafi yapısı, stratejik konumu, zengin bir kültürel birikime ve değerlere sahip olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapması Edirne ilinin marka bileşenlerinin temelini oluşturmaktadır (Gönenç Güler, 2018:11).

1.2.1. Edirne İli Tarihi

Anadolu ile Balkanları birbirine bağlayan geçiş yolu üzerinde bulunan Edirne ili, hem jeopolitik hem de kültürel açıdan önemli bir kent merkezi konumundadır. Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan güzergâhta bulunan Edirne; göç, istila, ticaret ve kültür alışverişi gibi her türlü etkileşimin yaşandığı önemli bir coğrafyadır (Erdoğdu, 1998). Edirne coğrafyası, bölgede bilinen en eski ahali Trak kabilelerinden Odrisler ve Bettegeriler tarafından iskân edilmiştir (Mansel, 1965). Odrisler zamanında *Odris* veya *Odrisia* olarak bilinen şehrin varoşlarına *Connoi*

(Kansu, 1993) denilmiş; Makedonyalılar döneminde ise şehrin adı *Orestia* / *Orestias* olarak değişmiştir (Akpınar, 1998).

Erken Orta Çağ'da bir Roma kalesi olarak ön plana çıkan ve stratejik konumu ile yükselerek tarihi bir önem kazanan Edirne her medeniyet döneminde önemini korumuştur. Milattan Önce Aka ve eski Grek hâkimiyeti altında kalan ancak daha sonra *Odrisia* adıyla ilk Trak devletini kuran Odrislerin hâkimiyetine giren Edirne, Milattan Sonraki yıllarda Peçenek ve Kumanların saldırısına uğramıştır (Diktaş, 2008:9). Uzun süre Bizans İmparatorluğu kontrolünde kalan ve Latin İmparatorluğu'nun 1261 yılında yıkılması sonrasında Bulgarların yönetimine giren Edirne, kaynaklara göre 1361-1371 yılları arasında değişiklik gösteren süreçte Osmanlı İmparatorluğu topraklarına katılmıştır (İnalcık, 1964). Osmanlı himayesine geçtikten sonra hem fizikî açıdan hem de nüfus yönünden hızlı bir gelişme içerisine giren Edirne sonraki dönemde Osmanlı Devleti'ne başkentlik yapmıştır. 1453'te İstanbul'un fethedilerek yeni başkent yapılmasından sonra dahi önemini yitirmeyen Edirne, idari ve ticari merkez olarak kalmaya devam etmiştir. Zamanla Osmanlıların en önemli şehirleri arasında giren Edirne çok kısa bir sürede Osmanlının en kalabalık şehirlerden biri haline gelmiştir.

Edirne, 18. yüzyıl ve sonrasında zor zamanlar geçirmiştir. Deprem ve yangınlarla sarsılan şehir 1828-29 yılındaki Osmanlı-Rus harbiyle ilk yabancı işgalini yaşamıştır. 93 Harbi'nde Edirne Vilayeti hem göç veren hem de göç alan bir bölge olma özelliğini korumuştur (Gürgen, 2019:2338). Sonraki yıllarda Balkan Savaşları nedeniyle de şehirde işgal, istila ve göç olayları yaşanmıştır. 1912-1913 yılları arasında Bulgarlar tarafından işgal edilen şehir savaş sonrası Bulgaristan'a verilse de İkinci Balkan Savaşı sonrası tekrardan Türk hâkimiyetine katılmıştır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun Birinci Dünya Savaşından yenilgiyle çıkması sonrası Temmuz 1920'de Yunan işgaline uğrayan Edirne, 25 Kasım 1922'de nihai olarak Türk egemenliğine girmiştir. Lozan Antlaşması ile Yunanistan'dan savaş tazminatı olarak geri alınan Karaağaç'ın 15 Eylül 1923 tarihinde Türkiye'ye katılması sonucu bugünkü sınırlarını alan Edirne ili bir sınır kenti olarak Türkiye Cumhuriyeti'nin 81 vilayetinden biridir. Lozan Antlaşması anısına inşa edilen Lozan

Anıtı ise günümüzde Güzel Sanatlar Fakültesi olarak kullanılan Trakya Üniversitesi Karaağaç Yerleşkesinde yer almakta ve kentin en çok ziyaret edilen noktalarından biri konumundadır.

1.2.2. Edirne İli Coğrafi Özellikleri

Edirne, Türkiye'nin yedi bölgesinden biri olan Marmara Bölgesinde, Trakya bölümünün en batı kesiminde yer alan, Avrupa Birliği üyesi olan Yunanistan ve Bulgaristan ülkelerine sınır komşuluğu yapan bir ildir. 2020 yılı itibariyle ilçe, belde ve köyleriyle birlikte 407 bin 763 nüfusa sahip olan Edirne ilinin yüzölçümü 6 bin 98 km²'dir (Edirne Valiliği). Merkez ilçesinin yanı sıra Keşan, Uzunköprü, İpsala, Havsa, Süloğlu, Enez, Meriç ve Lalapaşa ilçeleri bulunan Edirne'nin köy sayısı ise 253'tür. Kuzeyinde Bulgaristan, doğusunda Kırklareli ve Tekirdağ illeri, güneyinde Çanakkale ili ve batısında ise Yunanistan ile komşu olan Edirne, üç il ile toplamda 201 kilometrelik mülki sınıra sahiptir. Saros Körfezi'nde 75 kilometrelik sahil şeridine sahip Edirne ili Yunanistan ile 204, Bulgaristan ile 88 olmak üzere toplam 292 kilometrelik milli sınıra sahiptir.

Coğrafi olarak genellikle geniş düzlük ve basık tepelerden oluşan Edirne ilinin büyük bir kısmı ovalarla kaplıdır. İpsala, Meriç, Kazanova ve Ergene gibi verimli ovalara sahip ilde ağırlıklı olarak ayçiçeği, çeltik ve buğday ekimi yapılmaktadır. Ortalama rakımı 41 metre olan Edirne ilinin en önemli akarsuyu, Yunanistan ile Türkiye'nin doğal sınırını oluşturan 185 kilometre uzunluğundaki Meriç Nehri'dir. 300 metre uzunluğa sahip Arda Nehri, 56 kilometre uzunluğundaki Tunca Nehri ve 72 kilometre uzunluğundaki Ergene Nehri, Edirne il sınırları içerisinde birleşip Meriç Nehri'ne katılmaktadır. Enez, Lalapaşa ve Süloğlu ilçeleri daha yoğun olmakla birlikte il genelinde ormanlık alanlar mevcuttur. Ağırlıklı olarak çam, meşe ve ardıç ağaçları, nehirler boyunca ise kavak ağacı bulunmaktadır (Edirne Valiliği).

Edirne ilinde toplam altı gümrük kapısı mevcuttur. Bunlardan ikisi demiryolu, dördü ise karayolu gümrük kapısıdır. Avrupa'nın en büyük kara gümrük kapısı olan Kapıkule gümrük kapısı, araç yoğunluğunun en fazla olduğu gümrük

kapısıdır (Habertürk Gazetesi, 2020). Uzunköprü'de bulunan demiryolu gümrük kapısı ise gümümüzde aktif değildir.

1.2.3. Edirne İli Turizm Potansiyeli

Günümüzde turizm hareketliliği açısından rekabette olan kentler, daha çok turist çekmeyi hedeflemektedir. Bu da kentlerdeki tarihi, kültürel ve doğal mirasın bilinçli bir şekilde korunmasına ve yenilenmesine yol açmaktadır. Turizm faaliyetlerinden pay kapma yarışında olan şehirler yeni aktivite ve sosyal organizasyonlar düzenleyerek turizm potansiyellerini turizm çeşitliliğine kazandırmaya çalışmaktadır.

Edirne, ziyaretçi sayısı bakımından Türkiye'nin en turist çeken kentleri arasında gelmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2019 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 51,7 milyon turistten 14.9 milyonu İstanbul'u, 14.6 milyonu Antalya'yı, 4.3 milyonu da Edirne'yi ziyaret etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 yılında belirlediği 15 marka kentten biri olan Edirne, çok sayıda tarihi, doğal, kültüre ve mimari eseriyle her geçen yıl marka değerini yükseltmekte ve buna bağlı olarak turist sayısını artırmaktadır.

Edirne, geçmişten günümüze kadar farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmasından ötürü çok zengin tarihi ve kültürel bir birikime sahiptir. Osmanlılara 92 yıl başkentlik yapan ve payitahtın İstanbul'a taşınması sonrasında da önemini yitirmeyen Edirne, çok sayıda Osmanlı eserine ev sahipliği yapmaktadır. Bünyesinde çok sayıda somut ve somut olmayan değer barındıran Edirne; UNESCO'ya dâhil edilen eserlerinin yanı sıra geçici listede bulunan eserleriyle ve coğrafi konumuyla turistik faaliyetler açısından geniş bir potansiyele sahiptir. Edirne'nin iki ülkeye sınır komşuluğu yapmasının yanı sıra İstanbul'a yakınlığı ve Türkiye'nin üç denizine eşit mesafede oluşu, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Buna ilişkin olarak yerel yönetimlerin ve üniversitenin, kentteki turistik ögelerin sürdürülebilir bir şekilde kent turizmine kazandırılması konusunda çalışmaları devam etmektedir.

Edirne ilinin marka bileşenlerinin temelini; kentin coğrafi yapısı, zengin tarihi, farklı kültürel değerlere sahip olması, çeşitli medeniyetlere ev sahipliği

yapması, zengin el sanatları ve mutfak kültürünün bulunması gibi unsurlar oluşturmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında 2007 yılında "Marka Kentler" arasına dâhil edilen Edirne'nin UNESCO miras listesindeki değerleri, Edirne'deki kentsel turizm faaliyetlerini canlandırmıştır. 2010 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesine dâhil edilen Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali'nin ardından 2011 yılında Selimiye Camii ve Külliyesi UNESCO Dünya Kültürel Mirası Listesine girmiştir. 2015 yılında Uzunköprü'nün, 2016 yılında ise Sultan İkinci Bayezid Külliyesi'nin UNESCO Dünya Kültürel Miras Geçici Listesine dâhil edilmesiyle birlikte Edirne ilinin marka değeri daha da artmıştır. Ayrıca, *Euromonitor International*'ın "Dünyanın en çok turist alan 100 şehri" raporunda Edirne ilinin de bulunması kentin uluslararası anlamda önemli destinasyonlardan biri haline gelmesine katkıda bulunmuştur (Gönenç Güler, 2018:16-17).

Edirne ili bir dönem Osmanlı Devleti'ne başkentlik yapması nedeniyle cami, çarşı, han, hamam gibi çok sayıda tarihi eserlerle çevrilidir. Kent genelinde Osmanlı'dan izler taşıyan pek çok eser bulunmaktadır. Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali'nin 2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine, Selimiye Camii ve Külliyesi'nin de 2011 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine dâhil edilmesiyle Edirne'nin kent kimliği gelişmiş, kentsel turizm beklentileri de artmıştır.

Köklü bir tarihi geçmişe sahip olan Edirne ilinde yıllarca korunarak günümüze ulaşmayı başarabilmiş mimari eserlerin büyük çoğunluğu Osmanlı dönemine aittir. Edirne ilinin bir asra yakın Osmanlı Devleti'ne başkentlik yapmasında bu durumun payı oldukça büyüktür. Çoğunluğu Osmanlı dönemine ait olmak üzere bünyesinde yüzlerce tarihi eser barındıran Edirne, turizm faaliyetleriyle ön plana çıkan bir şehir konumundadır. Edirne, payitahtlığın 1453'teki fetihle birlikte İstanbul'a geçmesinden sonra da devlet yönetimindeki önemini yitirmemiştir. Birçok medeniyetten izler taşıyan Edirne'de en çok ziyaret edilen yerlerin başında 2011 yılında UNESCO'nun Dünya Kültür Mirası Listesine giren Selimiye Cami ve 2016 yılında UNESCO Dünya Kültür Mirası Geçici Listesine dâhil edilen Sultan II. Bayezid Külliyesi gelmektedir. Diğer önemli eserler arasında ise Üç Şerefeli Cami,

Eski Cami, Muradiye Cami, Rüstempaşa Kervansarayı, Makedonya Saat Kulesi, Ekmekçizade Ahmet Paşa Kervansarayı, Mecidiye Köprüsü (Meriç), Ekmekçizade Ahmet Paşa Köprüsü (Tunca), Yalnızgöz Köprüsü örnek olarak gösterilmektedir.

Edirne, uzun yıllar Türk-İslam devleti olmasına rağmen farklı din, mezhep ve düşünceye sahip topluluklara hoşgörüyle davranıldığı bir kent kimliğine sahiptir. Üç semavi dine ait dini yapıların yanı sıra bütün insanlığın ruhani birliğini vurgulayan tek tanrılı bir din olan Bahailiğe ait bir yapının da bulunduğu Edirne'nin bazı köylerinde Alevi-Bektaşi kültürünün izlerine rastlanmaktadır. Farklı din ve inançlara ait tüm bu yapılar Edirne'yi inanç turizmi açısından bir çekim noktası haline getirmektedir.

Birçok medeniyete ev sahipliği yapan Edirne ili özellikle Osmanlı Devleti döneminden kalan çok sayıda tarihi ve kültürel varlığa sahiptir. Camiler, köprüler, tarihi çarşılar, kervansaraylar bunlardan bazılarıdır. Mimar Sinan'ın "ustalık eseri" olarak bilinen Selimiye Cami başta olmak üzere Üç Şerefeli Cami, Eski Camii, Dar'ül Hadis Camisi ve Muradiye Cami, Edirne'deki en önemli Osmanlı yapısı camilerden başlıca olanlarıdır. Kentin içinden geçen Meriç ve Tunca nehirleri üzerine yapılan köprülerden olan Meriç (Mecidiye) Köprüsü, Tunca (Ekmekçizade Ahmet Paşa) Köprüsü, Gazimihal (Hamidiye) Köprüsü, Saraçhane (Şahabettin Paşa) Köprüsü, II. Beyazıt Köprüsü, Yıldırım Köprüsü, Kanuni Sultan Köprüsü, Fatih Köprüsü ve Yalnızgöz Köprüsü'nün yanında Uzunköprü ilçesindeki Uzunköprü (Cisr-i Ergene Köprüsü), Edirne'deki tarihi köprülere örnek gösterilebilir. Selimiye Arastası-Kavaflar Çarşısı, Bedesten Çarşısı ve Ali Paşa Çarşısının yanı sıra Rüstem Paşa Kervansarayı, Devecihan Kervansarayı ve Ekmekçizade Ahmet Paşa Kervansarayı da günümüzde kullanılmaya devam eden Osmanlı dönemi yapılarıdır.

Edirne ili inanç turizmi açısından da önemli eserlere ev sahipliği yapmaktadır. Günümüzde sosyal ve kültürel etkinliklere ev sahipliği yapan Konstantin-Helena Kilisesi ve İtalyan Katolik Kilisesi ile ibadete açık olan Sweti Georgi-Bulgar Kilisesinin yanı sıra Büyük Sinagog ve Bahai Evi (Beyaz Ev) kentteki hoşgörüyü temsil eden yapılan olarak dikkat çekmektedir.

Edirne ili müze ve anıtlar bakımından da zengin bir şehirdir. Lozan Anıtı, Milli Mücadele ve Lozan Müzesi, İlhan Koman Resim ve Heykel Müzesi, Şükrü Paşa Anıtı, Balkan Savaşı Müzesi, Sultan İkinci Bayezid Külliyesi'nde bulunan Sağlık Müzesi ve İmaret Müzesi, Edirne Belediyesi tarafından kent hayatına kazandırılan Edirne Kent Müzesi, özel müze statüsündeki Osman İnci Müzesi, Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Türk İslam Eserleri Müzesi, Uzunköprü Kent Müzesi ve Necmi İğe Evi, Edirne ilinde ziyaret edilebilecek müze ve anıtlar arasında yer almaktadır.

Edirne'nin en çok turist çeken noktalarından biri de Sultan II. Bayezid'in 1488 yılında inşa ettirdiği, Darüşşifa ve Tıp Medresesidir. Döneminin en önemli sağlık kurumlarından biri olan külliyenin bugün bünyesinde Sağlık Müzesi, İmaret Müzesi, medrese, cami, tabhane, kiler, fodlahane ve aş evi bulunmaktadır. 2004 yılında "Avrupa Konseyi Avrupa Müze Ödülü" alan Sultan İkinci Bayezid Külliyesi, 2016 yılında UNESCO Dünya Kültür Mirası Geçici Listesine aday olarak girmiştir. Külliye bünyesinde bulunan Sağlık Müzesi ise 2007 yılında "Kültür Mirasındaki En İyiler" ödülü ile "Mükemmellik Kulübü En İyi Sunum Ödülü"ne layık görülmüştür.

1.2.3.1. Edirne İlinin Doğal ve Turistik Varlıkları

Edirne ilinin güney bölgesinde Saros Körfezi bulunmaktadır. Çanakkale ve Edirne il sınırlarını kapsayan Saros Körfezi dünyada kendi kendini temizlediği iddia edilen üç körfezden biridir. Körfezde kendi kendini temizlemesine olanak tanıyan dip ve yüzey akıntılarına rastlanmaktadır. Yılda üç defa ve aynı zamanda olmak üzere Şubat, Nisan ve Temmuz aylarının 15. veya 18. günü başlayıp, 25. veya 28. günü sona eren tabandaki soğuk su ve yüzeydeki sıcak suyun yarattığı akıntılar körfezi temizlemektedir (Yaşar, 2011:40). Edirne ilinin Keşan ve Enez ilçe sınırlarını kapsayan Saros Körfezi, geniş kumsallara ve koylara sahiptir ve deniz turizmi açısından oldukça elverişlidir. Özellikle Enez ilçe merkezine bağlı yazlık villalar bölgesi, Sultaniçe ve Gülçavuş köylerinin sahil şeridi ile Keşan ilçesi sınırlarında bulunan Erikli, Mecidiye ve Yayla köylerinin sahil şeridi yaz aylarında çok sayıda tatilciyi ağırlamaktadır. Saros Körfezi kıyıları deniz turizmine elverişli olduğu kadar

kamp, doğa sporları, dalış, sörf ve yelkencilik sporları için de önemli bir konumdadır.

Edirne, doğa sporuyla uğraşanlar için de oldukça elverişli imkânlar sunmaktadır. Doğa yürüyüşü, bisiklet ve kano sporuna uygun lokasyonların yer aldığı kentte bu spor dallarının gelişmesinde Edirne Doğa Sporları Kulübü Derneğinin etkisi büyüktür. Kent merkezindeki Meriç, Tunca ve Arda nehirlerinde 2012 yılından itibaren kano etkinlikleri düzenleyen dernek günümüzde halen Saros Körfezi'nin yanı sıra Trakya genelindeki deniz, göl ve akarsularda kano faaliyetlerine devam etmektedir. Edirne'nin Enez ve İpsala ilçeleri sınırında yer alan Gala Gölü ve Milli Park Alanı her yıl göç mevsiminde yüzlerce kuşa ev sahipliği yapmaktadır. Biyo-çeşitlilik açısından oldukça farklı deneyimler sunan Gala Gölü ve Milli Park Alanı doğa yürüyüşü, fotoğrafçılık ve kuş gözlemciliği tutkunları gibi özel ilgi turistleri için çekim noktasıdır.

Geniş düzlüklere sahip ve birbirine yakın köylerin bulunduğu Edirne bisiklet sporu için de uygundur. Edirne'deki sürdürülebilir alternatif turizm faaliyetlerine örnek gösterilebilecek ve bisiklet turizminin gelişmesine katkısı olacak önemli projelerden biri de "Sultanlar Yolu" projesidir. 2009 yılında tasarlanan, Hollanda'dan başlayan ve Kanuni Sultan Süleyman'ın 1. ve 2. Viyana seferleri sırasında izlenen güzergâh üzerinde yer alan "Sultanlar Yolu", Avrupalı bisikletlilere farklı bir deneyim sunmaktadır (Çakır, 2013). Viyana'dan İstanbul'a kadar uzanan ve toplam 2 bin 200 kilometre uzunluğundaki tematik güzergâh, Orta Avrupa'nın yanı sıra Balkanlar, Türkiye Trakya'sı ve İstanbul'un güzelliklerini bisiklet severlere sunmaktadır. Aynı zamanda doğa yürüyüşçüler tarafından da tercih edilen uzun güzergâh; sırasıyla Avusturya, Slovakya, Macaristan, Hırvatistan, Sırbistan, Bulgaristan, Yunanistan ve Türkiye'den geçmektedir. Klasik bisiklet rotalarından farklı olarak tarihsel boyutu ile öne çıkan Sultanlar Yolu, 1529 yılında Topkapı Sarayı'ndan sefere çıkan Kanuni Sultan Süleyman'ın Viyana yakınlarındaki *Simmering* Köyü'ne ulaşan yolculuğuna işaret etmektedir. Toplamda 8 ülkeyi kapsayan rota, Türkiye'den de Edirne, Tekirdağ, Kırklareli ve İstanbul'dan geçmektedir. Edirne Doğa Sporları Kulübü (EDOSK) ile 2010 yılında yapılan iş birliği kapsamında uluslararası standartlara uygun olarak işaretlemesi yapılan yolun

Türkiye sınırları içerisinde yer alan bölümü, Trakya'daki doğa sporları ve bisiklet kulüpleri tarafından büyük ilgi görmektedir. 2005 yılında Edirne merkezde kurulan Edirne Doğa Sporları Kulübü Derneği başta olmak üzere birçok dernek ve kulüp, yılın belirli dönemlerinde Sultanlar Yolu'nun Türkiye sınırları içerisinde günübirlik bisiklet turu ve doğa yürüyüşleri organize etmektedir.

Diğer yandan Edirne kent merkezinde bulunan Kaleiçi ve Karaağaç Mahallesi de Edirne'nin var olan turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır. Bir dönem Türk-Müslüman, Yahudi, Rum ve Ermenilerin bir arada yaşadığı Kaleiçi'nde bugün hala Osmanlı dönemine ait sivil mimarlık örneği taş ve ahşap konaklar bulunmaktadır. Balkan Savaşları ve kurtuluş mücadelesinde önemli bir yeri olan Karaağaç da günümüzde turist ve ziyaretçilerin en çok uğradığı noktalardan biridir.

Edirne ilinde yıl içinde çok sayıda kültürel etkinlikler yapılmaktadır. Küresel salgın nedeniyle 2020 yılında organizasyonu yapılmayan ve 660 yıllık bir geçmişte sahip Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali de Türk spor tarihinin ve Türk kültürünün temsil edildiği en önemli organizasyonlardan biridir. Her yıl 5-6 Mayıs tarihlerinde organize edilen, baharın gelişini simgeleyen Hıdrellez ve Kakava Festivali de kentteki en önemli sosyal ve kültürel etkinlikler arasında gösterilmektedir. Ayrıca Meriç, Tunca, Arda ve Ergene nehirleri de rekreasyon ve özel ilgi turizmine örnek gösterilmektedir.

Edirne ilinin ilçelerinde de çok sayıda festival ve çeşitli organizasyonlar düzenlenmektedir. Belirli dönemlerde düzenlenen Lalapaşa Yağlı Güreşleri, Keşan Kültür ve Turizm Festivali, Erikli Müzik Festivali, Türkiye Wind Surf Şampiyonası, Uzunköprü Kültür Sanat ve Tarım Festivali, İpsala Çeltik Kültür ve Sanat Festivali ile Enez Av ve Balık Festivali bu organizasyonlar için örnek gösterilebilir.

Bir bölümü Edirne ilinin Keşan ve Enez ilçe sınırları içerisinde yer alan Saros Körfezi, kentteki deniz turizmi faaliyetlerinin yapıldığı bir bölgedir. Keşan ve Enez ilçesi sahil şeridinde yer alan çok sayıda yerleşim, her yıl on binlerce turist çekmektedir. Ayrıca Enez ilçesinde bulunan kazı alanında yer alan Enez Kalesi, Kral Kızı Bazilikası, Has Yunus Türbesi, Küçük Ayasofya Kilisesi (Enez Fatih Cami), Osmanlı Mezarlığı, bu bölgedeki en önemli tarihi ve kültürel varlıklardır.

Meyve sabunu, aynalı süpürge, Edirnekari tabloları, Edirne çinisi, bez bebekler Edirne'ye özgü el sanatları ve turistik ürünler olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca Edirne'nin Lalapaşa ilçesi ve civarındaki bazı köylerde bulunan menhir ve dolmenlerin yanı sıra "kırmızı dipli mum" da Edirne'nin kültürel varlıklarından bazılarıdır.

1.2.3.2. Edirne İlinin Gastronomik Ögeleri

Edirne ili, Anadolu'nun yemek kültürünü Balkanlara taşıyan Türklerin Rumeli geleneklerini bölgesel özellikleriyle birleştirmesinden kaynaklı oldukça zengin bir mutfak anlayışına sahiptir (Göynüşen, 2011:278). Edirne mutfağında ağırlıklı olarak hamur işleri ile etli yemekler mevcuttur. Ayrıca son yıllarda adı Edirne ile özdeşleşen tava ciğeri de Edirne gastronomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Günümüzde bir sınır kenti olması, geçmişte çok sayıda göç ve mübadeleye tanıklık etmesi, Osmanlı'ya başkentlik etmesi ve kozmopolit bir toplum yapısına sahip olması Edirne gastronomisini çeşitlendiren etkenlerdendir. Balkan göçmenlerinin yoğunluğu, geçmişte Yahudi, Ermeni ve Rum nüfusa ev sahipliği yapması Edirne gastronomisine büyük katkılar sunmuştur. Saray mutfağının yanı sıra çeşitli çorba ve şerbetler, tatlı ve tuzlu hamur işleri, etli yemekler Edirne mutfağında öne çıkan yemeklerdir. Ayrıca kent mutfağı ile özdeşleşen, turistik ürün olarak potansiyel oluşturan yiyecekler de Edirne mutfağında mevcuttur. Yüz seneden fazla bir tarihe geçmişe olmasına rağmen adı 2005 yılında düzenlenen Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarında (EMITT) duyulan Edirne Tava Ciğeri, 25 Temmuz 2009 tarihinde Türk Standartları Enstitüsü tarafından tescillenmiştir (Göynüşen, 2011).

Edirne ilinin geçmişte çok sayıda göç ve mübadeleye tanıklık etmesi, Osmanlı'ya başkentlik yapması ve kozmopolit bir toplum yapısına sahip olması, Edirne gastronomisini çeşitlendiren etkenlerden birkaçıdır. Geçmiş dönemde yoğun bir Yahudi, Ermeni ve Rum nüfusa ev sahipliği yapması ve Balkan göçmenlerinin yoğunluğu, Edirne gastronomisine büyük katkılar sunmuştur. Şehrin zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasına rağmen zamanla göç hareketlerinin olması ve

azınlıkların şehri terk etmeleri gibi sebeplerle yöreye ait yemekleri bilen kişi sayısında azalma gözlenmiştir (Kızıldermir, 2020:102).

Edirne ilinde ayrıca kent mutfağı ile özdeşleşen, turistik ürün olarak potansiyel oluşturan yiyecekler de mevcuttur. Ciğer sarma, Edirne köftesi, Edirne beyaz peyniri, badem ezmesi, deva-i misk, satır et, mamzana, ekşimikli biber, kaz akıtması, etli marul sarması, katmerli pazı böreği, zirva gibi ürünler Edirne ile özdeşleşen gastronomik ögeler olarak dikkat çekmektedir.

BÖLÜM II

RENK KAVRAMI VE EDİRNE KIRMIZISI

Bu bölümde renk kavramı irdelenmiş olup renklerin özelliklerine ve bazı toplumlardaki önemine değinilmiştir. Kırmızı renginin anlamı, çeşitleri ve insanlar üzerinde bıraktığı etkinin irdelendiği bu bölümde ayrıca Edirne Kırmızısı'nın tarihsel süreci ve Edirne Kırmızısı'na rengini veren *Rubia tinctorum L.* bitkisi incelenmiştir.

2.1. Renk Kavramı

Bu kısımda renk kavramı özellikleriyle ve çeşitli toplumlardaki anlamlarıyla incelenmiş olup kırmızı renginin çeşitleri ve insan üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

2.1.1. Renk

Renk kavramı üzerine birçok tanımlama yapmak mümkündür. Teknik bir ifadeyle renk, "ışığın, kendi öz yapısına veya cisimler tarafından yayılma şekline bağlı olarak göz üzerinde yaptığı etkidir (Meydan Larousse, 1992:486). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi "renk" ve "ışık" arasında kuvvetli bir bağ bulunmaktadır. Renk kavramı içinde birbirinden farklı dalga boylarına sahip, kendi fiziksel sınırları içinde farklı tonlara, doygunluklara ve değerlere ulaşabilen ışın gruplarını tanımlamak gerekir. Bir başka göre tanıma ise renk; bir kaynak ya da cisimden yansıyan ışığın gözdeki ağ tabaka üzerine düştüğünde uyandırdığı duyumdur (Grolier International Americana, 1993:202). Küçük'e (2010:420) göre ise renk, cisimlerden yansıyan çeşitli frekanslardaki ışınların göz ve sinirler aracılığı ile alınmış algıların beyin tarafından anlamlandırılması sonucunda oluşmuş fizyolojik bir olgudur.

Renk kavramı birçok disiplinde ele alınmıştır. Tarihçiler, dilciler, felsefeciler, antropologlar ve psikologlar renk kavramını farklı boyutlarıyla tartışılmaya açmışladır. Geçmişte renkler çoğunlukla dinî-kültürel dilin bir parçası iken, onların günümüz dünyasında daha farklı sembolik anlamlar içerdiği bilinmektedir (Albayrak, 2008). Renklerin ifade ettiği anlamlar kişiden kişiye değişmekte ve bu konuda genel bir bakış açısı oluşmuştur. Bakış açılarının

oluşmasında ırk, coğrafya, iklim şartları, yaşam tarzları, ekonomik şartlar, siyaset, düşünce ve inanç gibi pek çok faktörün etkisi vardır (Eren, 2008: 32).

Doğada yer alan renkler psikolojik, fizyolojik ve fiziksel sistemde ele alınmaktadır. Psikolojik anlamda renk, beyinde uyanan bir durum olarak yorumlanırken fizyolojik olarak ışığın göz retinası üstündeki sinirler aracılığıyla oluşturduğu olaylar olarak tanımlanmaktadır. Fiziksel anlamda ise renk ışığın dalga uzunluklarının hangi oranda bulundurduğuna dair ölçü rakamlarla ifade edilebilen değerler olarak tanımlanmaktadır (Çağlarca, 1993). Renklerle ilgili kavramlara, altıncı yüzyılda Japonya'da ortaya çıkan, beden gücüne dayalı, ayak ve yumruk vuruşları üzerine kurulu bir oyun ve dövüş yöntemi olarak kullanılan karatede de rastlanılmaktadır. Karate sporunda kuşaklar seviyelere göre renklere ayrılarak derecelendirilmiştir. Kuşakların renkler beyaz, sarı, turuncu, yeşil, mavi, kahverengi ve siyahtan oluşmaktadır.

2.1.2. Renklerin Özellikleri

Renkler; ana renkler, ara renkler, zıt renkler ve yakın renkler başlıkları altında toplanmaktadır. Polat'a (2012) göre ana renkler, diğer renklerin karışımıyla üretilemeyen renklerdir. Genel kanı, ana renklerin kırmızı, mavi ve sarı olduğu yönündedir. Ancak bu konuda farklı görüşler de mevcuttur. Örneğin Polat (2012), pigmentlerle üretim yapan basım teknolojilerinde birincil ana renk olarak "siyan mavi", "macenta" ve "sarı" renklerinin kullanıldığını, bu ana pigmentlerdeki üç rengin ikişerli karışımında ise ikincil ana pigment renkler olarak "kırmızı", "yeşil" ve "koyu mavi" renklerinin elde edildiğini belirtmektedir. Ara renkler ise ana renklerin birbiriyle karışımı sonucunda oluşmaktadır. Örneğin ana renk olarak bilinen kırmızı ve mavinin karışımından mor renk, mavi ile sarının karışımından yeşil renk, kırmızı ile sarının karışımından da turuncu elde edilmektedir. Birbirini tamamlayan zıt renkler ise sıcak renkler ile (kırmızı, turuncu, sarı v.b.) soğuk renklerin (mavi, mor v.b.) birbirleriyle olan kontrast uyumunu ifade etmektedir.

Çeşitli özelliklere göre birbirlerinden ayrılan renkler psikolojik etkilerine göre "sıcak" ve "soğuk" olarak sınıflandırılmaktadır. Sıcak renkler parlaklıkları

nedeniyle sıcaklık hissi, soğuk renkler ise durgun ve dinlendirici özelliklerinden dolayı nesneleri olduğundan daha uzak ve küçük göstermektedir (Koca ve Koç, 2005:182). Sıcak renkler sarı, kırmızı ve turuncudan oluşmaktadır ve dalga boyu yüksektir. Mavi, mor ve yeşil ise soğuk renkler arasındadır ve dalga boyları daha düşüktür. Sıcak renkler daha çabuk algılanmaktadır ve görsel düzen içinde görünebilir olduğu için yakınlık hissi uyandırır. Soğuk renklerin ise geriye çekilme etkisi vardır, uzaklık hissi doğurur (Uçar, 2004). Fiziksel gücü, enerjiyi ve dinamizmi artırma, metabolizmayı hızlandırma etkisi bulunan sıcak renkler ayrıca heyecan, yorgunluk, şiddet, saldırganlık ve konsantrasyon güçlüğü gibi etkiler de yaratabilmektedir. Örneğin bir Amerikan otomobil kuruluşu, kırmızı renkli otomobil kullananların diğer renklerde araç kullananlara göre daha fazla kaza yaptıklarını belirlemiştir (Becer, 1999). Ayrıca, trafik işaretlerinde örnek teşkil ettiği gibi, tehlike ve yasakların belirtilmesinde kırmızının, dikkat ve uyarı amaçlı olarak da sarı rengin kullanıldığı görülmektedir (Duran, Sağocak, 2005:78).

Sanatçılar da renk konusuna değinmişlerdir. Örneğin Kandinsky (1952:84) renkleri “sıcak ve soğuk” ile “açık ve koyu” olarak ayırmaktadır. Her bir renk için dört faklı renk olduğunu savunan Kandinsky bu durumu “sıcak-açık” ile “sıcak-koyu”, “soğuk-açık” ile “soğuk-koyu” olarak açıklamaktadır.

2.1.3. Toplumsal Boyutta Renkler

Renk isimleri dilden dile farklılık gösterse de görünüşleri dünyanın her yerinde aynıdır. İnsanlar üzerindeki etkisi oldukça önemli olan renkler aynı zamanda farklı din ve kültürlerin yanı sıra siyasi ilişkilerde de görülmektedir. Kültürel yapılarda renklerin anlamları farklılık gösterebilmektedir. Her millet kendi anlamını belirlediği renkleri birtakım semboller ile birleştirmiştir (Dokumacı, 2020:122). Her ne kadar kültürler arasında farklılık gösterse de renkler kısaca ışığın fizyolojimize yaptığı etki bakımından psikolojik olarak bir algı oluşturmaktadır.

Renkler insanlar üzerinde çeşitli duygusal etkiler yaratmakta ve günlük hayatımızda büyük yer kaplamaktadır. Renkler aynı zamanda birer anlam taşır ve birçok imge renklerle ilişkilendirilmektedir. Bu ilişkilendirme deyimlerde de

karşımıza çıkmaktadır. “Sararıp solmak”, “karalar bağlamak” gibi deyimler, renklere yüklenen anlamların günlük yaşamda kullanımına birer örnektir (Yürek, 2021).

Renkler tarih boyunca dinin de bir parçası olmuşlardır ve teknolojik yönden gelişmiş seküler toplumlarda, dinsel olmaktan daha çok ekonomik, askerî, kamuflaj, savaş ve olağanüstü durumlarda alarm, trafik işaretleri vb. gibi günlük pratik amaçlar için de kullanılmıştır (Feisner, 2006). Örneğin Amerika’da kırmızı renkli cübbe, üst sınıf dindar Hıristiyanlarca İsa’nın kendini feda etmesinin, yani kanını dökmesinin sembolü olmasından dolayı tercih edilmekte ve bunun doğal sonucu olarak ilahiyat diploması alınırken kırmızı renkli kostüm giyilmektedir (Albayrak, 2008).

Türklerde al ve beyaz en önemli renkler olarak görülmektedir ve iyilik Tanrısı “Ülgen”i simgelemektedir. Türk tarihinde önemli devlet yöneticileri olan Alp Arslan ve Fatih Sultan Mehmet’te olduğu gibi savaşlarda da beyaz renkli elbiseler giyilmekteydi. İkinci önemli renk ise al/kırmızıdır. Tarihi örneklere bakılacak olursa; al; albastı, al ruhu, alaslama kelimelerinden de anlaşıldığı gibi alevle, ateşle ve nihayetinde ateş kültüyle ilgilidir. Önem sırasındaki ilk iki renk zaman içerisinde Türkler için milli renk haline gelmiştir (Dokumacı, 2020:124). Kırmızı renk, Kuran’da yalnızca bir yerde ve dağlardaki yolların rengi olarak geçmektedir. Hadislerde kırmızı rengi farklı rivayetlerde farklı anlamlarda kullanılmıştır. Bazı âlimler hadislerde kırmızı olarak bahsedilen elbisenin “çizgili kırmızı” olduğunu savunmaktadırlar. İmam Şevkânî, Hz. Muhammed’in Veda Haccından sonraki yaşamının son vakitlerinde kırmızı giyindiğini, sahih hadislere dayanmanın gerekli olduğunu savunmuştur (Dokumacı, 2020:128).

2.1.4. Kırmızı Rengi

“Kırmızı” sözcüğü kelime kökeni olarak, Arapçada “kırmız” adıyla bilinen ve kırmızı renkte boya veren bir böceğin adından türemiştir. Osmanlı Türkçesinde bu sözcükle birlikte aynı rengi ifade etmek üzere Farsça kökenli *sürh*, Arapça kökenli *ahmer*, Türkçe kökenli al ve kızıl sözcükleri de kullanılmıştır (Demir, 2015:61). Cardon (1994:72) ise “*vermeil*” ya da “*vermillon*” olarak kullanılan kırmızıların etimolojik kökeninin Fransızcada “*vers*” olarak bilinen “*vermiculus*” isimli renkli

kurtçuklara dayandığını belirtmektedir. Cardon ayrıca bu kurtçukların eski çağlarda Akdeniz çalılarını ve Orta Avrupa bataklıklarını geçen insanların küçük böcek ve sineklerin üstlerine çarparak bıraktıkları kırmızı lekelerden oluştuğunu ifade etmektedir.

Bilinen en eski renklerden biri olan kırmızıya ilk kez mağara resimlerinde rastlanılmaktadır. Fransa'daki *Lascaux* mağaralarında veya Güney Afrika'daki *Pinnacle* noktasındaki mağaralarda karşımıza çıkan kırmızı rengi, MÖ 150.000 yıl öncesine kadar eskiye dayanan bir geçmişte sahiptir.[1] Kırmızıya, tarihöncesi resimlerde de rastlanılmaktadır. Sarı ya da kırmızı demir cevherinden elde edilen bir doğal boya olan aşı boyası kullanılarak yapılan çizimler günümüze kadar ulaşmıştır. Görsel 1'de görüldüğü gibi aşı boyasıyla renklendirilmiş nesli tükenen bir tür olan Avrupa bizonu, İspanya'nın kuzeyindeki *Paleolitik Altamira* Mağarası'nda bugün hala görülebilmektedir. Eski yıllardan itibaren aşk ile ilişkilendirilen ve sevgililer gününün en çok tercih edilen rengi olarak bilinen kırmızı rengi, Rönesans döneminde soylular tarafından tercih edilmekte olup tablolarda önemli figürlerin kıyafetlerinde ve pelerinlerinde de kullanılmaktaydı.

[1] "Kırmızı Rengin Hikâyesi", https://www.koton.com/tr/blog/kirmizi-rengin-hikayesi/ (Erişim Tarihi: 21.05.2021)



Görsel 1: İspanya'nın Kuzeyindeki Paleolitik Altamira Mağarası'nda Bir Resim[2]

Tarihçi ve Araştırmacı Dominique Cardon (1994:72), "Olabildiğince Kırmızı: Sonsuz Kırmızısı Arzusu Karşısında Boyamacının Sanatı" başlıklı makalesinde kırmızı renginden, *"11. yüzyılda Eski Kahire'de bir tüccar boyamacısına 'Bayım sizden istirham ediyorum, kırmızı olabildiğince kırmızı olsun' diye yazıyordu. Kırmızı ve yoğun kırmızı arzusu yeni değil: tarih öncesinden günümüze ulaşan kumaşlar üzerinde hala seçilebilen renkler sıklıkla kırmızıdır."* şeklinde bahsetmektedir.

Ögel (1948), Türklerin "kırmızı" kelimesini Orta Çağ'dan itibaren kullanmaya başladığını, kırmızı yerine daha çok "kızıl" kelimesini tercih ettiklerini belirtmektedir. Ayrıca bazı kaynaklarda "kırmızı" kelimesi yerine "al" kelimesinin kullanıldığı da karşımıza çıkmaktadır. Kırmızı rengi daha çok kanla kıyaslanmakta olup Türk geleneğinde düğün ve gerdek rengi olarak kullanılmaktadır. Selçuklulardan bu yana Türkmenler kırmızı başlık ve bayraklar kullanmış, Osmanlılarda olduğu gibi çoğu kez hükümdar otağları kırmızı olarak betimlenmiştir

[2] https://journals.openedition.org/cve/5059?lang=fr (Erişim Tarihi: 10.05.2021)

(Yıldız, 2020:41). Günümüzdeki Türkmenistan'da da kırmızı ve kızıl aynı rengi ifade etmektedir. Kırmızı ya da kızıl rengi aynı zamanda Türkmenler için güneşe atıfta bulunan kutsal bir anlam taşımaktadır. Çoruhlu'ya göre (2000:192) burada İslam öncesi inanışlar ve mitlerden gelen etkiler sezilmektedir. Çoruhlu ayrıca kırmızı rengin Türklerde önemli olmasını, Çinlilerde olduğu gibi kırmızının hayat veren renk olarak düşünülmesine bağlamaktadır çünkü Çinlilerde cenazeyle birlikte, civanın indirgeme yoluyla elde edilen bir cevher olan zincifre[3] ya da kırmızı tebeşirin gömüldüğü ileri sürülmektedir. Türklerde olduğu gibi güneyi ifade eden kırmızı rengi, M.Ö. 1050-247 yılları arasında Çin'e hâkim olan *Chou* Hanedanın da rengidir. Çin ve Türk kültür münasebetleri üzerinde kaynaklara dayalı araştırmalar yapan Alman biliminsanı Prof. Dr. Wolfram Eberhard, Chou Hanedanın menşe itibariyle Türk olduğunu ileri sürmektedir (Kaplan, 1987). Bu hanedanın devlet törenlerinde kullanılan birçok imge de kırmızı renktedir. Zira bu hanedanı oluşturan toplulukların içinde proto-Türklerin de yer aldığı söylenmektedir (Eberhard, 2000). Akkoyunlu ve Karakoyunlu devletleri örneğinde olduğu gibi Türk topluluklarının renklerle birbirinden ayrılmasının da tarih boyunca Türklerin renklerle olan ilişkisini göstermektedir.

Kandinsky, (1952:68) kırmızı rengin maddesel olarak görülmeyen bir şekilde, yani soyut olarak düşünüldüğünde salt içsel, fiziksel bir tınıya sahip belirli ve belirsiz bir hayal uyandırdığını savunmuştur. Batı kültüründe ise kırmızı; uyarı, öfke ve ateşle ilişkilendirilmiştir. Ateşe karşılık gelen kırmızının bir türü de, Çin kırmızısı olarak da bilinen ve zincifre mineralinden üretilen "*vermilyon*"dur.[4] Neşeyi ve iyi şansı sembolize eden kırmızı, astrolojide ise Çin takımyıldızlarının dört simgesinden biri olan ve alevlerle kaplı kırmızı bir kuş olarak tanımlanan Vermilyon Kuşu[5] ile temsil edilmektedir.

Kırmızının parlak bir tonu olan vermilyon, *Provence* bölgesi kermeslerinde, Orta Çağ'da en lüks keten örtülerin boyamasında kullanılmıştır. Bu tonla çoğu zaman karıştırılan ve adını Ermenistan kırmızböceğinden ve etimolojik olarak

[3] "Zincifre" https://tr.wikipedia.org/wiki/Zincifre (Erişim Tarihi: 20.05.2021).
[4] "Vermilyon" https://tr.wikipedia.org/wiki/Vermilyon (Erişim Tarihi: 20.05.2021).
[5] "Vermilyon Kuşu" https://tr.wikipedia.org/wiki/Vermilyon_Ku%C5%9Fu (Erişim Tarihi: 20.05.2021).

"*kirmiz*" kelimesinden alan "*cramoisi*" kırmızısı da hala günümüzde bilinmektedir. Neredeyse morlaşmış derin bir kırmızı olan "*cramoisi*" tonu, Cenova, Venedik ve Bursa kadifelerinde kullanılmıştır (Cardon, 1994:72).

Kırmızı rengi, yeni yıl için de sembolik bir anlam taşımaktadır. Örneğin, Çinliler yılbaşını Ekim ayında kutlamaktadırlar. Çin geleneğinde *Nian* (yıl) adlı bir canavarı korkutmak için kırmızıya boyanmış bambu dalları ve kâğıtlar yakılmaktadır. Böylece eski yılın kaçtığına ve yeni yılın geldiğine inanılmaktadır. Çin kültüründe önemli bir yere sahip olan kırmızı, Çin'deki yeni yıl kutlamalarında ve bayramlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Aynı kültürde kırmızı, tatil kutlamaları ve aile toplantılarında da kendine yer bulmaktadır. Tatil veya özel günlerde verilen ve parasal bir hediye anlamı taşıyan zarfın rengi de kırmızıdır, zira kırmızının iyi şans getirdiğine inanılmaktadır.

Antik Roma dönemindeki düğünlerde gelinlerin "*flammeum*" adı verilen kırmızı bir şal giymeleri, hayatın, doğurganlığın ve sevginin sembolü olarak kabul edilmekteydi. Gelinlerin hala kırmızı giydikleri düğünler günümüzde de devam etmektedir. Çin'de kırmızı, servet ve neşeyi simgelerken eski bir Çin geleneği olarak gelinler düğünlerinde gelinlerin kırmızı giymesi ve evlilik seremonisi sırasında kırmızı bir fener taşıması, buna örnek olarak gösterilebilir[6].

[6] "Kırmızı Rengin Hikâyesi", https://www.koton.com/tr/blog/kirmizi-rengin-hikayesi/ (Erişim Tarihi: 21.05.2021)



Görsel 1: Çin'deki Yasak Şehir'de Bulunan Kırmızı Renkli Bir Kapı[7]

Kırmızı rengine İspanya'da geleneksel olarak düzenlenen boğa güreşlerinde de rastlanılmaktadır. Kırmızı rengin bu organizasyonlarda kullanılması sanılanın aksine boğaların kırmızı renge karşı verdiği reaksiyonla değil, ilk başlardan itibaren matadorların kırmızı pelerin ve başlık kullanması ile ilgilidir. Boğaların renk körü olduğu ve kırmızı rengi diğer renklerden ayıramadığı bilinmektedir. Matadorların boğa güreşlerinde kırmızı pelerin ve başlık kullanması, kırmızının kan rengiyle aynı renkte olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

2.1.4.1. Kırmızı Renginin Çeşitleri

Kandinsky (1952:92) kırmızı rengin maddesel formda zengin ve çeşitli olduğunu, açıktan koyu tonuna kadar birçok türünün bulunduğunu belirtir. Bu türleri; *satürnot* (Satürn kırmızısı), zincifre kırmızısı, İngiliz kırmızısı ve gül kırmızısı olarak sıralayan Kandinsky bu renklerin ana tonunu koruyup sıcak ve soğuk bir görünüm vermenin mümkün olduğunu gösterdiğini savunmakta ve hiçbir rengin zıtlığı kırmızı

[7] https://www.wikiwand.com/en/Color_in_Chinese_culture (Erişim Tarihi: 23.05.2021)

kadar iyi vermediğini vurgulamaktadır. Açık ve sıcak bir ton olan Satürn kırmızısının doku ve etki bakımdan orta sarıya benzerliği olduğunu ve güç, coşku, kararlılık ve zafer hissi verdiğini belirten Kandinsky, zincifre kırmızısında ise bir kesinlik, suda soğutulabilen parlak bir çelik hissi olduğunu ifade etmektedir.

Kırmızı rengi birçok sektörde kullanılmakta olup kullanım alanına ve tonuna göre farklı isimlerle adlandırılmıştır. Bunlara örnek olarak; alizarin rengi, horozibiği rengi, kiraz rengi, mercan kırmızısı, Hollywood kiraz rengi, nar rengi, kırmızı menekşe rengi, Venedik kırmızısı, Vermilion, İran kırmızısı, Karmen kırmızısı, Falu kırmızısı, kan kırmızısı, *berry, scarlet*, yakut kırmızı, tuğla kırmızısı, domates kırmızısı, vişne kırmızısı, *crimson*, ruj kırmızısı, *terracotta*, Kongo kırmızısı ve *burgundy* verilebilir.

2.1.4.2. Kırmızı Renginin Anlamı ve İnsan Üzerindeki Etkileri

Renklerin insanlar üzerinde psikolojik bir etkisi olduğu gerçektir. Kandinsky (1952:65), renk ahenginin insan ruhuna uygun bir şekilde dokunulması ilkesine dayandırmakta ve bunu temel, içsel gerekliliğin ilkesi olarak adlandırmaktadır. Renkler bulundukları ortamla ilgili insanlarda negatif ve pozitif algı yaratabilmektedir. Negatif algı, bir ortamdaki görsel duyum minimum olduğu durumda ortaya çıkmaktadır. Yüzey renkleri akromatik ise negatif algı ortaya çıkmaktadır. Ortam, monoton, sıkıcı gibi sıfatlarla tanımlanmaktadır. Bir ortamdaki renkler farklı renk çeşitleri ile oluşturulmuş ve aynı renk tipine ait yüksek doymuşluk derecelerinde renk örnekleri beraber kullanılmış ise ortaya pozitif algı çıkmaktadır (Manav, 2015).

Geçmişten günümüze aşk ile en çok bağdaştırılan kırmızı renge ilişkin bazı ilginç bilgiler mevcuttur. Örneğin çoğu tarihçi, Taş Devrinden kalma mezarlarda bulunan kırmızı toprak boyasının mezarlıkların yerlerini işaretlemek için kullanıldığını öne sürmektedir. Kırmızı; gücü, neşeyi, mutluluğu ifade etmektedir. Kullanıldığı ortamda dinamik, canlı bir etki oluşturmaktadır. Negatif olarak, korku, aşırı öfke, kontrolsüz tutkuyu öne çıkarmaktadır ve kan basıncını artırmaktadır (Dokumacı, 2020:125). Kırmızı rengi tarih boyunca pek çok alanda farklı

yöntemlerle kullanılmıştır. Güneşin ve tüm savaş tanrılarının rengi olarak adlandırılan kırmızı rengi, ateşi, hükümdarlığı, aşkı, hazzı, ifade etmektedir (Çoruhlu, 2000:191).

Polonyalı yönetmen *Krzystof Kieslowski*, rengi sinemada etkili bir anlam yaratma aracı olarak kullanmıştır. "Üç Renk: Mavi", "Üç Renk: Beyaz", "Üç Renk: Kırmızı" üçlemesinde rengi etkili bir anlam yaratma ögesi olarak ele alan *Krzystof Kieslowski*'nin "Kırmızı" filmi; aşkı, tutkuyu ve ihaneti sembolize etmektedir (Çöloğlu, 2006:160).

2.2. Edirne Kırmızısı Kavramı

Türkler tarafından renk alan yazınına kazandırılan ve tüm dünyada bilinen iki renk vardır: Biri turkuaz diğer ise (Turkey Red) Türk Kırmızısı'dır. Fransızca bir kelime olan *Turquoise* (Turkuaz) rengi, Batı kültürünün Türk kültürüne atfettiği yeşile çalan bir mavi tonudur (Baturlar ve Yaylagül, 2019). Türk Kırmızısı ise Edirne Kırmızısı olarak da bilinir (Eng: Andrinople Red, Fr: Rouge d'Andrinople). 19. yüzyıla ait numune kitaplarında "Türk Kırmızısı" ve "Edirne Kırmızısı" terimleri aynı anda belirmektedir.

Tekstil sektöründe, daha çok pamuklu ve ipek kumaşların boyamasında kullanılan kırmızı rengin bir tonu olan Edirne Kırmızısı, disiplinler arası bir kavram olup ziraattan kimyaya, tekstilden modaya pek çok alanı içine çekmektedir. Oldukça uzun, karmaşık ve zahmetli bir süreçten geçen Edirne Kırmızısı bir pamuk boyama tekniğinden ibaret olup usta çırak öğretisine dayalı olarak gizemini ve gizliliğini uzun yıllar korumuştur.

Çalışmanın bu kısmında Edirne Kırmızısı hakkında genel bilgiler verilmiş olup rengin tarihsel süreci ile rengin hammaddesi *Rubia tinctorum L.* bitkisi incelenmiştir.

2.2.1. Edirne Kırmızısı

Menekşe, leylak gibi renkler isimlerini çiçeklerden alırken *Anglais* (İngiliz rengi), *Turquoise* (Turkuaz) gibi renkler ülkelerden, *Bordeux* (Bordo) ve *Rouge*

d'Andrinople (Edirne Kırmızısı) gibi renkler de şehirlerden alır (Akman, 2017). Türkler tarafından renk alanyazınına kazandırılan ve tüm dünyaya mal olan iki renkten biri Türk Kırmızısı'dır (Turkey Red), bir diğeri de turkuazdır. Uzun, karmaşık ve bir sır gibi saklanan renk aslında pamuk boyama tekniğinden ibarettir. Bu teknik, pamuklu kumaş tuvali yağlama gibi birçok işlem sonucundan oluşmaktadır (Jacque, 1994:10).

Yürek (2021:59), Fransa'nın Bordeaux şehrinin sanılanın aksine bir rengin adını taşımadığını, bordo renginin şehrin ismini taşıdığını belirtmektedir. Bordeaux şehri adını kırmızı şarabın renginden almıştır. Bordo rengi; yoğunluğu, derinliği ve karanlığı sembolize eder. Bordeaux şehrin ise genellikle soğuk ve gizli bir dünya olarak algılanmaktadır (Yürek, 2021:59). Yürek'e (2021:59) göre kırmızı rengi aşkın, tutkunun, aynı zamanda gücün rengidir ve Edirne de tarih ve kültür açısından güçlü bir şehirdir. Edirne Kırmızısı da bu gücün simgesidir. 1993-94 yılları arasında Fransa'nın Mulhouse kentindeki sergiden esinlenerek Fransızca yazılan "Adnrinople: Le Rouge Magnifique", "Muhteşem Edirne Kırmızısı" diye çevrilse de Fransızcadaki anlamı "Edirne: Muhteşem Kırmızı" diye geçmektedir. Yürek (2021:59), yukarıdaki görüşünü, "Edirne Kırmızısı Edirne'ye ait bir renk olarak değil, Edirne kendi başına bir renktir" diye açıklamaktadır. Bazı Fransız kaynaklarında "Andrinople/Edirne" kelimesinin "kırmızının bir tonu" diye açıklanması ve kitapta birçok kez "Edirne Kırmızısı" veya "Türk Kırmızısı" yerine "Edirne rengi" ifadesinin kullanılması da yazarın bu görüşünü desteklemektedir.

Edirne Kırmızısı, kumaş baskılarında farklılık göstermektedir. "Adnrinople: Le Rouge Magnifique" kitabının editörü Jacqueline Jacque, Wescher'e dayandırdığı bilgiye göre bu durumu; "Avrupa'daki belli başlı boyama merkezleri üzerine 1860 tarihli bir rapora göre, Alsace yoğun kiraz ve kadifemsi bir kırmızı, İsviçre Ponceau'nun sarımsı tonunu yansıtan bir kırmızı, İngiltere hafif kahverengi bir ton kırmızı, Rouen ise Türk Kırmızısı'na çok yaklaşan daha yoğun bir kırmızı üretir." şeklinde açıklamaktadır. 19. yüzyılda yaşayan İskoç bilim insanı, doktor ve kimyager Andrew Ure ise rengi "bilinen en hızlı renk" olarak yorumlamaktadır (Ure 1844, 793). Julie Wertz Türk Kırmızısı'nı bir "boyama sanatındaki en karmaşık ve meşakkatli operasyon" olarak tanımlamaktadır. Pamuk liflerine boyanmasına rağmen

Türk Kırmızısı aslında bir boya değil, daha ziyade parlak, ateşli ve hızlı bir kırmızı tonla sonuçlanan önceden belirlenmiş bir dizi işlemin sonucudur (Wertz, 2014). Tuncay (1964) ise Edirne Kırmızısı'nın kirli domates kırmızısını andırdığını ve özellikle 16. yüzyıl sonları ile 17. yüzyılda tezhib, minyatür ve çinilerinde fon rengi olarak çok kullanıldığını belirtmektedir.

Tekstil sektöründe, daha çok pamuklu ve ipek kumaşların boyamasında kullanılan kırmızının bir tonu olan Edirne Kırmızısı, oldukça zorlu ve uzun bir süreç sonrası elde edilmektedir. Pamuğun kök boya (*Rubia tinctorum L.*) ile 38 basamaklı yüksek değer ve renk tonundaki boyaması olarak bilinen Türk Kırmızısı veya Edirne Kırmızısı boyaması usta çırak öğretisine dayalı olarak gizemini ve gizliliğini uzun yıllar korumuştur (Karadağ, 2007).

2.2.1.1. Edirne Kırmızısı'nın Tarihsel Süreci

Türk Kırmızısı'nın kökenleri, çoğu boyama işlemi gibi, geçmişte çok eskiye dayanmaktadır ve belgelenmiştir. Ure (1844), "bu boya Hindistan'da keşfedildi ve uzun bir süreç olarak kaldı" diye yazmıştır. Bu teknik daha sonra Asya'nın diğer bölgelerinde ve Yunanistan'da uygulanmıştır (Ure 1844, 793). Kök boya ile Türk Kırmızısı üretme girişimleri ilk olarak 1670 yılında Hollanda'da ve ardından 1680 yılında İsviçre'de başlatılmıştır (Riello, 2010). Karadağ (2017), bir röportajında tekniğin Avrupa'da yayılmasının 1746 yılında iki boya ustasının Türkiye'den Fransa'ya götürülmesi sonucu olduğunu belirtmiştir. Türk Kırmızısı, pamukla olan uyumu ve göz alıcı rengi nedeniyle 18. yüzyılda Avrupa'da bilinmekte ve tercih edilmekteydi. Kaliteli birçok kumaşa kolayca ulaşabilen tekstil firmaları birçok uğraşa rağmen rengi bir türlü elde edememiştir. Boyama basamakları çok uzun ve zahmetli olan bu boyamanın reçetesi, tam olarak bilinmemekte ve Türk Kırmızısı'nın sırrı büyük bir titizlikle saklanmaktaydı (Turkish Cultural Foundation, 2017).

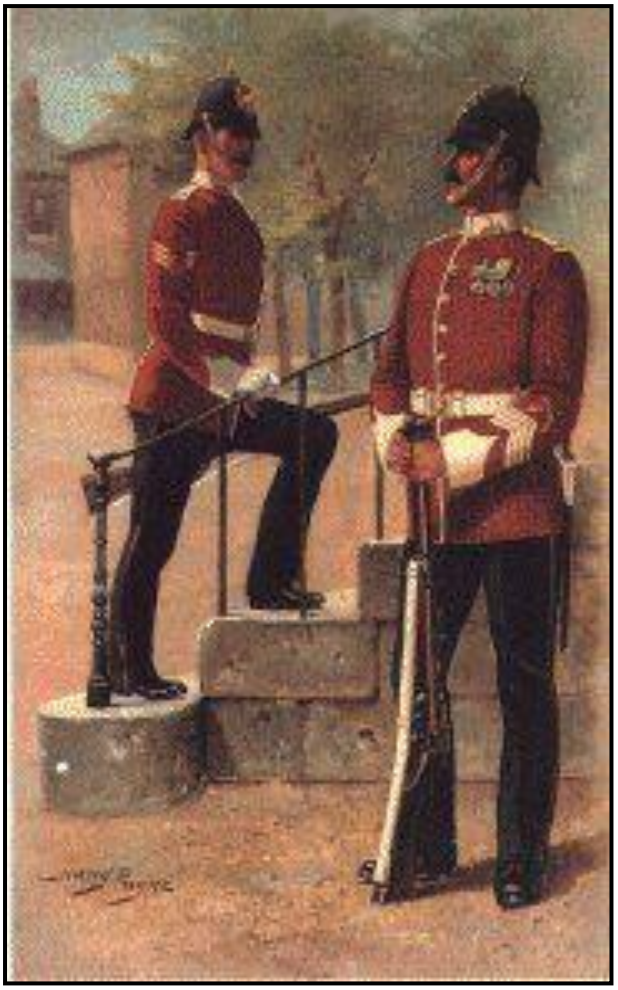
Avrupalı kimyager ve boya imalatçıları, Sanayi Devrimi'nin Avrupa'da yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte büyük ölçekli tekstil imalatında kullanılabilecek yeni kırmızı boyalar araştırmaya başlamıştır. 18. ve 19. yüzyılın başlarında Türkiye ve Hindistan'dan Avrupa'ya ithal edilen popüler renklerden biri, Fransa'da "Rouge d'Andrinople" olarak bilinen Türk Kırmızısı'dır (wikipedia). Rengin elde

edilmesinin bir zorunluluk haline gelmesi sonrası Fransızlar parayla İzmir'den Rum ustaları getirtmiştir. Fransa'da kraliyet için çalışan bir dokumacı olan Robert Dugard, özel izinle 1747'de Fransa'da "Edirne işi" denen bir üretimi gerçekleştirmek üzere imalathane kurmuştur. On yıl boyunca çok sayıda işçi istihdam etmek ve rengin sırrının yurt dışına sızmasını engellemek için rengin üretim iznini alarak ortağı Pierre Dharistoy'la birlikte gizli bir biçimde bu dokuma renginin üretimini sürdürmüştür (Histoire D'entreprises Dergisi, 2018).

Fransa'da yayımlanan Histoire D'entreprises dergisinde yer alan "Edirne Kırmızısı: Bir Endüstriyel Casusluk Hikâyesi" başlıklı makaleye göre Kraliyet Bilimler Akademisi'nin gözetiminde iyileştirilmesi gereken boyanın beklenen sonucu vermemesi üzerine imalathane 5 Nisan 1756'da kapanmıştır. Eski ortaklar arasında dava süreci başlaması sonrası üretim izni 21 Aralık 1756'da Flachat kardeşlere verilmiştir. Yunan işçiler sayesinde boyanın nasıl üretildiğine dair bilgi sahibi olan Flachat kardeşler Doğu Akdeniz'den (Levant) kırmızı pamuklu ithalatını engelleyecek meşaleyi yeniden ele almıştır. Yakın Doğu'daki kök boya üretimin kopyalanmasında ve madderin özelliklerinin Avrupa'da öğrenilmesinde etkili olan gezgin, girişimci ve mucit Claude Flachat, Doğu Akdeniz'de uzunca bir süre kaldıktan sonra 1756 yılında Fransa'ya dönerek Lyon'a yakın bir bölgede bulunan Saint Chamond'da bir Türk Kırmızısı boyahanesi kurmuş ve İstanbul'dan iki kalaycıyı, İranlı bir eğirmeciyi, İzmirli bir hallacı, iki Ermeni mordan ustasını ve iki de Edirneli boyacıyı Fransa'ya yanında götürmüştür (Pérez, 2002: 105 ve Riello 2010:1-28). Howcraft (2013) ise 1776 yılında Pouce ve Archalat adında iki Parisli tüccarın devlet desteği ile Edirne'den birkaç Yunanlı boyacıyı kiraladığını belirtmektedir. Burada Edirne'ye yapılan referans, bu şehirdeki boyamacıların canlı kırmızı ile ünlenmiş olmalarından kaynaklanmaktadır (Jacque, 1994). Bu sayede Türk Kırmızısı'nın Edirne Kırmızısı olarak yeniden adlandırılmasında Edirneli boya ustalarının payı olduğu görüşü ön plana çıkmaktadır (Yıldırım, 2014).

Türk Kültür Vakfı ile Türk Kırmızısı'nın yeniden kumaşa basılması çalışmalarında yer alan Recep Karadağ, 1746 yılında iki sanayicinin İzmir'de Türk Kırmızısı boya ustalarından d'Haristoy ve Goudard isimli iki kişiyi ikna ettiğini, Round yakınlarındaki Darnétal ve Languedoc'daki Aubenas'a yerleştirdiklerini

belirtmektedir. Yine takip eden yıllarda birinin Eymard tarafından Nimes'te, diğerinin ise Flachat tarafından Lyon yakınlarında Saint Chamond'da açıldığını ifade eden Karadağ ayrıca kısa bir süre sonra benzer boyahanelerin Fransa'da Alsace'de, Almanya'da Baden, Bremen ve Augsburg'da, İsviçre'de Glaris kantonunda ve İsveç'te kurulduğunu ifade etmektedir. Zürich'ten Johann Zeller de Nimes'te çalıştıktan sonra 1760'lı yılların başlarında İsviçre'de Türk Kırmızısı boyahanesini kurmuştur (Aikin, 1795:165; Riello ve 2010:1-28). 1768 yılında ise iki Amsterdamlı tüccar, Hollanda'da yaşayan bir Türk usta ile beraber Türk Kırmızısı boyahanesini açmışlardır (Driessen,1944:1749 ve Riello, 2010:1-28).



Görsel 3: Manchester Alayının 1914 Yılına Ait Üniforma. Çizim, Harry Payne (1858–1927) Manchester Alayı[8]

[8] https://tr.qaz.wiki/wiki/Manchester_Regiment (Erişim Tarihi: 29.05.2021).

Avrupa'da giderek moda haline gelen ve birçok ülke tarafından üretilmeye başlayan renk İngilizlerin de dikkatini çekmeyi başarmıştır. Zira İngilizlerin kırmızıya olan ilgisi Görsel 3'te olduğu gibi 17. yüzyıldaki kaynaklarda İngiliz ordusunda kullanılan kumaşlarda karşımıza çıkmaktadır. İngilizler, "kırmızı ceket" (redcoat ya da kızıl tunik olarak da bilinir) adını verdikleri üniformayı orduda kullanıyordu. 17. yüzyılın ortalarından 19. yüzyıla kadar, çoğu İngiliz askerinin üniforması (topçu, tüfek ve hafif süvari dışında) koyu kırmızı bir ceket veya paltodan oluşuyordu. 1873'ten itibaren sadece subaylar, çavuşlar ve bazı süvari alaylarının tüm rütbeleri tarafından giyilen kırmızı renkli ceket veya palto sonrasında tüm rütbelerde daha canlı bir kırmızı tonla kullanılmaya başlanmıştır (other.wiki).

Tarrant'a (1994) göre Türk Kırmızısı ya da Edirne Kırmızısı İngiltere'ye iki farklı yoldan gelmiştir. Manchester'daki boyamacılar Türk Kırmızısı'nın sırlarını, Borelle kardeşler adında iki Fransız'dan öğrenmişlerdir. Bunun için İngiliz Parlamentosu onlara burs verdiği belirtilmiştir (Tarrant, 1994). İngiltere, Fransa'dan gizlice alınan tekniği geliştirmiştir. Dolayısıyla kök boya ile boyama yöntemi hem bir casusluğun ana sebebi olabileceği gibi, boya endüstrisindeki sırların öğrenilmesi için bir casusluk tekniği olarak da kullanılmıştır. Travis (1994), İngilizlerin 1770 yılından sonra bu teknolojiyi ithal edebilmek için büyük çabalar harcadığını belirtmektedir. İngiliz casusu girişimci John Holker, büyük olasılıkla İngiltere'deki koyu kırmızı boyamayla ilgili en eski ve en güvenilir bilgi kaynaklarından biri olmuştur. İngiliz teknolojisini Fransa'ya transfer etmesiyle ünlü olmasına rağmen, Rouen'de ilk Edirne boyahanesini kurarak boyama işinde de yoğun bir şekilde yer almıştır (Wescher, 1959).

İlerleyen yıllarda İngiltere'de Türk Kırmızısı ile ilgili yarışmalar düzenlendiği ortaya çıkmaktadır. Lowengard (2006), Manchester'da boyacı olan John Wilson'ın 1761 yılında, en iyi Türk Kırmızısı'nı ürettiğini, iki yıl sonra daha parlak renk elde ettiği için dernekten iki kez ödül kazandığını belirtmektedir. Wilson daha sonradan kaleme alınmış bir ifadesinde bu değerli rengi elde etmenin ona birkaç yüz pounda mal olduğundan bahsetmiş rengin reçetesini elde edebilmek için 1753

yılında genç bir adamı Türkiye'ye gönderdiğini belirtmiştir. Bu kişi Yunanca öğrenmiş ve Smyrna'da (İzmir) bir tüccar olan Mr. Richard Dobs'la beraber kalmıştır. Ancak Wilson, ürettiği ne pamuklu kadife ne de diğer ürünler için iyi sonuç alamadığından hayal kırıklığı yaşamıştır. Wilson'un başarısızlığının nedeni, önce iplik boyamadan daha zor olan parça boyamayla ilgilenmesi olmuştur (Howcraft, 2013).

On sekizinci yüzyıl tekstil dünyası aynı zamanda yoğun bir Avrupa içi rekabet alanı olmuştur. Cardon, "ekonomik savaş" olarak tanımladığı dönemde casusluk, kopyalama ve daha iyi ve daha ucuz mallar üretmeye yönelik sürekli girişimlerin ortak taktikler olduğunu belirtmektedir. 1780'lerin ortalarında ticaretteki geçici durgunluktan dolayı, çoğu Normandiya'dan birçok Fransız boyacı İngiltere'ye göç etmiştir. 1786 yılında Manchester'ı ziyaret eden Normandiya Ticaret Odası'nın durum tespit komisyonuna göre yaklaşık yirmi kadar boyacı buraya yerleşmiştir (Howcraft, 2013). Bu boyacılardan en iyi tanınanı Pierre Jacques Papillon'dur. Rouen'den gelen bir boyacı olan Pierre Jacques Papillon da Türk Kırmızısı'nın İngiltere'de kurulmasında etkili olmuştur (Tarrant, 1994). Papillon, 1785'te Manchester Tekstil Komitesinin önde gelen üyesi Mr. Philips'e bir mektup yazmış ardından ziyaretine gitmiş ancak Türk Kırmızısı'nı boyayabilme yeteneği Mr. Philips'i memnun etmesine rağmen Manchester Ticaret Odası, Türk Kırmızısı yöntemini halkın kullanımına yaymak için, 1781 yılına doğru Louis Borelle ve kardeşini Fransa'dan İngiltere'ye getirmiştir. Papillon'un Şubat 1785'te sunduğu numuneleri, Boralle kardeşlerinki daha önce geldiği için Avam Kamarası tarafından geri çevrilmiştir (Büyük Britanya Avam Kamarası 1803). Tekniğin İskoçya'ya taşınması da bu sayede olmuştur. 1786 yılında Londra'da Avam Kamarası; Fransız, İsviçre ve Hint kumaşlarının renklerinin İngiliz kumaşlarınınkilere nazaran daha üstün olduğunu açıklamıştır. Aynı yıl George Macintosh Londra'da Papillon ile tanışmış ve potansiyelinin farkına vararak Papillon'ı Glasgow'a davet etmiştir. Sonrasında aralarında David Dale'in de bulunduğu ekip ile Clyde Nehri kıyısında Türk Kırmızısı boyahanesini kurmuştur (Burns 1794). Öte yandan İngiltere hükümetinin İngiliz endüstrisinin yararına sırlarını ortaya çıkarması için Fransız Borelle kardeşlere 2.500 £ ödese de uygulama başarılı olamamıştır (Travis, 1994:

28). O yıllarda oldukça prestijli bir renk olan "Türk Kırmızısı" ya da "Edirne Kırmızısı"nı üretmeyi başaramayan İngilizler uzun süre bu rengin tekniğini çözmeye çalışmıştır (Storey, 1994). 18. yüzyılın sonunda Türk Kırmızısı boyamaları İskoçya'nın batısında genişletilmiş ve rafine edilmiş, iplik ve kumaş üzerinde çeşitli etkiler yaratılmış ve büyük miktarlarda üretimi yapılmıştır (Arthur ve diğerleri 2007).

1780'lerin ortalarında, ticaretteki bazı geçici durgunluk nedeniyle, çoğu Normandiya'dan olmak üzere bir dizi Fransız boyacı İngiltere'ye göç etmiştir. Normandiya Ticaret Odası'nın 1786'da Manchester'ı ziyaret eden bir araştırma komisyonuna göre, bu boyacılardan yaklaşık yirmi tanesi Manchester'a yerleşmiştir (See, 1929-30). Raporun yazarları M. M. Rabasse ve Hurard, "Manchester, bizim gibi, pamukta ince Türk Kırmızısı elde etmede henüz başarılı olamadı, ancak bir yıl dolmadan bu güzel ve zengin rengin İngiltere'nin her yerinde bilineceğinden emin olabilirsiniz" demektedir.

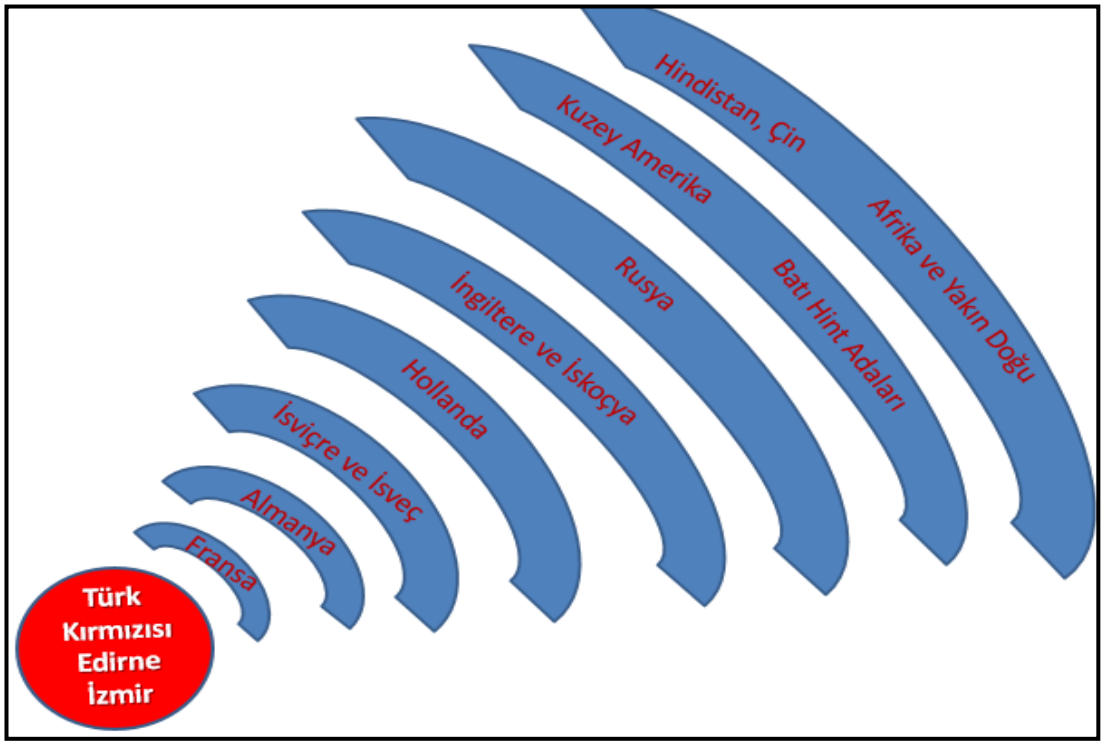
1794-1800 yıllarında Yunanistan'ın Selanik kentinde görev yapan Fransız konsolos L. A. Félix Beaujour, boyama yapılan yerlerde insan yaşamasının çok zor olduğunu belirttiği raporlarında şu ifadelere yer vermektedir: *Thassaly'nın küçük kasabası olan Ampelakia'da boyacılar ve aileleri ve de Ampelakia üreticiler birliği hariç hiç kimse yaşamıyor olmasına rağmen Türk Kırmızısı boyamak kasabayı oldukça zenginleştirmiştir.*

"Madder Red: A History of Luxury and Trade" kitabının yazarı Robert Chenciner ise Türk Kırmızısı'nı "mutfakta veya ahırda eşit derecede kendini evinde hissedenlerle sınırlı bir çekiciliğe sahip zararlı, kokuşmuş bir boyama işlemiydi" şeklinde özetlemektedir. Chenciner (2003) ayrıca Yunanistan'da Türk Kırmızısı'nın sırrını arayan 18. yüzyılda yaşayan bir gezgine dayandırdığı bilgide üretimin yapıldığı bir köyü ziyareti esnasında, "koku o kadar kötüydü ki, tek sakinleri boyacılar ve aileleri idi" ifadelerine yer verdiğini belirtmektedir.

Tarihte Türk Kırmızısı'ndaki en büyük teknik gelişme 1810 ve hemen sonrasını izleyen yıllarda olmuştur. Fransa'nın doğusundaki Mulhouse'daki ilk patiska baskı fabrikasının kurucusunun torunu olan Daniel Koechlin seri ve ardışık bir seri süreç icat ederek boyama miktarını büyük ölçüde artırmıştır. Bu süreç çok

hızlı bir şekilde İngiltere'de de uygulanmış ve buna bağlı olarak da üç şirket tarafından (Manchester yakınlarında *Primrose de Thompson*, Accrington'da *Broad Oak* ve Glasgow'daki *Monteith*) üretilmeye başlanmıştır. Sonrasında yeni endüstrileşmiş Avrupa'nın bütününde patiska basmacılığı ve Türk Kırmızısı boyacıları görülmüş ve Moskova'ya kadar genişlemiştir. Böylece Türk Kırmızısı Avrupa'da çok popüler hale gelerek hızlı bir şekilde Kuzey Amerika, Batı Hint Adaları, Hindistan, Çin, Afrika ve Yakın Doğu'ya yayılarak üretilmeye başlamıştır (Şekil:9). Bu rengin orijinalini icat eden ülke Osmanlı Devleti olmakla birlikte Çin ve Endonezya'dan büyük miktarlarda ithalatı yapılan baskılı kıyafetler ve mendiller Osmanlı Devleti'nde bulunmaktaydı.

1869'da kimyagerler, kökboyası köklerinden daha bol ve daha ucuz bir boya kaynağı olan kömür katranı yan ürünlerinden alizarin oluşturmanın bir yolunu geliştirmişlerdir. Yapay ürün, Türkiye'deki kırmızı boyamada hızla kökboyanın yerini alarak bir alizarin kaynağını diğerinin yerine koymuştur. 1870'lerde yağlama sürecindeki gelişmeler yaklaşık üç günde kırmızıyı mümkün kılarak üretim süresini önemli ölçüde kısaltmıştır. Karmaşık ve zaman alıcı süreç, Edirne Kırmızısı'nı birinci sınıf bir ürün haline getirmiştir. 19. yüzyılın sonlarında Edirne Kırmızısı'nı daha ucuza satın almak isteyen tüketiciler bu renk olduğunu düşünerek hızla solan Kongo Kırmızısı gibi sentetik boyalardan paketler veya şişeler satın alırken kandırıldıkları ortaya çıkmıştır.



Grafik 1: Edirne Kırmızısı'nın Ülkeler Arası Yayılmasını Gösteren Grafik[9]

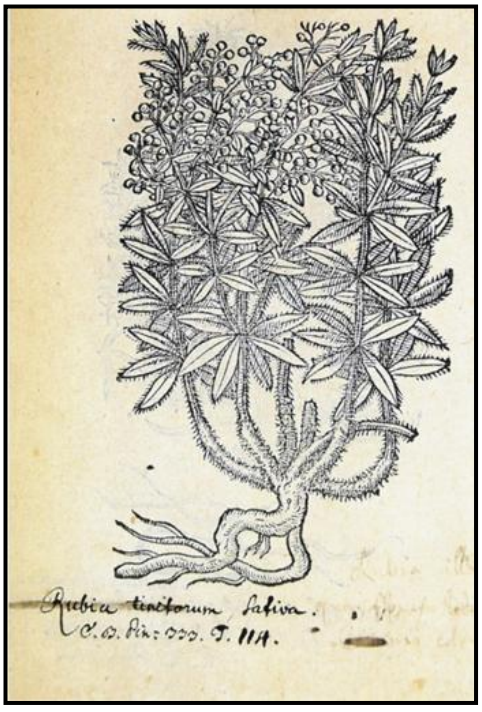
Sentetik boya sektörü 1800'lü yılların ikinci yarısında hızla büyümüş ancak yeni bir kırmızı, Türk Kırmızısı'nın haslığına eşit olamamıştır. Endüstrinin sentetik alizarin kullanmasına rağmen, molekülü doğal kaynaklı olanla aynı olup bu nedenle haslığı etkilenmemiştir. Doğu'dan gelen deneyim Avrupalıların sistematik ve rekabetçi yapılarıyla birleşerek Türk Kırmızısı endüstrinin doğuşuna tanıklık etmiş ancak gelişmenin ve değişimin durdurulamaz yönü, elde edilen sonucun kalıcı olmasını engellemiştir. Türk Kırmızısı Endüstrisi, varlığını kök boya gibi bir doğal boyaya borçlu olduğundan, sentetik boyaların üretilmesiyle düşüşe geçmiş ve bitmiştir. Sektörün ardında bıraktığı örnekler ise Avrupa'nın endüstri tarihine ışık tutmakla kalmayıp, farklı coğrafyalarda üretilen değerlerin nasıl dünya kültür mirasına dönüştüğünü göstermektedir (Yıldırım, 2014).

Son olarak 1930'larda, yeterince hızlı ve boyaması çok daha hızlı olan naftol kırmızısı boyalar geliştirilmiş ancak renk, sanayileşme sonrası seri üretim nedeniyle -formülündeki zorluklara ilave olarak- üretimi günden güne azalmış ve yerini kolay elde edilebilen sentetik boyayla üretilen ürünlere bırakmıştır.

[9] Prof. Dr. Recep Karadağ'ın kişisel arşivinden alınmıştır.

2.2.1.2. Edirne Kırmızısı Renginin Ham Maddesi (Rubia tinctorum L. Bitkisi)

Tarih boyunca bitkiler birçok buluşa katkı sunmuştur. Gıda, sağlık, kozmetik ve tekstil gibi birçok sektörde hammadde olarak kullanılan bitkiler insan hayatını kolaylaştırmış ve birçok yeniliğe aracı olmuştur. Gerek hammadde olarak gerekse de çeşitli işlemlerden geçerek birçok buluşun hayata geçirilmesine zemin oluşturan bitkilerden biri de biri de ipek ve pamuklu kumaşların boyanmasında en önemli doğal kaynaklardan biri olan kök boyadır. Latince adıyla *Rubia tinctorum L.* olan kök boya, doğal boyamada en çok kullanılan bitkilerin başında gelmektedir. Köklerinden *purpurin* ve alizarin boyar maddelerinin elde edildiği çiçekli bir bitki türü olan *Rubia tinctorum L.* aynı zamanda Edirne Kırmızısı renginin de hammaddesidir. Çok eski zamanlarda ticareti yapılan bu bitkinin içeriğinde alizarin, *pseudopurpurin*, *purpurin*, *munjistin*, *rubiadin*, *xanthopurpurin*, *purpuroxanthin*, *lucidin*, *chinizarin*, *christofin* ve *antrhagallol* bulunmaktadır (Karadağ, 2007:72-73).



Görsel 4: Sanayi Topluluğu Kütüphanesi Koleksiyonu, Mulhouse / Fransa[10]

[10] Jacque vd., 1994: 80.

Ülkemizde el sanatlarında da kullanım alanına sahip kök boya bitkisi, *Rubiaceae* familyasına ait çok yıllık, çift çenekli bir bitkidir. Bu bitki birçok bitki türünü barındıran *Rubiacées* familyasına adını vermiştir. Türkiye'de kök boya, boyacı kökü, boyalık, boya otu, boya pürcü, dil kanatan, boya sarmaşığı, kırmızı boya, kırmızı kök, yumurta boyası, kızılboya, boya çili gibi yerel adlarla da anılmaktadır (Eşberk, 1947).

Kızılkök bitkisinin boyası kökündedir. Bunların arasından Gordon bitkisinin geçtiğimiz yüzyılda 53 çeşidi bilinmektedir. Ancak bu çok sayıdaki türlerden yalnızca üç tanesi boyama için kullanılmıştır: İçlerinden en tanınanı "boyamacıların kırmızısı" anlamına gelen *Rubia tinctorum L.*'dir (Fues, 1994). Kızılkök en eski zamanlardan itibaren Doğu Akdeniz'de, özellikle de İzmir, Edirne ve Kıbrıs adasında yetiştirilmiştir. Anadolu'nun en meşhur ve en eski şehirlerinden olan *Smyrne* (İzmir), Doğu mallarının bir deposu ve özellikle İzmir kızılkökleri adı altında bölgenin tüm kızılköklerinin ticaretinin merkezi olmuştur. Bu boyama bitkisinin Batı Avrupa'ya yayılması daha az olmuştur ve Grekler ile Romalılar bu bitkiyi sırasıyla "*erythrodanom*" ve "*varantia*" olarak adlandırmışlardır. Özellikle bunlardan *varantia* kızılköke ismini verir ve manası "gerçek renk" ya da "kırmızı renk"tir (Fues, 1994).



Görsel 5: Rubia tinctorum L. Bitkisi[11]

[11] Kişisel arşiv.

Rubia tinctorum L. bitkisi çok yıllık bir bitki olup iki metreye kadar uzanan bir boya sahiptir. Anavatanının Anadolu olduğu bilinse de bu konuda kesin bir kaynak yoktur ancak Kafkaslardan Himalayalara kadar birçok coğrafyaya yayılmıştır. Güneşli ya da yarı gölgeli bölgelerde yetişmekle birlikte don olaylarına dayanıklıdır ve 1,5 metre büyüyebilme özelliğine sahiptir. Yapraklar beş ila on santimetre uzunluğunda ve iki ila üç santimetre genişliğindedir. Bitki; Haziran, Temmuz ve Ağustos ayında çiçek açmaktadır ve üç ila beş milimetre uzunluğa sahip olup beş soluk sarı petalli yoğun kümeler halindedir. Bitkinin meyveleri ise kırmızı ve siyah renklerde olup dört ila altı milimetre çapındadır. Kökü bir metreden daha uzun olabilmekte ve kalınlığı 12 milimetreyi bulmaktadır. Ayrıca bitkinin tohumları genellikle Eylül ayında olgunlaşmaktadır.



Görsel 6: Rubia tinctorum L. Bitkisinin Çiçek Açmış Hali[12]

Kökboyanın yaşlı kökleri genel olarak genç köklerden daha çok boya ihtiva etmektedir. Bu kökler yazın başlangıcında veya Ekim ayında topraktan çıkarılmaktadır. Çıkarma zamanına göre yaz veya sonbahar kökleri adını almaktadır. Bitkinin yetiştiği bölgenin şartlarına göre köklerdeki boya miktarları, %1-4 arasında değiştirmektedir (Eşberk ve Köşker, 1945). Türkiye'nin hemen her bölgesinde ziraatı

[12] www.plantsoftheworldonline.orgtaxonurnlsidipni.orgnames765369-1 (Erişim Tarihi: 22.05.2021)

yapılan kök boya sulak ve gölgelik yerlerde özellikle dere yatakları civarında ve killi-kumlu, kireçli-killi, humusça zengin topraklarda yetişmektedir. Kök boya tohumları ya doğrudan tarlaya atılmakta ya da yastıklarda çimlendirildikten sonra fideler büyüyünce tarlaya dikilmektedir. Tohumlar, sıcak yerlerde, baharı sıcak geçen bölgelerde Şubat-Mart ayları arasında baharda, toprağı nemli olan yerlerde ise Nisan ayında ekilmektedir (Kayabaşı ve Dellal, 2004:79).

Osmanlı döneminde tekstil, dokumacılık, kilimcilik gibi zanaatların yapıldığı yerlerde bu mesleklerin tamamlayıcısı olarak boyacılık da yapılmıştır. Buna bağlı olarak da boyacılıkta kullanılan birçok bitkinin de yetiştiriciliği yapılmıştır. Osmanlı'ya başkentlik yapan üç şehir olan Bursa, Edirne ve İstanbul da dokumacılığın, kilimciliğin, ipekböcekçiliğinin, boyacılığın önemli merkezlerinden biri olmuştur. Özellikle de Edirne'nin Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan konumda olmasının yanı sıra Balkanlara da yakınlığı nedeniyle Osmanlılar döneminden sonra da önemini korumuştur. İç ve Orta Anadolu başta olmak üzere Türkiye'nin birçok bölgesinde yetişen bu bitki Edirne'de de yetişmeye uygundur. Geçmişte örneklerine rastlanan bitki bugün Trakya Üniversitesi'nin girişimleri sonucu bilimsel metotlarla Edirne'de resmi kayıt altına alınarak yetiştirilmeye başlanmıştır.

Kök boya, Osmanlı İmparatorluğu döneminde önemli bir ihraç ürünü olarak ticari bir değer de kazanmıştır (Enez, 1982:10). Birçok pamuklu üründe kullanılan Edirne Kırmızısı, 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa'da çok ünlü olmuştur. Rengin hammaddesi olan *Rubia tinctorum L.* bitkisi uzun yıllar Avrupalılar tarafından ithal edilmiştir. Osmanlı döneminde Edirne, Bursa, İstanbul, Tokat, Konya gibi merkezlerde boyacılık zanaatı çok gelişmiştir. Alaşehir, Aydın, Bursa, Edirne ve Larissa Osmanlı İmparatorluğu'nun boyahaneleriyle meşhur şehirleri olmuşlardır. (Önal ve Kepez, 1989:299-302). Türk Kırmızısı olarak da bilinen Edirne Kırmızısı'nın esası kök boya olup, Anadolu ve Rumeli'de geniş bir kök boya ziraatını da peşinden sürüklemiştir (Baykara, 1998:64).

Kökboyanın boyarmaddesi olan alizarin 1868 yılında sentetik olarak elde edilip piyasaya sürülünce yetiştiriciliği giderek azalmıştır (Dölen 1992:476). 19.

yüzyılın başlarında sentetik boyaların bulunması ile doğal boyacılık hızla terkedilmiştir. Ülkemizde ise 1882 yılında sentetik boyaların piyasaya girişiyle doğal boya kullanımı ve buna paralel olarak el dokumacılığı da gerilemeye başlamıştır (Öztürk, 1997:91). Son yıllarda tekstil ve boya endüstrilerinde hızlı teknolojik ilerlemelerle yararlı son ürünler elde edilmekte, ancak yeni ve önemli çevre problemleri meydana gelmektedir. Uzun süreden beri birçok sentetik boyanın sağlık açısından tehlikeli olduğu bilinmekte, endüstri ekolojik olarak çevre dostu ürünler aramaktadır. Tekstil boyarmaddelerinin büyük bir kısmı kanserojen olan aromatik bileşiklerin türevleridir (Genç, 2014). Benzen ve benzenden türeyen bazı aromatik hidrokarbonların kanserojen oldukları bilinmektedir. Bu bileşiklerin fazla miktarda kullanılması insan sağlığı ve çevre açısından tehdit unsuru olmaktadır (Ulusoy vd, 2016:98). Bazı sentetik boyar maddelerin çevreye zararlı etkilerinin yanı sıra, insanlarda alerjiye de neden olduğu saptandığından son yıllarda doğal boyalara olan ilgi artmıştır.

BÖLÜM III

EDİRNE KIRMIZISI İLE İLGİLİ GÜNÜMÜZE KADAR YAPILAN ÇALIŞMALAR

Edirne Kırmızısı'nın kamuoyunda yeniden gündeme gelmesi, Edirne'de günlük olarak yayımlanan yerel bir gazete olan Hudut Gazetesi'nde yer alan bir yazı dizisine dayanmaktadır. 20-21 ve 22 Mart 2017 tarihlerinde "Paylaşılamayan Kırmızı" başlığıyla yayımlanan yazı dizisi sonrası Edirne kamuoyu "Edirne Kırmızısı" ile tanışmıştır. Hudut Gazetesi'ndeki üç bölümlük yazı dizisi sonrası kent gündemine yeniden gelen Edirne Kırmızısı pek çok kurum ve kuruluşun dikkatini çekmeyi başarmıştır. Edirne'de oldukça ses getiren yazı dizisiyle birlikte Edirne Kırmızısı ismi sonraki süreçte daha sık duyulmaya başlanmıştır. Edirne ilindeki resmi kurum ve kuruluşların yanı sıra sivil toplum örgütleri tarafından hayata geçirilen çalışmalara Edirne kent halkı ve esnaf da eklenince Edirne Kırmızısı'nın bilinirliği artmış ve daha geniş kitleler tarafından tanınması sağlanmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine ve turizme kazandırılması adına yürütülen çalışmalar tespit edilmiş ve derlenmiştir. Özellikle Trakya Üniversitesi'nin bu konuda önemli çalışmaları olmuştur. Bu nedenle Trakya Üniversitesi tarafından yürütülen çalışmalar ayrı bir başlık altında anlatılmıştır.


20 Mart 2017 HUDUT GAZETESİ 4

PAYLAŞILAMAYAN KIRMIZI

21 Mart 2017 HUDUT GAZETESİ 4

PAYLAŞILAMAYAN KIRMIZI - 2

Edirne Kırmızısı uğruna verilen mücadeleler

22 Mart 2017 HUDUT GAZETESİ 4

PAYLAŞILAMAYAN KIRMIZI - 3

Edirne Kırmızısı için İngiltere'de düzenlenen yarışma

Görsel 7: Hudut Gazetesi'nde Yayımlanan Yazı Dizisine Ait Gazete Kupürleri

3.1. Trakya Üniversitesi Tarafından Yapılan Çalışmalar

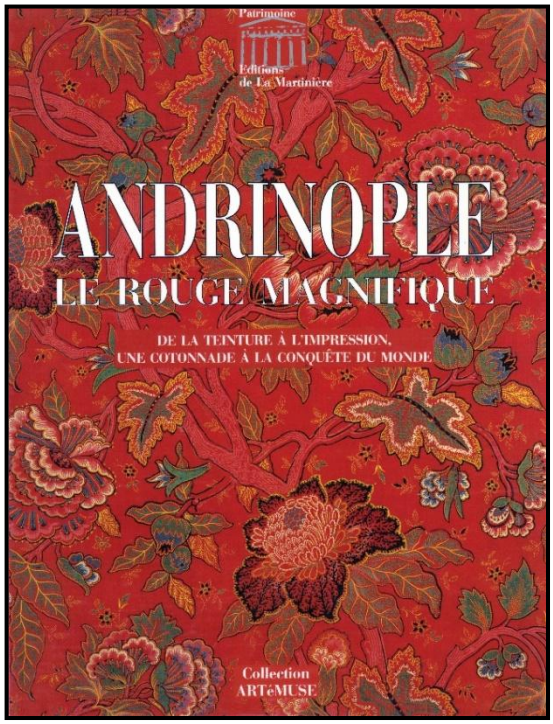
Trakya Üniversitesi 1982 yılında bir bölge üniversitesi olarak kurulmuştur. Bugüne kadar bünyesinden Çanakkale Onsekiz Mart, Kırklareli ve Tekirdağ Namık Kemal üniversitelerini çıkaran Trakya Üniversitesi 2020-2021 eğitim-öğretim yılı itibariyle 14 fakülte, 4 yüksekokul, 10 meslek yüksekokulu, 5 enstitü, 1 konservatuar ve 37 araştırma ve uygulama merkezi ile yaklaşık 45 bin öğrencinin öğrenim gördüğü bir eğitim kurumudur. Edirne Kırmızısı ile ilgili en çok araştırma yapan kurumların başında gelen Trakya Üniversitesi bu çalışmaları sürdürülebilir hale getirmek için bünyesinde "Edirne Kırmızısı Projeler Koordinatörlüğü" adı altında bir çalışma grubu kurmuştur.

Rengin kent kimliğine kazandırılması için 2020 ve 2021 yıllarını kapsayan "Edirne Kırmızısı Stratejik Planı" oluşturan Trakya Üniversitesi, bu plan doğrultusunda birçok çalışmayı hayata geçirmiş ve projeler üretmeye devam etmektedir. Akademisyen ve araştırmacılar tarafından oluşturulan "Edirne Kırmızısı Stratejik Planı" dâhilinde 5 ana başlıkta toplanan çalışmalar çeşitli alt gruplara ayrılmıştır. Farklı disiplinleri kapsayan stratejik plan, "Bilimsel ve Akademik Çalışmalar", "Kültürel ve Sanatsal Çalışmalar", "Tarih ve Araştırma Çalışmaları", "Ticari ve Yerel Ekonomiye Katkı Çalışmaları" ve "Diğer Çalışmalar" başlıklarından oluşmaktadır. Trakya Üniversitesi tarafından Edirne Kırmızısı ile ilgili yürütülen proje ve çalışmalar şu şekildedir:

- "Andrinople Le Rouge Magnifique" İsimli Kitabın Trakya Üniversitesi Kütüphanesine Kazandırılması (2017)
- 1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu (2020)
- Rubia tinctorum L. Kök Boya Bitkisinin Yetiştirilmesi Projesi (2020)
- Edirne Kırmızısı İnternet Sitesi (2020)
- Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması (2020)
- Edirne Kırmızısı Kumaş Koleksiyonu (2021)
- "2. Uluslararası Kültür, Sanat ve Edebiyat Kongresi" (2021)
- "Edirne Kırmızısı'nın Kent Kültüründeki Yeri ve Önemi" Semineri (2021)
- "Reng-i Edirne" Markası (2020)

- Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün "Edirne Kırmızısı" Tez Kapağı Uygulaması (2021)
- Diğer Çalışmalar

3.1.1. Andrinople Le Rouge Magnifique İsimli Kitabın Trakya Üniversitesi Kütüphanesine Kazandırılması (2017)



Görsel 8: Fransızca Yazılan ve 1995 Yılında Yayımlanan "Andrinople Le Rouge Magnifque" İsimli Kitaba Ait Görsel

Edirne Kırmızısı'nın kent gündemine gelmesiyle birlikte atılan ilk somut adımlardan biri, Fransızca yazılan "Andrinople Le Rouge Magnifique" isimli kitabın Trakya Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'ne kazandırılmasıdır. Trakya Üniversitesi Kütüphane Dokümantasyon Daire Başkanı Recep Zogo tarafından 2017 yılı Ekim ayında başlatılan girişim sonrası "Andrinople Le Rouge Magnifique" isimli kitap Amerika'dan temin edilerek Kasım ayında Edirne'ye getirtilmiştir. Kütüphanenin "Edirne Kitaplığı" dökümüne 550. kitap olarak kaydı yapılan eser, 2020 yılının

Mayıs ayında Dr. Saltuk Duran tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Trakya Üniversitesi Kütüphane Dokümantasyon Daire Başkanlığı ayrıca Edirne Kırmızısı hakkında bilgiler içeren motifli kitap ayraçları yaptırmıştır.

3.1.2. "1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu" (2020)

"Edirne Kırmızısı Stratejik Eylem Planı"nın "Bilimsel ve Akademik Çalışmalar" başlığının bir alt çalışması olan "1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu", 20 Ekim 2020 tarihinde Trakya Üniversitesi ev sahipliğinde çevrim içi olarak düzenlenmiştir. Türkiye, Romanya ve Yunanistan'dan akademisyen ve araştırmacıların katılımıyla iki ayrı oturumda gerçekleşen sempozyumda Edirne Kırmızısı bilimsel açıdan değerlendirilmiştir.

İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Recep Karadağ'ın moderasyonunda gerçekleşen birinci oturumda Edirne Kırmızısı; eczacılık, turizm ve kimya gibi farklı disiplinler açısından ele alınmıştır. Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Emel Gönenç Güler'in "Edirne Kırmızısı'nın Turizmdeki Yeri" sunumuyla başlayan sempozyum, University Ecclesiastical Academy of Thessaloniki'den Prof. Dr. Ioannis Karapanagiotis'in "Akdeniz Kültür Mirasının Nesnelerindeki Kök Boyasının HPLC Kullanılarak Belirlenmesi" ve Trakya Üniversitesi Eczacılık Fakültesinden Dr. Öğr. Üyesi Gülşah Gedik'in "Edirne Kırmızısı ve Üretim Yöntemi" başlıklı sunumlarıyla devam etmiştir.

"1. Uluslararası Edirne Kırmızısı e-Sempozyumu"nun ikinci oturumu, Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Emel Gönenç Güler moderasyonunda gerçekleşmiştir. Edirne Kırmızısı'nın moda, tarih ve tekstil alanlarında değerlendirildiği oturum, İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Recep Karadağ "Türk Kırmızısı Reçetesi, Patenti ve Sanayi Ölçeğinde Yeniden Üretimi" sunumuyla başlamıştır. Oturum, Romanya Ulusal Tarih Müzesi'nden Dr. Irina Petroviciu'nun "Romanya Koleksiyonlarında Doğuya Özgü Kumaşlarda Kırmızı Boyalar" ve Trakya

Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Becenen'nin "Neden Edirne Kırmızısı?" başlıklı sunumlarıyla tamamlanmıştır.

Edirne Kırmızısı renginin kentin markalanmasında önemli bir etken olduğunun vurgulandığı sempozyumda Edirne Kırmızısı Müzesi ve Edirne Kırmızısı Sokağı gibi öneriler dile getirilmiştir. Sempozyumda ayrıca Edirne Kırmızısı'na rengini veren doğal kökboyanın gıda, kozmetik, eczacılık, nano-teknoloji gibi birçok alanda kullanımının yaygınlaştırılabileceği belirtilmiştir. Sempozyumdaki sunum ve bildiriler daha sonra Orkun Akman'ın editörlüğünü yaptığı bir kitapta toplanarak üniversite kütüphanesine kazandırılmıştır.

3.1.3. Rubia tinctorum L. Kök Boya Bitkisi Yetiştirme Projesi (2020)

"Edirne Kırmızısı Stratejik Planı" dâhilinde "Bilimsel ve Akademik Çalışmalar" başlığının bir diğer projesi, Edirne Kırmızısı üretiminde kullanılan bir kök boya bitkisi olan *Rubia tinctorum L.*'nin yetiştirilerek çoğaltılması adına başlatılan girişimler olmuştur. 2020 yılının Kasım ayında İstanbul'daki Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi'nden (NGBB) alınan *Rubia tinctorum L.* bitkisinin kökleri, Trakya Üniversitesi'ne ait seralara ekilerek bitkinin çoğaltılma çalışmalarına başlanmıştır. Havsa Meslek Yüksekokulu da bu çalışmalara ortak olarak Mezlek Yüksekokulu Müdürü Prof. Dr. Mustafa Tan öncülüğünde, Park ve Bahçe Bitkileri Bölümü'nden Dr. Öğr. Üyesi Sedat Karadavut ve Öğr. Gör. Adnan Çolak tarafından hazırlanan TÜBAP (Trakya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri) projesi ile meslek yüksekokulunun boş arazilerine kök boya bitkisinin ekimi yapılmıştır. "Edirne Şartlarında Doğal Boya Bitkisi Kök Boyanın (*Rubia Tinctorum L.*) Tarımsal Potansiyelinin Belirlenmesi" isimli proje dâhilinde Havsa Meslek Yüksekokulu'na ait bir alana 1000 adet *Rubia tinctorum L.* bitki kökü ekilmiştir. Edirne'de bulunan yerel popülasyonlar ile İran'dan getirtilen iki ayrı popülasyonun verim ve boya madde oranının Trakya'daki iklim ve toprak koşulları göz önünde bulundurularak araştırıldığı proje kapsamında ekilen kökler üç ay boyunca incelenmiştir. Proje kapsamında ayrıca kök bitkisinin, Edirne ili topraklarında tarımsal gelişme

potansiyelinin ortaya konması ve üreticiler için alternatif bir ürün oluşturulması için çalışmalar devam etmektedir.



Görsel 9: Havsa Meslek Yüksekokulu'nda Yetiştirilerek Çoğaltılan Rubia tinctorum L. Bitkisinin Kökleri

Projenin devamında Balkan Yerleşkesi içerisinde "Kök Boya Gen Bahçesi" oluşturulmaya başlanmıştır. Havsa Meslek Yüksekokulu'nda üretilen Edirne kökenli üç genotip ile İran kaynaklı iki genotipten oluşan 200 adet fide, üniversite bünyesinde oluşturulan Kök Boya Gen Bahçesi'nin dikilmiştir. İleriki dönemde farklı kaynaklardan temin edilen popülasyonların ilave edilmesi ile gen bahçesindeki koleksiyonun genişletilmesi hedeflenmektedir. Yapılan bu girişimlerle birlikte Edirne'deki çiftçi ve üreticilerin yanı sıra genç girişimcilerin de ilgisinin *Rubia tinctorum L.* bitkisine yöneldiği gözlenmiştir.

Bu girişimin bir benzeri de Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü tarafından hayata geçirilmiştir. Enstitünün Karaağaç Mahallesi'ndeki araştırma tarlasında düzenlenen törende iki dekarlık alana, Edirne Kırmızısı'na rengi veren *Rubia tinctorum L.* bitkisinin tohumları ekilmiştir. Edirne Valiliği himayesinde oluşturulan

“Rumeli Kültür Sanat Akademisi” projesi kapsamında hayata geçirilen “Edirne Kırmızısı Bitki Tohumu Ekimi” etkinliği 11 Kasım 2020 tarihinde gerçekleşmiştir.

3.1.4. Edirne Kırmızısı İnternet Sitesi (2020)

Trakya Üniversitesi tarafından Edirne Kırmızısı ile ilgili hayata geçirilen çalışma ve faaliyetlerin kamuoyuna duyurulması için 2020 yılı Ekim ayında “www.edirnekirmizisi.trakya.edu.tr” internet sitesi kurulmuştur. Yapılan tüm çalışmaların güncel olarak yüklendiği internet sitesi 09.08.2021 tarihine kadar toplam 33 bin 151 kez görüntülenmiştir.

3.1.5. Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması (2020)

Edirne Kırmızısı’nı kurumsal bir zemine taşımak amacıyla Trakya Üniversitesi tarafından 6 Kasım - 18 Aralık 2020 tarihleri arasında “Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışması” düzenlenmiştir. Trakya Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu, Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı Prof. Melihat Tüzün, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Caner Karavit, Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi İlter Alkan, Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Zehra Atabey, Trakya Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Birimi Sorumlusu Öğr. Gör. Kıvanç Ada ve Trakya Üniversitesi Edirne Kırmızısı Projeler Koordinatörü Orkun Akman’ın seçici kurulunda yer aldığı yarışmaya 400’den fazla eser sahibi 703 çalışma ile başvurmuştur.



Görsel 10: Edirne Kırmızısı Logo Tasarım Yarışmasının Kazananı Özkan Keçili'ye Ait Tasarım

Genel sunum, temaya bağlılık, özgünlük, estetik değer, renk uyumu ve eserin kompozisyonu parametrelerini esas alındığı yarışmanın birincisi, Görsel 10'da görülen Özkan Keçili'ye ait tasarım olmuştur. Yarışmada sergilenmeye değer 30 eser ise çevrim içi bir sergide buluşturularak izlenmeye sunulmuştur.

3.1.6. Edirne Kırmızısı Kumaş Koleksiyonu (2020)

Edirne Kırmızısı'nı somutlaştırmak adına girişimlere başlayan Trakya Üniversitesi, hazır giyimde Türkiye'nin hazır giyimde önemli markalarından biri olan Kiğılı ile protokol imzalayarak ipek ve polyester kumaşlardan oluşan bir koleksiyon oluşturmuştur. Şal, kravat ve mendilden oluşan koleksiyonun ilk parçası, Trakya Üniversitesi ve Kiğılı firması tarafından ortaklaşa yapılan bir tanıtım toplantısıyla kamuoyuna duyurulmuştur.

3.1.7. "2. Uluslararası Kültür, Sanat ve Edebiyat Kongresi" (2021)

Trakya Üniversitesi ve Kiğılı firmasının tekstil ürünlerinde başlattığı iş birliği akademik ortama da taşınmıştır. İki kurum temsilcileri tarafından hazırlanan

“Edirne Kırmızısı’nın Çağdaş Yaklaşımlarla Tekstil Desen Çalışmalarında Kullanımı” isimli makale, “2. Uluslararası Kültür, Sanat ve Edebiyat Kongresi”nde yayımlanmıştır. 2-4 Mayıs 2021 tarihleri arasında çevrim içi olarak gerçekleşen kongrede ayrıca 8 ülkeden akademisyen ve araştırmacılar sunum yapmıştır. Trakya Üniversitesi Edirne Kırmızısı Projeler Koordinatörü Orkun Akman, Okan Üniversitesi’nden Gaye Şenkal Acar, Kiğılı firmasından Sibel Kızılkaya ve Saliha Gülmez Günay’ın yazarları arasında yer aldığı makalenin sunumu, 3 Mayıs Pazartesi günü üçüncü salonun birinci oturumunda gerçekleşmiştir. Türkiye’nin yanı sıra İtalya, Hindistan, Azerbaycan, Filipinler, İran, Pakistan ve Kazakistan’dan akademisyen ve araştırmacıların katılımıyla gerçekleşen kongrede Edirne Kırmızısı’nın tarihi, önemi ve tekstil desenlerinde kullanımı aktarılmıştır.

3.1.8. “Edirne Kırmızısı’nın Kent Kültüründeki Yeri ve Önemi” Semineri (2021)

Trakya Üniversitesi Edirne Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından “Kent Söyleşileri” başlığı altında düzenlenen çevrim içi söyleşilerin ikincisi “Edirne Kırmızısı’nın Kent Kültüründeki Yeri ve Önemi” konulu seminer olmuştur. 31 Mayıs 2021 Pazartesi akşamı saat 20.00’de yapılan ve Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Emel Gönenç Güler’in moderasyonunda gerçekleşen söyleşide Trakya Üniversitesi Edirne Kırmızısı Projeler Koordinatörü Orkun Akman tüm detaylarıyla Edirne Kırmızısı’nı anlatmıştır.

3.1.9. “Reng-i Edirne” Markası (2021)

Trakya Üniversitesi tarafından yürütülen çalışmalardan biri de Edirne Kırmızısı’nın “Reng-i Edirne” ismi ile markalanması çalışması olmuştur. 5 Şubat 2021 tarihinde 2021/19255 numaralı başvuruda 13 sınıfta rengin markalaşması sağlanmıştır. Ayrıca “Reng-i Edirne” markası için Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nde Araştırma Görevlisi olan Meriç Batuhan Çil tarafından bir logo tasarlanmıştır. Marka başvurusunda bulunulan ve Osmanlı Türkçesinde “Edirne’nin Rengi” anlamını taşıyan “Reng-i Edirne” söz grubunu kapsayan logo

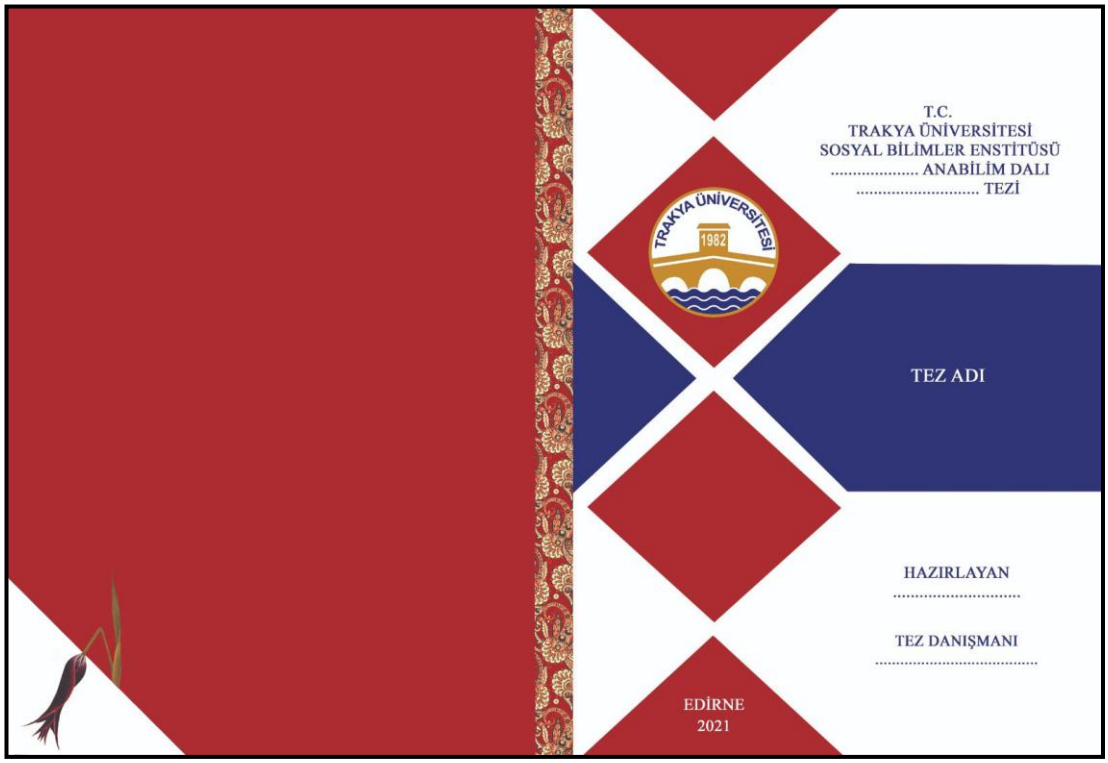
tasarımı, Edirne Kırmızısı renginden oluşmakla beraber tamamlayıcı farklı iki renkle desteklenmiştir. “Edirne Kırmızısı” renginin uluslararası alan yazınında Fransızca ismi “Rouge d’Andrinople” ifadesinin de yer aldığı logo tasarımında ayrıca markanın kurumsal sahibi Trakya Üniversitesinin adı da yer almaktadır.

İngilizce ‘kırmızı’ anlamı taşıyan “red” sözcüğünün vurgulanması adına “Reng-i” ifadesindeki R ile “Edirne” ifadesindeki “E” ve “D” harfleri kompozisyonun bir bütününü oluşturmaktadır. Ayrıca logo tasarımını alt ve üst bölgeden yuvarlak hatlarla keskinleştirilmesi dünyayı, logonun sağ ve sol kısımlarının açık bırakılması da rengin özgünlüğünü anlatmaktadır.

Edirne Kırmızısı renginin hammaddesi olan *Rubia tinctorum L.* bitkisinin üç çiçeği, Edirne’nin üç nehrini simgelemektedir. Ortadaki en uzun çiçek Meriç Nehri’ni, sağdaki ikinci uzun çiçek Tunca Nehri’ni ve en soldaki çiçek ise Arda Nehri’ni temsil etmektedir. Ayrıca çiçeğin beş yaprağı da Edirne'nin tarih boyunca ev sahipliği yaptığı medeniyetlerden beş tanesi olan Trakları, Bizanslıları, Odrisleri, Makedonları ve Osmanlıları sembolize etmektedir.

3.1.10. Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün “Edirne Kırmızısı” Tez Kapağı Uygulaması (2021)

Trakya Üniversitesi bünyesinde hayata geçirilen çalışmalardan biri de, Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin tezleri için hazırladığı Edirne Kırmızısı temalı kapaklar olmuştur. Dolunay Bayatlı Kural tarafından tasarlanan tasarım Trakya Üniversitesi senatosu tarafından kabul edilmiş olup Temmuz 2021 yılı itibariyle yüksek lisans ve doktora tezlerini tamamlayan öğrenciler tez kapaklarını, Edirne Kırmızısı renginin kullanıldığı bir tasarımla Sosyal Bilimler Enstitüsü’ne sunmuşlardır.



Görsel 11: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri İçin Hazırlanan Kapak Tasarımı

3.1.11. Diğer Çalışmalar

Marka çalışmasının yanı sıra Edirne Kırmızısı'nın "coğrafi işaret" alması çalışmaları da Trakya Üniversitesi tarafından sürdürülmektedir. Prof. Dr. Mustafa Tan, Dr. Öğr. Üyesi Gülşah Gedik, Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Becenen, Öğr. Gör. Necla Sevinir Bakla ve Orkun Akman'dan oluşan Edirne Kırmızısı Denetim Komisyonu, çalışmalarına devam etmektedir.

Diğer yandan kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla Trakya Üniversitesi tarafından her ay yayımlanan "Trakya Kampüs" gazetesi, 12. sayısını "Edirne Kırmızısı"na ayırmıştır. Trakya Üniversitesi Basın Halkla İlişkiler Birimi tarafından yayına hazırlanan "Trakya Kampüs" gazetesinin Mart sayısında Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması adına Trakya Üniversitesi tarafından yapılan çalışmalar anlatılmıştır.

Ayrıca Trakya Üniversitesi Rektörlüğü tarafından Yüksek Öğretim Kurumu tarafından 4 ayrı kategoride düzenlenen "YÖK Üstün Başarı Ödülleri"nin "Yerel Kalkınmaya Katkı Ödülü" kategorisine "Edirne Kırmızısı'nın Kent Kimliğine, Turizme ve Kent Ekonomisine Kazandırılması" projesi ile başvurulmuştur.

3.2. Edirne'deki Diğer Kurum ve Kuruluşlar Tarafından Yapılan Çalışmalar

Trakya Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen çalışmalara ilaveten Edirne Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Edirne Belediyesi, Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Kırklareli Olgunlaşma Enstitüsü, Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği gibi resmi kurum ve kuruluşlar ile sivil toplum kuruluşları da Edirne Kırmızısı ile ilgili çalışmalar yürütülmüştür. Bu çalışmalar şu şekildedir:

- "Edirne'yi Keşfet" Etkinliği (2017)
- Edirne Kırmızısı Çalıştayı (2018)
- Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmaları ile Edirne Kırmızısı Buluşması (2018)
- Edirne Tanıtım ve Turizm Derneğinin Mulhouse Kentine "Edirne Kırmızısı" Ziyareti (2018)
- Yerel Tarih Grubuna "Edirne Kırmızısı" Sunumu (2019)
- "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" Tiyatro Gösterisi (2019)
- Edirne Kırmızısı Renginde Boyanan Konak (2019)
- İşletmelerde Edirne Kırmızısı Önlüğü (2019)
- Kırklareli Olgunlaşma Enstitüsünün Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaları (2019-2020)
- "Edirne Kırmızısı" Romanı (2021)
- Uluslararası 6. Sınırsız Dostluk Yarı Maratonu"nun Teması: Edirne Kırmızısı (2021)

3.2.1. “Edirne’yi Keşfet” Etkinliği (2017)

Edirne Kırmızısı’nın ilk kullanıldığı etkinlik, 2017 yılı Nisan ayının ilk haftasında Edirne Belediyesi, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) ve Hürriyet Gazetesi iş birliğinde düzenlenen “Edirne’yi Keşfet” etkinliği olmuştur. Birçok gazeteci, yazar ve turizmcinin üç gün boyunca Edirne’nin doğal, tarihi, kültürel, sportif ve gastronomik değerlerini deneyimlediği etkinlikte organizasyonun ev sahipliğini yapan Edirne Belediye Başkanlığı tarafından davetlilere Edirne Kırmızısı renginde fular ve kravat hediye edilmiştir. Ayrıca davetliler Edirne Belediyesi tarafından organize edilen akşam yemeğine Edirne Kırmızısı rengindeki kravat ve fularlarla katılmıştır.

3.2.2. Edirne Kırmızısı Çalıştayı (2018)

Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği, Edirne Kırmızısı ile ilgili önemli çalışmalar yürüten sivil toplum kuruluşlarının başında gelmektedir. 1962 yılında Edirne’yi Tanıtma ve Turizm Derneği adıyla kurulan dernek (Bilar, 2018:279), Edirne’de halen aktif olan sivil toplum kuruluşları arasında en eski derneklerden biridir. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nın 1963 yılında kurulduğu göz önünde bulundurulduğunda, bakanlıktan bir yıl önce kurulan bir sivil toplum kuruluşu olarak dikkat çeken Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği kuruluşundaki vizyonel yönünü, günümüzde de sürdürmektedir.

Edirne Kırmızısı’nın kent kimliğine kazandırılması adına 2017 yılından itibaren birçok çalışmalar yürüten Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği, 15 Ocak 2018 tarihinde “Edirne Kırmızısı Çalıştayı”nı organize etmiştir. Trakya Üniversitesi Rektörlüğü ve Trakya Üniversitesi Kütüphane Dokümantasyon Daire Başkanlığı iş birliğinde Trakya Üniversitesi Merkez Kütüphanesi’nde düzenlenen çalıştay, iki ayrı oturumda, 20 kişilik katılımcı grubuyla gerçekleşmiştir. Edirne Kırmızısı hakkında sağlıklı bilgi üretilmesi, kültürel, turistik, ticari açıdan Edirne’ye kazanım sağlaması adına izlenecek metot ve yöntemlerin belirlenmesi, rengin kent belleğine yeniden kazandırılması ve şehrin tanıtımında aktif hale getirilmesi, turizm ögesi olarak yaşatılması adına Edirne’deki kurumlarla ortak bir çalışma yapılarak bir stratejik

plan oluşturulması amacıyla düzenlenen çalıştayın onur konuğu, Marmara Üniversitesi Öğretim Üyesi ve Turkish Cultural Foundation (Türk Kültür Vakfı) Danışmanı Prof. Dr. Recep Karadağ olmuştur. Karadağ çalıştayda ayrıca rengin tarihine ve elde ediliş formülüne ilişkin bir sunum gerçekleştirmiştir. Çalıştaya katılan kurum ve kuruluşlar şu şekildedir:



Görsel 12: 15 Ocak 2018 Tarihinde Düzenlenen Edirne Kırmızısı Çalıştayına İlişkin Bir Görsel

- Basın Yayın ve Enformasyon Edirne İl Müdürlüğü,
- Edirne Atlı Spor Kulübü,
- Edirne Belediyesi,
- Edirne Kent Konseyi,
- Edirne Müzesi,
- Edirne Sanayici ve İş Adamları Derneği,
- Edirne Ticaret ve Sanayi Odası,
- Edirne Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,
- Edirne Yerel Tarih Grubu,
- Edirne'yi Tanıtma ve Tava Ciğer Kalite Koruma Derneği,
- EDRİNUS Edirnekari Atölyesi,
- Emel, Özgür Subaşıay Meslek ve Teknik Anadolu Lisesi,

- Trakya Üniversitesi Edirne Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu,
- Trakya Üniversitesi Kütüphane Dokümantasyon Daire Başkanlığı,
- Trakya Üniversitesi Rektörlüğü,
- Trakya Üniversitesi Şehit Ressam Hasan Rıza Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu.

Çalıştay sonucu Edirne Kırmızısı ile ilgili oluşturulan yol haritasında yapılması planlanan çalışmalar kısa, orta ve uzun vadede olmak üzere üç ayrı başlıkta toplanmıştır. Planlanan çalışmalar şu şekildedir:

Kısa Vadede Yapılması Planlananlar

- İnternet sitesi kurulması,
- El broşürleri basımı,
- İstanbul'daki atölye ve laboratuvar ziyareti,
- Edirne Müzesi ve Sofulu'daki İpek Müzesi incelemeleri,
- Şehir içi ulaşımda minibüslere Edirne Kırmızısı renginde giydirme yapılması,
- Bir sonraki toplantı organizasyonunun yapılması,
- Hediyelik eşya stratejisi belirlenmesi,
- Slogan belirlenmesi,
- Logo seçimi.

Orta Vadede Yapılması Planlananlar

- İşin ekonomik ve tanıtım boyutunu ilgilendiren firma, dernek ve odalarla iletişime geçilerek toplantıların yapılması,
- Bir sonraki organizasyon için yurt dışından gelecek davetliler ile irtibata geçilmesi,
- Edirne Kırmızısı belgeseli hakkında girişimlerde bulunulması,
- Edirne Kırmızısı kitabının çevirisine başlanması,
- Kök boya bitkileri hakkında Trakya Üniversitesi ve Tarımsal Araştırma Enstitüsü ile iş birliğine gidip çalışmalar yapılması,
- Trakya Üniversitesi Tekstil Bölümünde deneme basımının yapılması,

- Boya firmaları ve modacılarla irtibata geçilmesi,
- Otel ve restoranlarda Edirne Kırmızısı önlükleri ve turist ve ziyaretçilere bilgi verici kartvizit ya da broşürler basılması.

Uzun Vadede Yapılması Planlananlar

- Fransa ve İskoçya'daki müzelerin ziyaret edilmesi,
- Üniversitede bilimsel araştırma yapılması,
- Edirne Kırmızısı ile ilgili tarihten belge, materyal ve ürün toplanarak müzenin bir bölümünü dolduracak veriler elde edilmesi,
- UNESCO başvurusu için yol haritası belirlenmesi.

Çalıştayda kurumların çalışma alanlarına göre ise şu görev paylaşımları yapılmıştır.

Edirne Valiliği

- Tüm kurumlarla koordinasyonun sağlanması ve ilin genel stratejik planları içine Edirne Kırmızısı renginin dâhil edilmesi.

Edirne Belediyesi

- Slogan ve logo tasarım yarışması düzenlenmesi,
- Kent halkının bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi adına paneller ve çeşitli etkinlikler düzenlenmesi,
- Kent merkezindeki duyuru alanlarında Edirne Kırmızısı ile ilgili tanıtımlar yapılması,
- Edirne Kırmızısı hakkında ETUS'un (Edirne Toplu Ulaşım Sistemi) panolarında bilgilendirme yapılması,
- EMİTT fuarı, 14 Şubat Sevgililer Günü, 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü, Kakava ve Hıdırellez Şenlikleri, Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri ve 25 Kasım Edirne'nin Kurtuluşu gibi özel gün ve festivallere uygun ürünler geliştirilmesi için çalışmalar yapılması.

Trakya Üniversitesi

- Üniversitenin kimya, sanat tarihi, tarih, tekstil, turizm gibi bölümlerinde yüksek lisans ve doktora tezleri için öğrencilerin araştırmaya teşvik edilmesi ve Edirne Kırmızısı ile ilgili çalışan öğrencilere araştırma, konaklama gibi desteklerle fon oluşturulması,
- Sanat tarihi konusunda üniversitelerden yardım istenmesi ve iş birliğine gidilmesi,
- Denetleyici bir birim oluşturularak Edirne Kırmızısı renginin yanlış kullanımlarından dolayı oluşacak maliyetlerin önlenmesi,
- Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü ile iş birliğine giderek pilot olarak belirlenecek köylerde Edirne Kırmızısı üretiminde kullanılan *Rubia tinctorum L.* bitkisinin üretiminin sağlanması,
- Üniversite öğrencilerine yönelik olarak bilgilendirme, farkındalık yaratma ve tanıtım çalışmaları yapılması.

Edirne Ticaret ve Sanayi Odası

- Edirne kent merkezinin turist ve ziyaretçi bakımından yoğun olduğu günlerde (Cuma, Cumartesi, Pazar) stantlar kurulup Edirne Kırmızısı hediyelik eşya ürünlerinin satılarak rengin tanıtımının yapılması,
- Kalkınma Bakanlığı'yla ortak projeler geliştirilmesi,
- Kent esnafının Edirne Kırmızısı konusunda teşvik edilmesi ve desteklenmesi,
- Edirne'de doğal boyama ve tekstil atölyesi geliştirilmesi konusunda çalışmalar yürütülmesi,
- Edirne Kırmızısı ürünlerinin tanıtım ve pazarlanması konusunda esnafa ve halka seminerler verilmesi.

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

- Edirne Kırmızısı ile ilgili tarihi ve kültürel bilgiler, hikâyeler, efsaneler araştırılıp yaygınlaştırılması ve geçmişte yapılan ipek dokumacılığı da göz önünde bulundurularak araştırma yapılması. Ayrıca yaşlı nüfustan bilgi alınması ve yaptıkları ürünlerin incelenmesi.

Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği

- Edirne Kırmızısı ile ilgili bir internet sitesi oluşturulması,
- Edirne Kırmızısı'nın kullanım alanları belirlenmesi. (Sadece kumaş üzerine mi yoksa Edirne'ye özgü olan mis sabunu, süpürge gibi turistik üzerine mi uygulanacağına karar verilmesi),
- Doğal boyama ve renkler konusunda uzman bilim insanlarıyla iletişime geçerek farkındalığın artırılması (Örneğin Edirne Kırmızısı üzerine çalışmaları bulunan Dominique Cardon ve diğer bilim insanları ile iletişime geçilip panel vs. etkinlikler düzenlenmesi),
- Edirne Kırmızısı renginin tanıtımıyla ilgili otellerle ve sektör temsilcileriyle görüşülmesi.

Edirne Müzesi

- Edirne Kırmızısı ile ilgili müzedeki eserlerin "Edirne Kırmızısı Günleri" adı altında sergilenmesi.

Trakya Üniversitesi Kütüphane Dokümantasyon Daire Başkanlığı

- Edirne Kırmızısı kitabının çevirisi yapılarak kitabın tanıtılması.

Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

- Çeşitli sanat dallarında Edirne Kırmızısı rengine ilişkin eserler üretilerek bu eserlerin yurt içi ve yurt dışındaki sergilerde gösterilmesi.

Trakya Üniversitesi Şehit Ressam Hasan Rıza Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu

- Edirne Kırmızısı hakkında Glasgow Üniversitesi'ndeki çalışmaların incelenmesi,
- Edirne Kırmızısı'nın ders programlarına eklenip farkındalık yaratılması,
- Öğrencilere Edirne Kırmızısı rengini içeren geleneksel ve modern form uygulamaları yaptırılıp bu çalışmaların dönem sonlarında halka açık alanlarda ve tarihi mekânlarda sergilenmesi.

Trakya Üniversitesi Edirne Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

- Edirne Kırmızısı renginin geleneksel metotlarla elde edilmesi için atölye kurulması ve bu atölyede çeşitli fikir üretme etkinliklerinin düzenlenmesi,
- Edirne Kırmızısı renginde örnek kumaş ve tekstil ürünlerin basılması.

Emel, Özgür Subaşıay Meslek ve Teknik Anadolu Lisesi

- Halk Eğitim Merkezinde Edirne Kırmızısı rengine boyanması üzerine el işi çeşitli tekstil malzemesi üretilmesine yönelik kurslar düzenlenmesi.

Basın Yayın ve Enformasyon İl Müdürlüğü

- Belgeselci, araştırmacı, gazeteci ve televizyoncular ile iletişime geçilip Edirne Kırmızısı hakkında tanıtım çalışmaları yapılması.

Edirne Kent Konseyi

- 14 Şubat Sevgililer Günü, 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü ile Kakava ve Hıdırellez Şenlikleri'nde Edirne Kırmızısı renginin yer almasına yönelik çalışmalar yapılması.

Edirne Sanayici ve İş Adamları Derneği

- Edirne'de faaliyet gösteren tekstil firmaları ve fabrikaları ile iletişime geçilip Edirne Kırmızısı renginde üretim yapılmasının teşvik edilmesi.

Edirne Yerel Tarih Grubu

- Edirne Kırmızısı rengine ilişkin Osmanlıca araştırmalar yapılarak toplanan bilgilerin kamuoyu ile paylaşılması.

3.2.3. Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmaları ile Buluşma

Edirne Kırmızısı ile bu tarihe kadar yapılmış en geniş katılımlı çalışmalardan biri olan Edirne Kırmızısı çalıştayı düzenleyen Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği, 26 Eylül 2019 tarihinde Edirne merkezde faaliyet gösteren tekstil

firmalarının temsilcileri ile bir araya gelmiştir. Edirne Kırmızısı renginin hem kentin ekonomisine hem de turizmine kazandırmak adına Edirne merkezde faaliyet gösteren altı tekstil firmasının temsilcisini bir araya getiren dernek yönetimi tarafından dernek binasında yapılan sunumda en doğru tonu kumaşta veren Edirne Kırmızısı renginin tarihsel süreci hakkında sunum yapılmış ve renge ilişkin teknik bilgiler aktarılmıştır.



Görsel 13: Edirne Merkezde Faaliyet Gösteren Tekstil Firmalarının Temsilcileri İle Yapılan Toplantıdan Bir Görüntü

3.2.4. Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği'nin Mulhouse Kentine Edirne Kırmızısı Ziyareti (2018)

Yapılan araştırmalarda Edirne Kırmızısı üzerine en çok çalışmaların Fransa'nın Mulhouse kentinde olduğu gözlenmiştir. Bu bilgi dâhilinde Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği yönetim kurulu, dört kişilik bir ekiple Mulhouse kentine bir ziyaret gerçekleştirmiştir. Dernek Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Bacıoğlu ile dernek yönetim kurulu üyeleri Orkun Akman, Neslihan Çakır ve Sinem Gündoğan'dan oluşan ekip, Fransa'nın Mulhouse kentindeki Kumaş Baskı Müzesini (*Musée de l'impression sur étoffes*) ziyaret ederek rengin izini sürmüştür.

3.2.4.1. Mulhouse Kenti Hakkında Genel Bilgi

Mulhouse, Fransa'nın müzeleriyle ünlü bir kentidir. Strazburg'dan sonra Alsace bölgesinin ikinci büyük şehri olan Mulhouse'un nüfusu 110 bin olup bu nüfusun %60'ını göçmenler, yüzde 40'ını ise Fransızlar oluşturmaktadır. Dünyanın en büyük otomobil müzesi Ulusal Otomobil Müzesi (*Cité de l'Auto*mobile) ile Avrupa'nın en büyük hayvanat bahçelerinden biri olarak bilinen Mulhouse Zooloji'ye ev sahipliği yapan Mulhouse'de ayrıca birçok özel müze de yer almaktadır. Mulhouse Tren İstasyonu'nun hemen yakınında bulunan ve Pazartesi günleri hariç haftanın altı günü açık olan *Musée de l'impression sur étoffes'*te (Kumaş Baskı Müzesi) Fransızca, Almanca ve İngilizce dillerinde saat 10:00 ile 16:00 arasında bir günlük baskı kursları düzenlenmektedir.

18. yüzyıldan 1940'lara kadar, dünyadaki en önemli basılı malzeme koleksiyonunun temsil edildiği müze bugün tekstil camiasının en önemli müzelerden biri olarak görülmektedir. Müze yönetimi tarafından her yıl bir Noel rengi seçilmektedir. Müzenin 2011 yılının motifi olarak seçtiği ve "Gül Rengi" adını verdiği renk ve motifte Edirne Kırmızısı renginden şu şekilde bahsedilmektedir: *Gizli imalat olması nedeniyle Türkler tarafından büyük bir titizlikle korunan, ünlü kırmızı Andrinople övgüyü hak ediyor. Bu motif, 19. yüzyılda Avrupa tekstil baskısının kaynağı ve Mulhouse'un yükselişi ile Hintlilerden esin kaynağı oluyor.*

3.2.5. Yerel Tarih Grubuna "Edirne Kırmızısı" Sunumu (2019)

Edirne'de birçok kamu ve sivil toplum kuruluşunun dikkatini çekmeyi başaran Edirne Kırmızısı, Edirne Yerel Tarih Grubunun da gündemine girmiştir. Güngör Mazlum'un koordinatörlüğünde, Edirne'nin kentsel tarihine ışık tutmak amacıyla 2017 yılından itibaren her ay bir isim davet ederek bilgilendirme toplantıları düzenleyen Edirne Yerel Tarih Grubu, 28 Mart 2019 tarihinde Edirne Lisesinden Yetişenler Derneği Kültür Evinde üyelerine "Edirne Kırmızısı" sunumu yaparak rengin tarihsel sürecini aktarmıştır.

3.2.6. "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" Tiyatro Gösterisi (2019)

Edirne Kırmızısı rengi, 2019 yılında ilk kez devletin resmi bir programında yer almıştır. 15-22 Nisan tarihleri arasında kutlanan Turizm Haftası etkinlikleri kapsamında Edirne Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünün destekleri ile Yönetmen Batuhan Öztürk tarafından yazılıp yönetilen "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" isimli tiyatro oyunu, Edirne Halk Eğitim Merkezi Mimar Kemaleddin Çok Amaçlı Kültür ve Tiyatro Salonunda sahnelenmiştir. Yedi kişilik sahne kadrosu bulunan oyunda 12 kişilik kostüm ve aksesuar kullandırılırken tek perde gösterilen ve 1 saat 15 dakika süren oyunda üç farklı mekân sahnelenmiştir. Tiyatro oyununun hikâyesi ise şu şekildedir:



Görsel 14: "Çargâh Makamı: Edirne Kırmızısının Hikâyesi" Tiyatro Gösterisinden Bir Sahne

Çocukluğunda geçirdiği hastalıktan dolayı gözleri görmeyen Musab, nam-ı diğer Kadife Usta, uzun yıllardır emek verdiği kumaş işinde artık çıraklarını kalfalığa taşıma derdindedir. Bildiği birçok sırrı paylaştığı çırakları artık kırmızının

en güzel tonunu dahi hata yapmadan üretebilmekte, zanaatta başarı sahibi oldukları gibi efendilikleri ile şehirdeki bütün ustalardan da övgü almaktadırlar. Bunda Kadife Usta'nın şiir sevgisi -özellikle üstat Avni'nin şiirleri- ve edebi kişiliği olmasının etkisi olduğu kadar Meczup Ali ile yaptıkları, uzun saatler süren, derin ve keyifli sohbetlerin de etkisi bulunmaktadır. Meczup Ali'nin beslendiği en önemli kaynaksa babası olarak gördüğü, elinde büyüdüğü Kadife Usta'dır. Fakat o dönemde o reçeteden çıkan kırmızı kumaşların göz alıcılığı ve uzun yıllar dayanıklılığı sebebiyle Avrupa'nın birçok şehrinde talep görmesinden dolayı iştahı kabaran tüccarlar, reçeteyi elde edebilmek için ellerinden geleni yapmaktadır. Denedikleri bütün yöntemlerden başarısız sonuç alan ajanlar artık cana kıyabilecek noktadadır ve zorla ele geçirmeye çalıştıkları reçete, Kadife Usta'nın reçetesidir. Olayları erkenden fark eden Kadife Usta çırağına bir kumaşa sır katmanın yolunun kumaşı sirke ile yıkamak olduğunu, sırrı çözmek için de kırmızı ile boyamak gerektiğini anlatmıştır. Reçeteyi kumaşa sırlayıp meczubun yeleğine dikmiştir. Meczubun yeleğinden çıkan sır ile yıllar sonra yola çıkan çırak Saroğlan, Kırmızının uğruna hayatını veren ustasının hatırasına uygun şekilde mücadele verip, bütün Avrupa'da Edirne'nin kırmızısını en doğru tonuyla alanyazınına kazandırmıştır.

3.2.7. Edirne Kırmızısı Renginde Boyanan Konak (2019)

En doğru tonu kumaş baskıda verdiği kanıtlanan Edirne Kırmızısı ile ilgili kentte atılan somut adımlardan biri de Otel İşletmecisi Gökhan Balta'nın Kaleiçi'ndeki konağını Edirne Kırmızısı rengine boyatması olmuştur. Çok sayıda sivil mimarlık örneği ev ve konağın yer aldığı Edirne'nin Kaleiçi semtinde 1903 yılında inşa edilen 300 metrekarelik iki katlı tarihi konağın dış cephesi, Edirne Kırmızısı renk kodunun belirlenmesi sonucu İngiltere'den özel olarak siparişi verilen boya ile boyanmıştır. Edirne Kırmızısı ile ilgili özel sektör adına somut ilk adım atan kişi olan Gökhan Balta'nın konağı bugün Edirne'yi ziyarete gelen turistlerin ilgi odağı haline gelmiştir.



Görsel 15: Otel İşletmecisi Gökhan Balta'ya Ait Olan ve Kaleiçi'nde Bulunan 1903 Yılında İnşa Edilen Konak

3.2.8. İşletmelerde Edirne Kırmızısı Önlüğü (2019)

Edirne Kırmızısı'nın kent hayatında karşılık bulduğunu gösteren çalışmalardan biri de şehir merkezinde faaliyet gösteren bazı işletmelerde garson ve servis elemanlarının Edirne Kırmızısı renginde önlük giymesidir. Müşterilerini kırmızı renkli önlüklerle karşılayan işletme çalışanları rengin halk ve turistler nezdinde tanıtılmasına olanak sağladığı gibi renk konusunda bir farkındalık yaratmıştır.

3.2.9. Kırklareli Olgunlaşma Enstitüsü'nün Çalışmaları (2019-2020)

Edirne Kırmızısı'nın gündeme gelmesi, Edirne'ye komşu il olan Kırklareli'nde de karşılık bulmuştur. Tam adıyla Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri ilk kez 1945 tarihinde açılan ve halen 11 ilde 12 enstitü ile faaliyet gösteren, iki yıllık eğitim veren kurumlardır (wikipedia). Renge ilişkin baskı

çalışmaları gerçekleştiren kurum, ulusal ve uluslararası etkinliklere katılım sağlayarak rengin tanıtılmasına katkı sunmuştur. Bu etkinlikler özetle şu şekildedir:

- Afiş çalışmasıyla katılım, (EMITT Fuarı / İstanbul / 31.01.2019 - 03.02.2019)
- Kumaş baskı çalışmasıyla katılım, (Mardin Kültür ve Sanat Günleri / Mardin / 08.03.2019 - 09.03.2019)
- Ürün ve afiş çalışmasıyla katılım, (Kırklareli Öğrenme Şenlikleri / Kırklareli / 23.05.2019 - 24.05.2019)
- On bir ülkenin katılımıyla gerçekleştirilen sergiye 12 eserle katılım, (11. Letter Art Sergisi / Gaziantep / 10.02.2020 - 17.02.2020)
- Jüri onaylı afiş çalışmasıyla katılım. (USVES Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Sempozyumu / İstanbul / 22.02.2020 - 23.02.2020)

Kırklareli merkezli çalışmalarını sürdüren enstitü ayrıca çeşitli dokularda Edirne Kırmızısı kumaşlarını birçok tekstil ürünüyle buluşturmuş ve bu kumaşlardan, çeşitli dikim teknikleri ve kültürel motifler kullanarak bir giyim koleksiyonu oluşturmuştur.

3.2.10. “Edirne Kırmızısı” Romanı (2021)

Edirne Kırmızısı’nın kent hafızasında yeniden canlanmaya başlaması, roman yazarlarının da dikkatini çekmiştir. Daha önce Son Talika, Okyanusun Şarkısı, Suyun Öteki Yakası ve Mordoğan Mor Mehmet romanlarını yazan Sabriye Cemboluk’un Ceren Yayıncılık’tan çıkan “Edirne Kırmızısı” romanı Şubat 2021’de okurlarıyla buluşmuştur.

3.2.11. “Uluslararası 6. Sınırsız Dostluk Yarı Maratonu”nun Teması: Edirne Kırmızısı (2021)

Edirne’de 20 Haziran 2021 tarihinde koşulan “Uluslararası 6. Sınırsız Dostluk Yarı Maratonu”nun teması olarak Edirne Kırmızısı kullanılmıştır. Türk-Yunan-Bulgar Dostluk Grubu Derneği tarafından düzenlenen organizasyonda maratonda Edirne Kırmızısı renginde tişört ve bez çanta dağıtılmış olup katılımcılara dağıtılan madalya kurdeleleri de Edirne Kırmızısı renginde olmuştur.

BÖLÜM IV

EDİRNE KIRMIZISI'NIN KENT KİMLİĞİNE VE TURİZME KAZANDIRILMASI İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde; araştırmanın amacı, önemi ve modeli belirtilmiş olup çalışma grubu, çalışmada araştırmacının rolü, araştırmanın sınırlılıkları, verilenin nasıl analiz edildiği ve araştırmadan elde edilen bulgular açıklanmaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Küreselleşmenin yaygınlaşması, seyahat etme imkânlarının artması ve bir yerden bir yere ulaşmanın kolay hale gelmesiyle ile birlikte kentler yeni turizm stratejileri geliştirerek daha fazla turist ağırlama hedefine girişmişlerdir. Sahip oldukları doğal, tarihi, kültürel ve mimari değerleri çeşitli yollarla tanıtarak turizmden elde ettikleri geliri artırmayı hedefleyen kentler, var olan turizm potansiyellerini iyileştirdikleri gibi yeni turistik objeler de üretme yarışına girmişlerdir. Bir kentin marka kimliğinin oluşmasında o kente özgü çok sayıda kaynak, değer, sembol, grafik, renk (Meyers ve Lubliner, 2003; Rainisto, 2003; İçli ve Çopur, 2008) kullanılmaktadır. Bu görsel işaretler veya bunların kombinasyonu kent kimliğine değer katmaktadır (Hem ve Iversen, 2004:85). Dolayısıyla bazı kentler marka değeri oluştururken renk kavramını da kullanarak yeni bir imaj yaratma eğilimindedir. Tüm bunlardan yola çıkarak kimi kentler, tarihi ve kültürel birikimleri sayesinde bazı renklerle özdeşleşmiştir. Sahip olduğu tarihi, mimari, kültürel ve turistik objeyle birlikte her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turistin sıklıkla ziyaret ettiği bir kent konumunda olan Edirne ili, tüm dünyada "Edirne" ön ismiyle bilinen bir renge sahiptir. Kent kimliği ve renk kavramı bileşenlerinin doğal yollarla birlikteliğinin sağlandığı nadir kentlerden olan Edirne ilinin sahip olduğu kültürel değerlerden biri de Edirne Kırmızısı'dır. Özellikle renk konusunda yeni bir imaj değeri yaratma gereksinimine ihtiyacın duyulmadığı Edirne ilinin kültürel değeri ve turistik bir objesi olan Edirne Kırmızısı renginin bilinirliğinin kısıtlı olması, bu çalışmanın yapılması gerekliliğini doğurmuş ve çalışmayı önemli bir hale getirmiştir.

Edirne Kırmızısı, doğal yollarla fakat oldukça uzun ve zor bir süreçten geçtikten sonra elde edilen bir renk olmak birlikte 18. yüzyılda ve devamında oldukça revaçtaydı. Sanayi Devrimi ile birlikte endüstrideki makineleşmenin artması sonucu varlığını doğal bir boyaya borçlu olan Edirne Kırmızısı, sentetik boyaların piyasaya hâkim olmasıyla birlikte zamanla unutulmaya yüz tutmuştur.

Tanınırlığı ve bilinirliği oldukça kısıtlı olan Edirne Kırmızısı, 2017 yılında yapılan bir araştırma sonrasında yeniden gündeme gelmiş ve dört yılı aşkın süredir resmi kurumların yanı sıra sivil toplum kuruluşları ve esnaf tarafından birtakım çalışmalar hayata geçirilmiştir. Bu çalışmalar Edirne Kırmızısı'nı yeniden kent kimliğine kazandırırken, rengin turizm faaliyetlerinde kullanılan bir obje haline dönüşmesinde de etkili olmaktadır.

Bu araştırmada, 2017 yılında mahalli bir gazetede yayımlanan yazı dizisi sonrası kent gündemine gelen Edirne Kırmızısı'nın Edirne kent kimliğine yeniden kazandırılarak markalanması ve destinasyon pazarlamasında rekabet gücü oluşturmasına zemin sağlayacak sonuçların elde edilmesi amaçlanmıştır. Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine ve turizmine kazandırılması adına yürütülen çalışmaların bir araya getirilmesi ve rengin kurumsal bir zemine oturtulması da bu araştırmanın amaçları arasındadır. Edirne Kırmızısı'nın Edirne ili kent kimliğine etkisinin ortaya konması adına gelecekte bütün kent paydaşları tarafından yapılacak faaliyetlerin planlanması açısından önemli olan bu çalışmanın, kentin kimliğine, turizmine, tanıtımına, kültürüne ve ekonomisine sürdürülebilir şekilde katkı sunması hedeflenmektedir. Ayrıca Edirne Kırmızısı'nın bilinirliliğini sağlayan çalışmaların tespitinde öncü olacağı düşünülen bu araştırmanın, Edirne Kırmızısı hakkında çalışma yapacak kurum ve kuruluşlara örnek olması hedeflenmektedir.

4.2. Araştırmanın Önemi

Alanyazına bakıldığında Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Yapılan araştırmalarda, Edirne Kırmızısı'nın kent genelinde sınırlı sayıda tarihçi, araştırmacı ve konuya özel ilgi duyan akademisyenler tarafından bilindiği gözlenmiştir. Kamuoyunda ve kent genelinde tanınırlığı oldukça kısıtlı olan Edirne Kırmızısı'nın daha sağlıklı bir şekilde tanıtılması gerekliliği ortaya çıkmış ve

devamında Edirne ilinde sürdürülen çok sayıda çalışmanın bir araya getirilerek tespit edilmesi ihtiyacı doğmuştur.

Türkiye'de Edirne Kırmızısı'nı konu alan ilk yüksek lisans tezi olma özelliği taşıyan bu araştırma, Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine etkisinin ortaya konması ve bu konuda hayata geçirilen çalışmaların gelecekte yapılması planlanan faaliyetlere yön vermesi açısından önem taşımaktadır. Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışma ve faaliyetlerin envanterinin çıkarıldığı bu araştırma, kültürel miras ve turistik bir ürün olarak kent ekonomisine nasıl katkı sağlayabileceğini ortaya koyması açısından değerlidir.

4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada görüşlerine başvurulan katılımcıların Edirne Kırmızısı ile ilgili sorulara gerçekçi bir şekilde cevap vereceği düşünülmüştür. Ayrıca araştırmada katılımcıların araştırma evrenini temsil edecek düzeyde olduğu ve soruları kendi hür iradeleriyle doğru bir şekilde algılayıp bu doğrultuda cevaplayacakları varsayılmıştır.

Araştırmanın yapıldığı sürecin küresel salgın dönemine denk gelmesi nedeniyle belirli sayıda kişiyle görüşme yapılmıştır. Salgın kapsamında uygulanan birtakım kısıtlamalardan dolayı görüşmelerin büyük bir bölümü internet üzerinden çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir. Bu durum araştırmanın sınırlılığı olarak gösterilebilir. Araştırmada Edirne'de yaşayan ve görev yapan katılımcılardan görüş alındığı için elde edilen veriler Edirne ilini kapsamaktadır. Yapılan alanyazın ve arşiv taramalarında Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan araştırma ve çalışmaların az sayıda olması, ayrıca bazı yerli ve yabancı kaynaklarda Edirne Kırmızısı'nın Türk Kırmızısı olarak anılması, konu hakkında bilgi sahibi olan katılımcılara ulaşmayı zorlaştırmıştır. Araştırmaya konu olan Edirne Kırmızısı'nın üretim aşamasının uzun ve zorlu bir süreçten geçmesi ve bu kapsamda somut anlamda üretilen objelerin yetersizliği de araştırmanın sınırlılıkları arasındadır.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırmalarda amaç sayısal veriler sunmak değil, araştırılan konuyla ilgili olarak okuyucuya betimsel ve gerçekçi bir resim sunabilmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:54). Nitel araştırmanın içeriği ve kapsamı gereği net bir tanımı bulunmamaktadır. Kapsayıcı bir tanım yapacak olursak nitel araştırma, "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45). Dolayısıyla nitel olan bu çalışmada Edirne ilinde kent kimliği ve kentsel turizm kavramlarının gelişmesinde ve geliştirilmesinde yetkisi olan, Edirne Kırmızısı ile ilgili çalışmalara katkı sunan ve yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülen katılımcılar belirlenmiştir. Katılımcılara, önceden hazırlanan altı soru yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda Edirne Kırmızısı; bilinirlik, zaman, ürün çeşitliliği, geleceğe yönelik olumlu ve olumsuz tahminler boyutunda değerlendirilmiştir.

4.4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Edirne Kırmızısı ile ilgili çalışma ve faaliyet gerçekleştiren kurum ve kuruluşların temsilcileri oluşturmuştur. Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılacak çalışma ve faaliyetlerde görev alması muhtemel görülen kurum, kuruluş ve organizasyon temsilcileri de tespit edilerek bu araştırmaya dâhil edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda soruların yönetildiği kişiler, yeterli cevapların alınacağı öngörülerek titizlikle tespit edilmiştir. Araştırmaya konu olan Edirne Kırmızısı ile verilerin kısıtlığı nedeniyle araştırmanın örneklemini, renk hakkında bilgi sahibi olan kişiler oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda nicel araştırmaya göre katılımcı sayısı az olabilir fakat toplanan veriler daha fazla ve ayrıntı içerir (Ilgar ve Ilgar, 2013:200). Miles ve Huberman (1994), nitel araştırmalarda verilerin birbirini tekrar ettiği andan itibaren araştırmanın doygunluk seviyesine geldiğini belirtmektedir. Görüşmelerde de verilerin belirli bir doygunluğa

ulaştığına kanaat getirildiği andan itibaren örneklem 20 kişi ile sınırlandırılmıştır. Bu nedenle verilerin doygunluğa ulaştığı düşünesiyle 20 katılımcıdan sonra görüşmeler bitirilmiştir.

Katılımcıların kurumlara göre dağılımları şu şekildedir;

- Edirne Belediyesi (2 temsilci)
- Trakya Üniversitesi (6 temsilci)
- Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2 temsilci)
- Edirne İl Milli Eğitim Müdürlüğü (1 temsilci)
- Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü (1 temsilci)
- Turizm Dernekleri (1 temsilci)
- Sanayici ve İş İnsanları (2 temsilci)
- Turist Rehberleri (1 temsilci)
- TUROB Edirne Temsilciliği (1 temsilci)
- Hediyelik Eşya Satışı İşletmeleri (2 temsilci)
- Basın-Yayın Kuruluşları (1 temsilci)

Katılımcılar arasında yer alan Edirne Belediye Başkanı, Trakya Üniversitesi Rektörü, Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürü, Edirne Müze Müdürü, Trakya Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürü, Edirne Halk Eğitim Merkezi ve Akşam Sanat Okulu Müdürü, Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği Yönetim Kurulu Başkanı, Anadolu Ajansı Edirne Bölge Müdürü, Türkiye Otelciler Birliği Edirne Temsilcisi, Edirne Sanayici ve İş Adamları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı ile farklı disiplinlerde araştırmalar yürüten akademisyenler, özel sektör çalışanları, turist rehberi ve zanaatkârlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan katılımcılara ilişkin detaylı bilgilere "Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bulgular" başlığında yer verilmiştir.

4.4.2. Araştırmanın Veri Toplama Araçları ve Süreci

Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olduğu gibi sayısal analizler yapmak mümkün değildir. Nitel araştırmalarda amaç sayısal veriler sunmak değil,

araştırılan konuyla ilgili olarak okuyucuya betimsel ve gerçekçi bir resim sunabilmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:54). Dolayısıyla bu araştırmada nitel araştırma yöntem ve teknikleri kullanılmıştır.

Ekim 2020 ve Ocak 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilen alan yazını taramasında yerli ve yabancı, birinci ve ikinci kaynaklardan yararlanılmıştır. Verilerin toplanması, 2021 yılının Temmuz ayı boyunca yüz yüze ve çevrim içi yapılan görüşmelerle gerçekleşmiştir. Görüşmeler sürecince Edirne Kırmızısı'nın bilinirliği, Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan faaliyetlerin verimliliği ve yapılması gereken çalışma önerileri; yerel yönetici, turizm sektör temsilcileri, akademisyenler ve paydaşlarla gerçekleştirilen görüşme tekniği sonucu elde edilen veriler analiz edilerek tespit edilmiştir. Araştırmada yerel yönetici, akademisyen, esnaf, sivil toplum kuruluşu temsilcisi, basın mensubu ve özel sektörden olmak üzere toplam 20 kişiyle görüşülmüştür. Araştırmada katılımcılara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Ön araştırma yapılarak hazırlanan araştırma soruları, Trakya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nden iki akademisyenin görüşü alındıktan sonra belirlenmiştir. Görüşme sırasında katılımcılara ayrıca konunun daha iyi anlaşılması için konu bütünlüğünü destekleyici ek sorular çeşitli örneklerle sorulmuştur. Her bir görüşme 12-43 dakika arasında gerçekleşmiştir. Yüz yüze ve çevrim içi yapılan görüşmeler, katılımcılardan izin alınarak kayıt altına alınmıştır. Toplanan veriler daha sonra Word programı ile raporlanarak MAXQDA 2020 nitel veri analiz programında analiz edilmiştir.

Görüşme öncesi katılımcılar telefon ile aranarak araştırma hakkında bilgilendirilmiş ve görüşme günü, saati ve yöntemi belirlenmiştir. Görüşmelerden önce katılımcılarla bir deneme görüşmesi yapılarak ortalama görüşme süresi, katılımcıların soruları algılaması, bilimsel etiğe uygunluk gibi konular göz önünde bulundurularak birtakım hazırlıklar yapılmıştır. Ayrıca görüşme soruları katılımcıların elektronik posta adreslerine iletilmiştir. Gönderi içeriğinde araştırmanın amacı ile görüşme soruları açıklanmıştır. Veri toplanmaya başlanmadan önce araştırmacı, katılımcılardan elde edilecek verilerin sadece araştırmada kullanılacağını ve üçüncü kişiler ile paylaşılmayacağını ifade ederek güven

sağlamıştır. Görüşme aşamasında bilimsel etik kurallarının bütünü göz önünde bulundurulmuş ve araştırmaya gölge düşürecek uygulamalardan kaçınılmıştır.

Yüz yüze yapılan görüşmeler sırasında katılımcıların izinleri doğrultusunda kayıt cihazı kullanılmış, uzaktan çalışma ve uzaktan eğitim programı olan Microsoft Teams aracılığıyla gerçekleştirilen görüşmelerin kaydı ise çevrim içi olarak kayıt altına alınmıştır. Görüşme sırasında katılımcıların aynı anda iki soruya cevap verdiği durumlarda vakit kaybını önlemek ve gereksiz tekrara düşmemek adına cevaplanan sorular sorulmamıştır. Görüşme sırasında katılımcıların rahat edebilmeleri için ses tonu, görünüş, kılık-kıyafet ve konuşma adabına dikkat edilmiş, katılımcıların fikir ve önerileri saygıyla karşılanmıştır.

Araştırmada, Edirne Kırmızısı konusunda gerekli bilgilerin alınacağı ve ileride yapılacak çalışma ve faaliyetlere ilham olacağı düşünülen katılımcılara cevaplaması için önceden belirlenen altı soru sorulmuştur. Katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir:

1- Edirne Kırmızısı'nı ilk ne zaman ve nereden duydunuz? Duyduğunuzda ilk tepkiniz ne oldu?

2- Edirne Kırmızısı sizin için ne ifade ediyor? Bir kavram olarak sizde neyi çağrıştırıyor?

3- Edirne Kırmızısı bir ürün olsa ne olurdu? Edirne Kırmızısı'nın hangi beş üründe kullanılması gerektiğine inanıyorsunuz? Neden?

4- Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması yönündeki çalışmaları nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu konuda önerileriniz nelerdir?

5- Edirne Kırmızısı kavramının gelecekte yerel ya da ulusal çapta kullanımı ile ilgili olumlu tahminleriniz nelerdir?

6- Edirne Kırmızısı kavramının gelecekte yerel ya da ulusal çapta kullanımı ile ilgili olumsuz tahminleriniz nelerdir?

4.4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Nitel araştırmalarda geçerliliğin önemi ölçütlerinden biri de toplanan verilerin araştırmacı tarafından ayrıntılı bir şekilde raporlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:291). Araştırma kapsamında farklı kurum ve kuruluş temsilcileriyle yapılan görüşmeler kayıt altın alınmış daha sonra kodlanarak raporlanmıştır. Kodlama ve raporlama süreci, tez danışmanının görüşleri doğrultusunda gerçekleşmiştir. Yapılan görüşmelerin tamamı, araştırmanın konusunu oluşturan Edirne Kırmızısı'nı bilen ve daha önce bu konuda yapılan çalışmalarda görev alan isimlerle gerçekleşmiştir. Diğer yandan araştırmacı Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan faaliyetlerin birçoğunda aktif olarak yer aldığı için yürütülen çalışmaların neredeyse tamamına hâkimdir. Bu nedenle faaliyetlerden elde edilen bilgiler bu çalışmaya aktarılırken araştırmacı kendi gözlem ve notlarını tarafsız bir şekilde aktarmıştır.

4.4.4. Araştırmanın Verilerinin Analizi

Görüşmelerden elde edilen veriler ile MAXQDA 2020 nitel veri analiz programı kullanılarak tematik analiz (betimsel analiz) yapılmıştır. Bu analiz yöntemi verilerdeki temaları belirlemek, analiz etmek ve raporlamak için kullanılmaktadır. Tematik analiz verilerin çok küçük boyutlarda düzenlenmesini ve derinlemesine betimlenmesini sağlamaktadır. Tematik analiz genel olarak sadece bu boyutu anlamlandırmak ile yetinmeyip araştırma konusunun sahip olduğu birçok boyutu da anlamlandırmaktadır (Boyatzis, 1998 akt. Şad, Özer & Atlı, 2019:875).

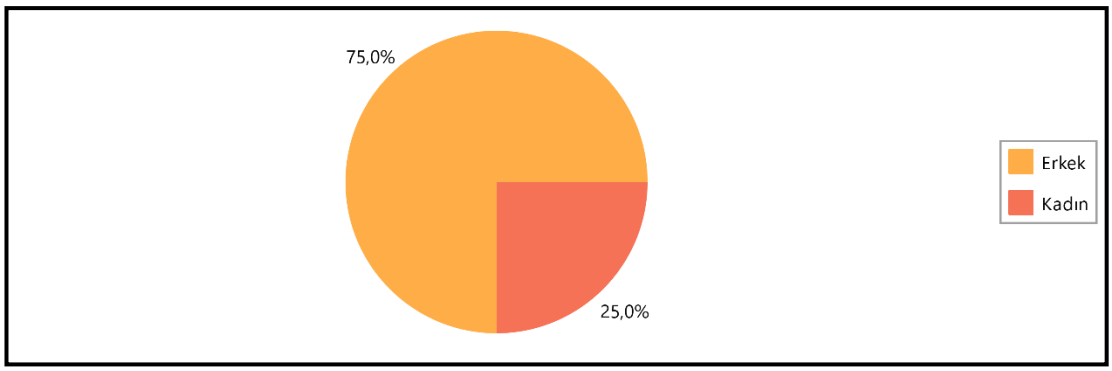
4.5. Araştırmanın Bulguları

Bu kısımda araştırmada elde edilen veriler sunulmuştur. Edirne Kırmızısı'nın bilinirliği, yapılan çalışmaların yeterli görülüp görülmediği, gelecekte yapılması muhtemel olan çalışmalarla ilgili önerilerin ortaya çıkması için yapılan bu araştırma, kişilerin görüş ve değerlendirilmelerini içermektedir. Araştırma bulgularının analizinde analiz kolaylık sağlaması için katılımcıların isimleri kodlanmıştır.

Araştırma bulgularına göre Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çeşitli çalışmalar tespit edilmiş ve bu konuda paydaşların görüşleri alınarak görüşmeler analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda ortaya çıkan bulgular analiz sonuçlarına göre yorumlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen bulgular gerekli yerlerde katılımcıların görüşlerini yansıtan doğrudan alıntılar ile desteklenerek sunulmuştur.

4.5.1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet, yaş ve meslekleri incelenmiştir. Araştırmaya katılanların %25'ini (n=5) "kadın" (K1, K2, K5, K8, K13), %75'ini (n=15) "erkek" (K3, K4, K6, K7, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20) katılımcılar oluşturmuştur. Türkiye'deki kadın yönetici istihdamına bakıldığında kamu sektöründe %7 ile %9 oranında, özel sektörde ise %31 oranında kadın yönetici yer almaktadır (TÜİK, 2015; Ecevit, 2013). Türkiye'de kadınların yönetim kademelerinde yer alma durumu incelendiğinde kadınların sayıca erkeklerden daha geride olduğu gözlenmiştir. Yapılan araştırmadaki katılımcılar da bu bağlamda Türkiye gerçeği ile örtüşmektedir.

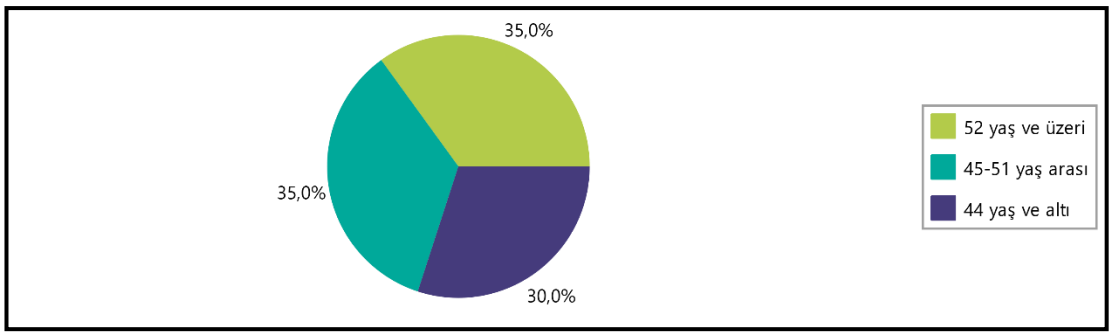


Grafik 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Araştırmadaki katılımcıların yaşları "44 yaş ve altı", "45-51 yaş arası" ve "52 yaş ve üzeri" olmak üzere üç temada incelenmiştir. Bir kentte strateji geliştirme ve karar verme mekanizmasında önemli roller üstlendiğinin bir göstergesi olarak katılımcılar ağırlıklı olarak orta yaş ve üstü kişilerden seçilmiştir. Araştırmaya

katılan “44 yaş ve altı” (K1, K6, K8, K10, K11, 17) katılımcıların oranı %30 (n=5), “45-51 yaş arası” (K2, K3, K5, K9, K12, K14, K15) katılımcıların oranı %35 (n=7), “52 yaş ve üzeri” (K4, K7, K13, K16, K18, K19, K20) katılımcıların oranı ise %35’tir (n=7).

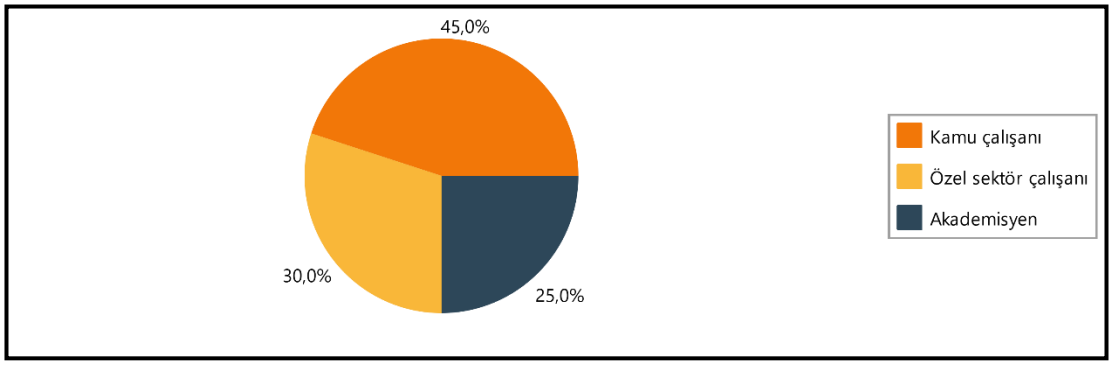
“44 yaş ve altı” 6 katılımcıdan 2’si (K1, K8) ve “45-51 yaş arası” 7 katılımcıdan 2’si (K2, K5) kadındır. Araştırmada “52 yaş ve üzeri” ise 1 kadın katılımcı (K13) bulunmaktadır.



Grafik 3: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Araştırmaya farklı kurum, kuruluş ve organizasyonlardan toplam 20 kişi dâhil edilmiştir. Bu katılımcılar; kamu sektörü çalışanı, özel sektör çalışanı ve akademisyen olarak temalara ayrıldığında katılımcıların %45’ini (n=9) “kamu kurumu çalışanı” (K6, K9, K10, K11, K12, K14, K15, K18, K19), %30’unu (n=6) “özel sektör çalışanı” (K3, K7, K8, K16, K17, K20) ve %25’ini (n=5) ise “akademisyenler” (K1, K2, K4, K5, K13) oluşturmaktadır. Katılımcılardan bir bölümünün ayrıca kamu yararına gönüllü çalışmalar yürüten sivil toplum kuruluşlarına üye olduğu gözlenmiştir.

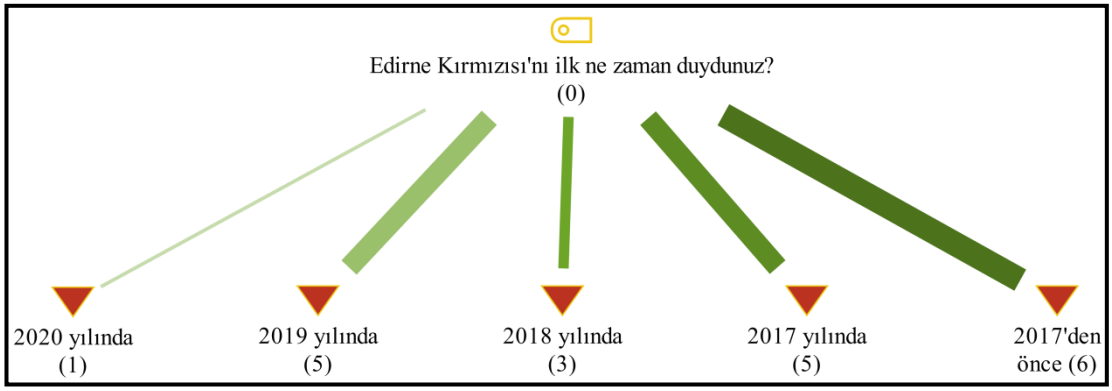
Araştırmaya katılan kamu kurumu çalışanlarının tamamı erkektir. Görüşlerine başvurulan 5 kadından (K1, K2, K5, K8, K13) 4’ü akademisyen (K1, K2, K5, K13), 1’i de özel sektör çalışanıdır (K8).



Grafik 4: Katılımcıların Çalıştıkları Sektörlere Göre Dağılımı

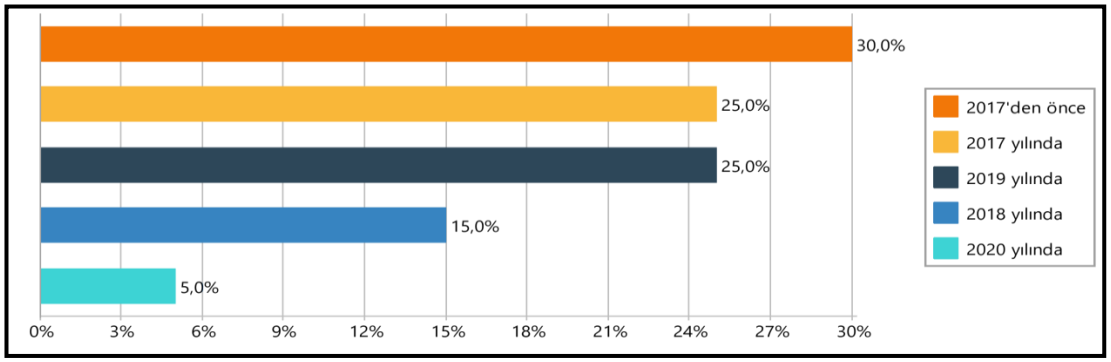
4.5.2. Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Bulgular

Araştırmada, katılımcılara "Edirne Kırmızısı'nı ilk ne zaman duydunuz?" sorusu yöneltilerek rengin 2017 yılında mahalli bir gazetede yayımlanan yazısı dizisi ile bilinirliğinin artıp artmadığı ölçülmüştür. Edirne Kırmızısı'nın ilk ne zaman duyulduğuna dair beş cevap ortaya çıkmıştır (Şekil 1). Şekil 1'deki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 1: Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Cevaplar

Şekil 1'de gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 5'te gösterilmiştir.



Grafik 5: Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Cevapların Yüzdesi

Alınan cevaplara bakıldığında "2017'den önce" (K6, K7, K9, K11, K14, K15) temasını ifade eden katılımcı oranının %30 (n=6) olduğu görülmüştür. "2017 yılında" (K3, K8, K10, K18, K19) temasını ifade eden katılımcı oranı %25 (n=5), "2018 yılında" (K1, K12, K20) temasını ifade eden katılımcı oranı %15 (n=3), "2019 yılında" (K2, K4, K5, K13, K16) temasını ifade eden katılımcı oranı %25 (n=5), "2020 yılında" (K17) temasını ifade eden katılımcı oranı %5 (n=1) olmuştur. Araştırmada ayrıca 5 kadın katılımcıdan 3'ü (K2, K5, K13) Edirne Kırmızısı'nı ilk kez 2019 yılında duyduğunu belirtmiştir. Edirne Kırmızısı'nın ilk kez ne zaman duyulduğuna dair örnek ifadelere Tablo 1'de yer verilmektedir.

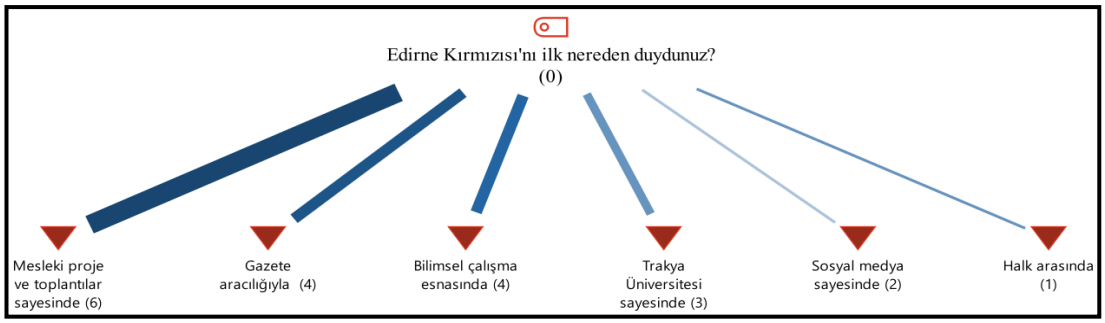
Tablo 1. Edirne Kırmızısı'nın İlk Ne Zaman Duyulduğuna Dair Örnek İfadeler

2017'den önce: *Edirne Kırmızısı'nı ilk kez 2005-2006 yıllarında Edirne Valiliği dergisindeki kısa bir makalede görmüştüm.* ***K9***
2017 yılında: *Çok sevdiğim kardeşimin 2017'de yaptığı araştırma sayesinde öğrendim.* ***K3***
2018 yılında: *2018 yılında Emel Gönenç Güler'in makalesinde duydum.* ***K1***
2019 yılında: *Edirne Kırmızısı'nı ilk kez 2019 yılında Trakya Üniversitesi Rektörlüğündeki bir toplantıda duydum.* ***K5***
2020 yılında: *Edirne Kırmızısı ile ilgili bir araştırma yapılıyordu. Bizim Alipaşa Çarşısı'nda bir dükkânımız var. Dükkânımıza gelen kişilerden duymuştum.* ***K17***

Araştırmanın sahibi yazar, kendi gözlemlerine dayanarak Edirne Kırmızısı'nın 2017 yılından önce sınırlı sayıda tarihçi, araştırmacı ve konuya özel ilgi duyan akademisyenler tarafından bilindiği sonucuna ulaşmıştır. Alınan cevaplar, katılımcılardan %70'inin (n=14) Edirne Kırmızısı'nı 2017 yılı ve sonrasında duyduğunu göstermektedir. Bu oran, "Edirne Kırmızısı'nın 2017 yılından sonra bilinirliliğinin artığı" iddiasını desteklemekte ancak kent genelini yansıtmamaktadır.

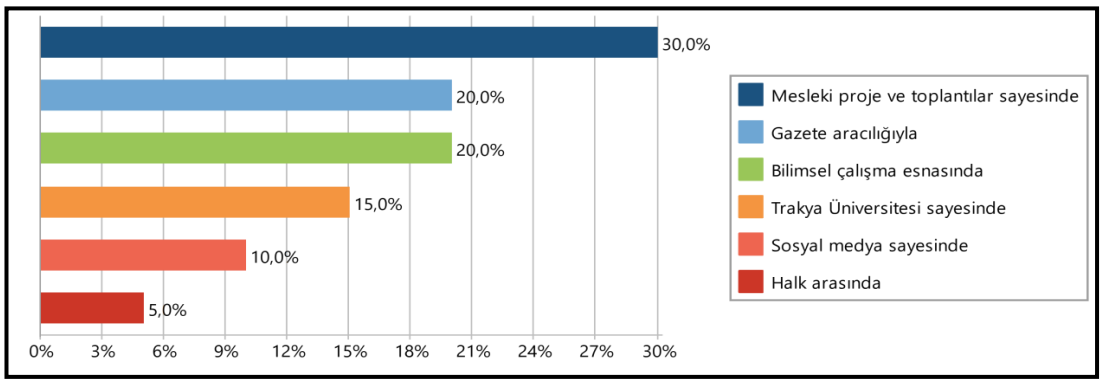
4.5.3. Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Bulgular

Katılımcılara "Edirne Kırmızısı'nı ilk nereden duydunuz?" sorusu yöneltilerek rengin ilk hangi kaynaktan duyulduğu ölçülmüştür. Edirne Kırmızısı'nın ilk nerede duyulduğuna dair altı cevap ortaya çıkmıştır (Şekil 2). Şekil 2'deki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 2: Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Cevaplar

Şekil 2'de gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 6'da gösterilmiştir.



Grafik 6: Edirne Kırmızısı'nın İlk Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Cevapların Yüzdesi

Ortaya çıkan veriler incelendiğinde "mesleki proje ve toplantılar sayesinde" (K2, K4, K6, K12, K17, K19) temasını ifade eden katılımcı oranı %30 (n=6) olmuştur. "Gazete aracılığıyla" (K3, K7, K10, K14) temasını ve "bilimsel çalıma esnasında" (K1, K9, K11, K13) temasını ifade eden katılımcı oranı %20 (n=4), "Trakya Üniversitesi sayesinde" (K5, K18, K20) temasını ifade eden katılımcı oranı (%15 (n=3), "sosyal medya sayesinde" (K8, K16) temasını ifade eden katılımcı oranı %10 (n=2), "halk arasında" (K15) temasını ifade eden katılımcı oranı ise %5 (n=1) olmuştur.

Edirne Kırmızısı'nın ilk kez hangi kaynaktan duyulduğuna dair örnek ifadelere Tablo 2'de yer verilmektedir.

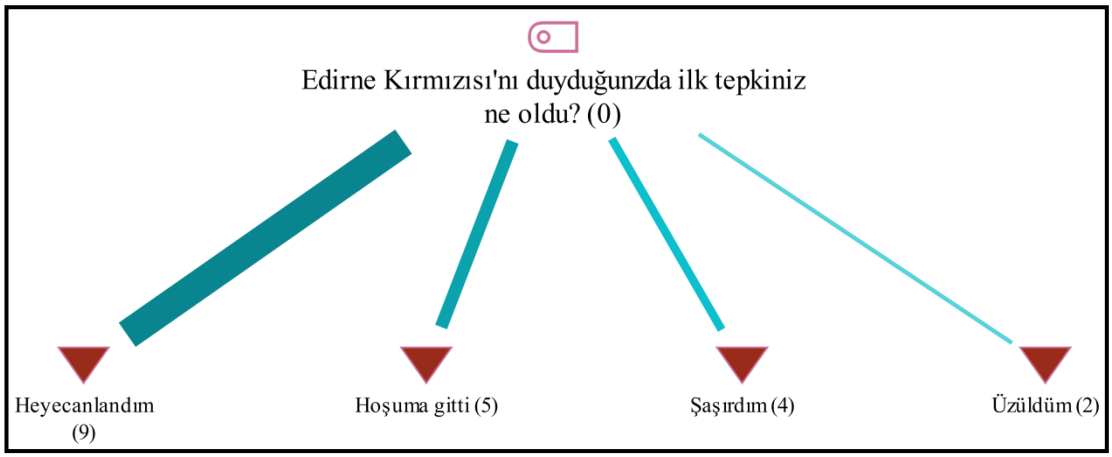
Tablo 2. Edirne Kırmızısı'nın Hangi Kaynaktan Duyulduğuna Dair Örnek İfadeler

Mesleki proje ve toplantılar sayesinde: *Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde bir mera ıslah çalışmasında tıbbi aromatik bitki üzerine çalışan bir arkadaş bu bitkinin köklerinden kök boya üretildiğini buna da Edirne Kırmızısı adının verildiğini söyledi.* ***K4***
Gazete aracılığıyla: *Okuyucunun görmediği ve daha ilgi çekeceğini düşündüğüm konuları araştırırım hep. Hiç denk gelmemiştim Edirne Kırmızısı'na ta ki senin Mart 2017'de yayımladığın yazı dizine rastlayana kadar.* ***K10***
Bilimsel çalışma esnasında: *"Edirne'de Bitkisel Boyacılık" adı altında bir kitap yazıyordum. Bu kitabı yazarken yaptığım araştırmalarda rastladım.* ***K13***
Trakya Üniversitesi sayesinde: *2017 yılı Kasım ayında üniversitemiz kütüphanesine kazandırılan Fransızca yazılan kitap sayesinde duydum.* ***K18***
Sosyal medya sayesinde: *İlk olarak sosyal medyadan duydum.* ***K8***
Halk arasında: *Öğretmenliğe başladığım 1999 yılında, halk arasında konuşulurken duydum.* ***K15***

Araştırmanın bu bölümünde toplanan veriler, 2017 yılında mahalli bir gazetede yer alan yazı dizisi sonrası yeniden kent gündemine gelen Edirne Kırmızısı'nın birtakım mesleki proje ve toplantılara, bilimsel çalışmalara ve çeşitli iletişim araçlarına konu olduğunu, Trakya Üniversitesi'nin bu konuda yaptığı çalışmalar da Edirne Kırmızısı'nın bilinirliğine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılanların %25'inin (n=5) akademisyen olması da Trakya Üniversitesi'nin Edirne Kırmızısı ile ilgili etkinliğini ortaya koymaktadır.

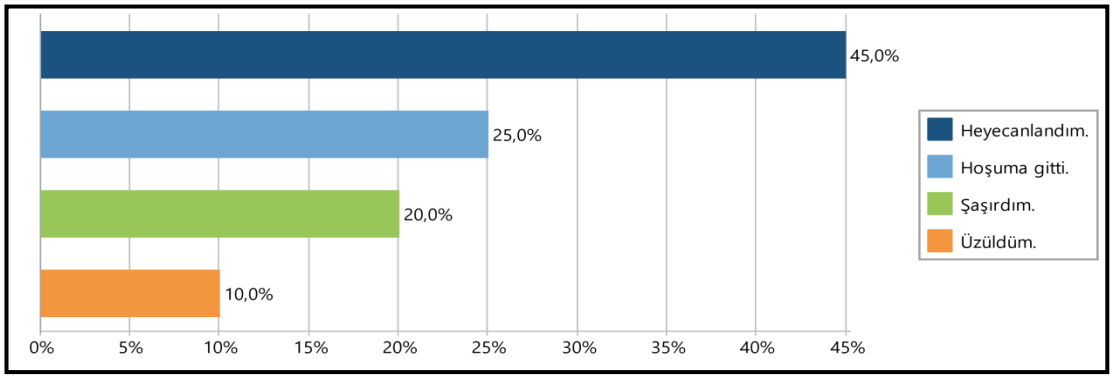
4.5.4. Edirne Kırmızısı'na Ait İlk Tepkisel Bulgular

Katılımcıların Edirne Kırmızısı'nı ilk duyduklarında hissettikleri duyguyu ölçmek için katılımcılara "Edirne Kırmızısı'nı duyduğunuzda ilk tepkiniz ne oldu?" sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda Edirne Kırmızısı'na ait dört cevap ortaya çıkmıştır (Şekil 3). Şekil 3'teki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 3. Edirne Kırmızısı'na Dair İlk Tepkilere Ait Cevaplar

Şekil 3'te gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 7'de gösterilmiştir.



Grafik 7: Edirne Kırmızısı'na Dair İlk Tepkilere Ait Cevapların Yüzdesi

Katılımcıların %45'i (n=9) "heyecanlandım" (K3, K6, K7, K13, K15, K16, K17, K18, K20), %25'i (n=5) "hoşuma gitti" (K2, K4, K10, K11, K19), %20'si (n=4) "şaşırdım" (K1, K5, K9, K14), %10'u (n=2) ise "üzüldüm" (K8, K12) yanıtlarını vermiştir.

Katılımcıların Edirne Kırmızısı'nı ilk duyduklarına vermiş oldukları tepkilere ilişkin örnek ifadelere Tablo 3'te yer verilmektedir.

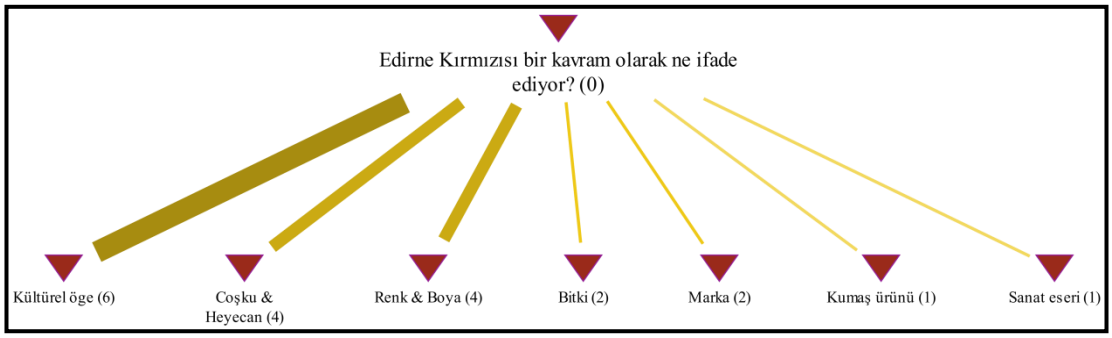
Tablo 3. Edirne Kırmızısı'nın İlk Duyulduğunda Verilen Tepkilere İlişkin Örnek İfadeler

Heyecanlandım: *Edirne'nin hazineleri bitmiyor. Böyle bir değerin olması, hem de Edirne ismiyle var olması beni heyecanlandırmıştı.* ***K18***
Hoşuma gitti: *Edirne'den kilometrelerce uzakta bir yerde Edirne'yle ilgili bir kelimenin geçmesi, benim de çalışmalarıma uygun olan bir alanda ismini duymak çok hoşuma gitti.* ***K4***
Şaşırdım: *İlk duyduğumda şaşırdım. "Böyle bir şey mi varmış?" diye sordum.* ***K5***
Üzüldüm: *Bu kadar uzun süre varlığından haberdar olmadığım bir kültürel mirasın unutulmuş olması beni üzdü. Böyle bir şey var mıymış ve neden bugüne kadar araştırmamışım diye üzülmüştüm.* ***K8***

Bu kısımda toplanan veriler, Edirne Kırmızısı'nın ilk duyulduğunda katılımcılarda heyecan ve şaşkınlık gibi birbirine benzer duygusal tepkimelere yol açtığını ortaya koymaktadır. Yanıtlara bakıldığında verilen tepkilerin tamamı olumlu tepkilerdir. İki katılımcı tarafından verilen "üzüldüm" yanıtı olumsuz bir ifade gibi gözükse de katılımcıların Edirne Kırmızısı ile ilgili bir bilgiye bugüne kadar rastlamamış olmalarından ötürü bu yanıtı verdikleri gözlenmiştir.

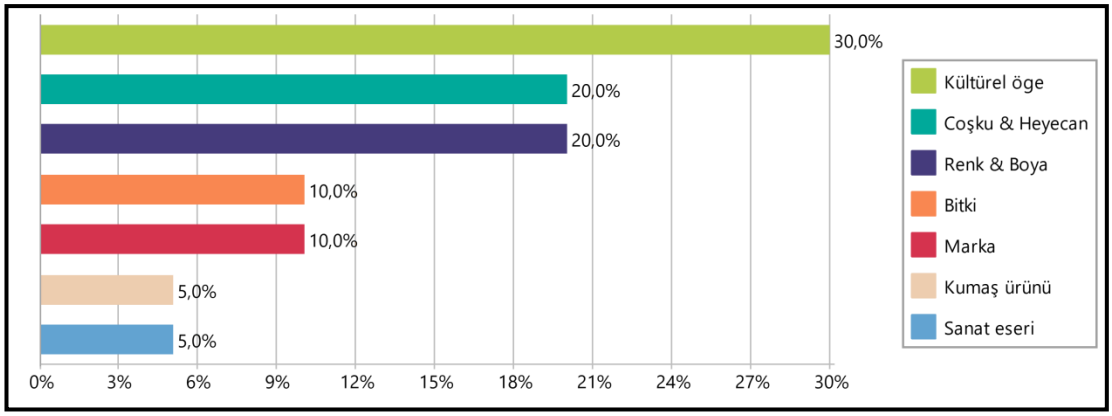
4.5.5. Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Bulgular

Edirne Kırmızısı'nın neyi çağrıştırdığını tespit edebilmek adına katılımcılara "Edirne Kırmızısı sizin için ne ifade ediyor?" sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplara sonucu ortaya yedi cevap çıkmıştır (Şekil 4). Şekil 4'teki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 4: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Verilen Cevaplar

Şekil 4'te gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 8'de gösterilmiştir.



Grafik 8: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine Dair Verilen Cevapların Yüzdesi

Ortaya çıkan temalara bakıldığında "Kültürel öge" (K1, K8, K11, K13, K14, K19) temasını ifade eden katılımcı oranı %30 (n=6) olmuştur. "Coşku & heyecan" (K10, K16, K18, K20) temasını ve "renk & boya" temasını ifade eden katılımcı oranları (K2, K3, K5, K9) %20 (n=4), "bitki" (K4, K12) temasını ve "marka" (K6, K17) temasını ifade eden katılımcı oranları %10 (n=2), "kumaş ürünü" (K7) ve "sanat eseri" (K15) temasını ifade eden katılımcı oranları ise %6 (n=1) olmuştur.

Katılımcıların Edirne Kırmızısı'nın ne ifade ettiğine dair örnek ifadelere Tablo 4'te yer verilmektedir.

Tablo 4: Edirne Kırmızısı'nın Ne İfade Ettiğine İlişkin Örnek İfadeler

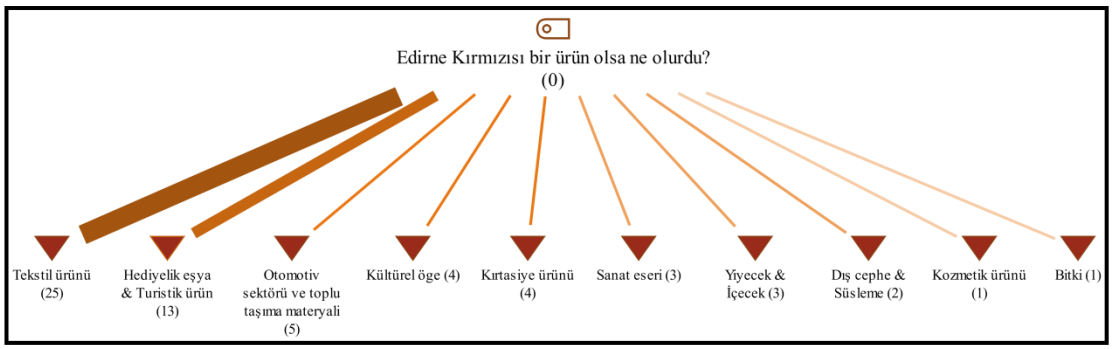
Kültürel öge: *Edirne Kırmızısı'na ben tamamen bir miras gözüyle bakıyorum. Unutulmuş, nesilden nesle aktarılmış ama bize kadar ulaşamamış kültürel bir değer olarak yorumlayabilirim.* ***K8***
Coşku & Heyecan: *Edirne Kırmızısı bende, tüm kırmızı renklerin verdiği coşku, tutku, hareket ve heyecanı çağrıştırıyor.* ***K16***
Renk & Boya: *Kırmızıyı ben resimlerimde de çok kullanırım, dolayısıyla bende ilk olarak bir boyayı andırıyor.* ***K5***
Bitki: *Ziraat üzerine çalışmalar yürüttüğüm için bitki açısından bakıyorum.* ***K4***
Marka: *Edirne Kırmızısı denince benim aklıma ilk olarak bir sembol, bir marka geliyor. Aynı zamanda potansiyeli yüksek bir ürün.* ***K17***
Kumaş ürünü: *Bende yaptığı çağrışım, herhangi bir kumaş parçasına işleme.* ***K7***
Sanat eseri: *Edirne Kırmızısı bende geleneksel el sanatları ürünlerini çağrıştırıyor.* ***K15***

Bu kısımda toplanan veriler, Edirne Kırmızısı'nın birden fazla kavramı kapsadığını ortaya koymaktadır. 20 katılımcının 7 ayrı başlık altında yanıt vermesi, Edirne Kırmızısı'nın sadece bir renk olarak değil, somut ve soyut kavramları da temsil ettiğini yansıtmaktadır. Özellikle katılımcıların %30'unun Edirne Kırmızısı'nı

kültürel bir öge olarak belirtmesi, Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması yönündeki çalışmaların geçerlilik kazandığı gerçeğiyle örtüşmektedir.

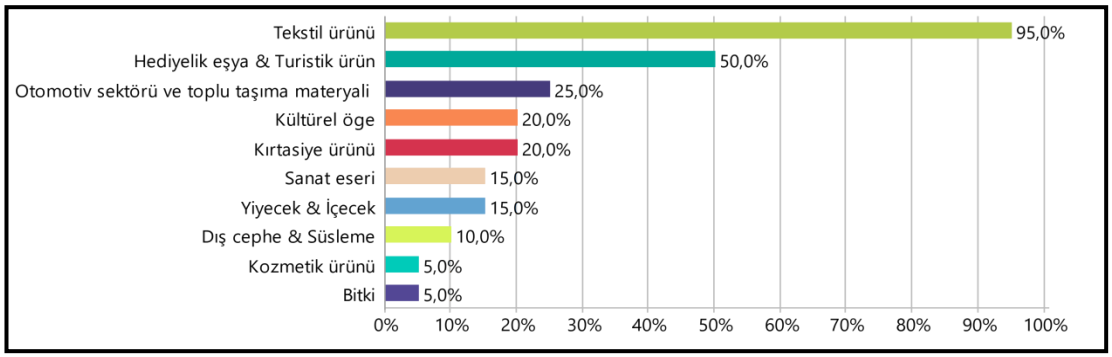
4.5.6. Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Ait Bulgular

Katılımcılara "Edirne Kırmızısı bir ürün olsa ne olurdu?" sorusu yöneltilerek Edirne Kırmızısı'nın ürün çeşitlendirilmesinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Sorunun devamında ise katılımcılara Edirne Kırmızısı'nı hangi beş üründe görmek istedikleri sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda 10 ayrı tema ortaya çıkmıştır (Şekil 5). Katılımcılardan birden fazla cevap istendiği için toplamda 61 cevap alınmıştır (Tablo 5). Şekil 5'teki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 5: Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Ait Cevaplar

Şekil 5'te gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 9'da gösterilmiştir.



Grafik 9: Edirne Kırmızısı'nın Ürün Olarak Çeşitlendirilmesine Verilen Cevapların Yüzdesi

Temalara bakıldığında katılımcıların %95'i (n=19), Edirne Kırmızısı'nın bir tekstil ürünü olması gerektiği yönünde görüş bildirmiştir. Bir tek K2 kodlu katılımcı tekstil ürünü dışında yanıt vermiştir. Ayrıca K16 kodlu katılımcı Edirne Kırmızısı'nın her türlü üründe kullanılabileceğini belirtmiş fakat seçeneklerde özellikle tekstil ürünlerini içeren bir ürün ismi vermemiştir. K7 kodlu katılımcı ise Edirne Kırmızısı'nın tekstil ürünü dışında hiçbir yerde kullanılmaması gerektiğini belirterek tek bir ürün ismi vermiştir. Katılımcılardan 8'i (K3, K8, K11, K12, K14, K15, K19, K20) ise kendilerinden istenen 5 rakamından az ürün önerisinde bulunmuştur.

Katılımcıların %50'si (n=5) Edirne Kırmızısı'nı "hediyelik eşya ve turistik ürün" (K1, K3, K4, K5, K8, K9, K13, K16, K17, K19) olarak çeşitlendirmiştir. Katılımcıların %25'i (n=5) Edirne Kırmızısı'nı "otomotiv sektörü ve toplu taşıma materyali" (K2, K3, K6, 13, K16) olarak, %20'si (n=4) "kültürel öge" (K3, K6, K8, K13), %20'si (n=4) "kırtasiye ürünü" (K1, K5, K6, K16) olarak yorumlamıştır. Ayrıca katılımcıların %15'i (n=3) Edirne Kırmızısı'nı "sanat eseri" (K5, K14, K15), %15'i (n=3) "yiyecek ve içecek" (K2, K8, K17), %10'u (n=2) "dış cephe ve süsleme" (K6, K16), %5'i (n=1) "kozmetik ürünü" (K2) ve %5'i (n=1) "bitki" (K1) olarak çeşitlendirmiştir. Kadın katılımcıların (K1, K2, K5, K8, K13) %100'ü (n=20) Edirne Kırmızısı'nı bir tekstil ürünü, %80'i ise (n=20) turistik ürün veya hediyelik eşya olarak yorumlamıştır.

Katılımcıların Edirne Kırmızısı'nı hangi üründe görmek istediklerine ilişkin verdikleri yanıtlara Tablo 5'te yer verilmektedir.

Tablo 5. Edirne Kırmızısı'nın Ürün Çeşitliliği Hakkında Katılımcıların Cevapları

	İLK ÜRÜN	**İLK 5 ÜRÜN**
K1	İpek fular ve şal (Tekstil)	• Ahşap bina • Masa örtüsü • Kumaş peçete • Bitki aşısı • Kitap kapağı
K2	Araba rengi	• Oje • Ruj • Amblem – Logo • Tatlı • Dondurma

K3	Halı – Kilim (Tekstil)	• Ahşap ürünler • Taksi • Hediyelik eşya
K4	Kravat – Fular (Tekstil)	• Tişört • Kazak • Mendil • Maske • Magnet
K5	Sanat eseri	• Konfeksiyon (Kravat, fular, şal) • Deri cüzdan • Takı kutusu • Klasör • Kapaklı dosya
K6	Kıyafet (Tekstil)	• Amblem – Logo • Dış cephe • Kitap kapağı • Posta pulu • Taksi – Bisiklet (Toplu taşıma)
K7	Tekstil ürünü (Tekstil)	Tekstil ürünü dışında bir şey önermiyor
K8	Kültürel öge	• Kına kıyafeti • Fular • Fincan takımı • Hediyelik eşya
K9	Pelerin (Tekstil)	• Masa örtüsü • Şal • Ahşap • Deri • Seramik
K10	Fular (Tekstil)	• Masa örtüsü • Papyon • Havlu • Bandana • Tişört
K11	Şal (Tekstil)	• Kravat • Yatak örtüsü • Gecelik • Gömlek
K12	Yöresel ürün	• Yün • İpek • Pamuk • Keten
K13	Mum	• Motif – Desen • Magnet • Kumaş heybe • Araba aksesuarı • Davetiye
K14	Tekstil ürünü (Tekstil)	• Ahşap • Geleneksel el sanatları • Porselen
K15	Geleneksel el sanatları	• Fular • Kravat • Ceket

K16	Tüm ürünler	• Otomobil • Bina dış cephe • Telefon • Kalem • Gözlük
K17	Tekstil ürünü (Tekstil)	• Mis sabunu • Kıspet ipliği • Porselen • Badem ezmesi • Lokum
K18	Kaftan (Tekstil)	• Kravat • Fular • Tişört • Elbise • Şal
K19	Fular (Tekstil)	• Kravat • Eşarp • Başörtüsü • Ev tekstil ürünü
K20	Elbise (Tekstil)	• Saklama kabı • Yön tabelası • Üniforma

Edirne Kırmızısı'nın ilk olarak bir tekstil ürününde ortaya çıkması, katılımcıların bu soruya verdiği yanıtlarda da etkisini göstermektedir. Katılımcıların tamamına yakını Edirne Kırmızısı'nı ağırlıklı olarak kravat, şal ve fular gibi bir tekstil ürünü ile çeşitlendirirken hediyelik eşya diyen katılımcıların oranı da yarı yarıya olarak dikkat çekmektedir. Edirne Kırmızısı ile ilgili kentte yürütülen çalışmaların başını çeken Trakya Üniversitesi de bu araştırmadan çıkan sonucu dikkate alarak Kiğılı firması ile yapılan iş birliği kapsamında ipek ve polyester olmak üzere kravat, şal ve mendilden oluşan bir koleksiyon hazırlamıştır.

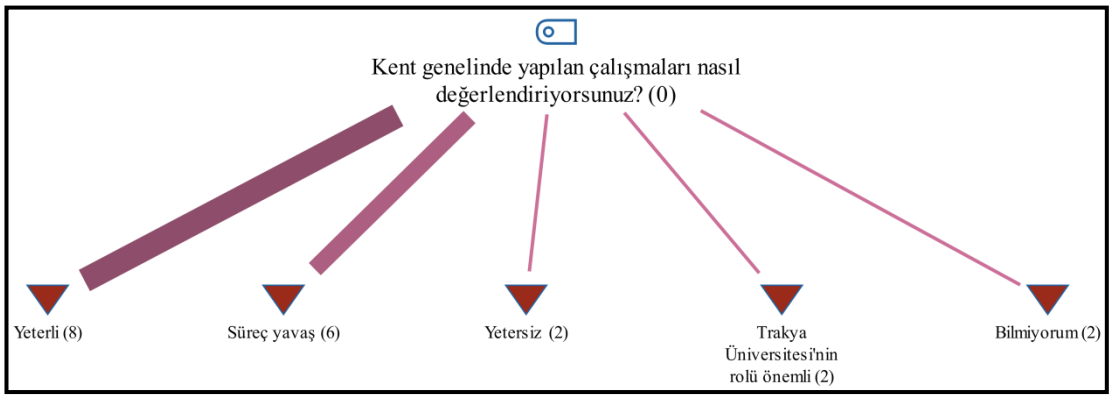
Edirne Kırmızısı'nın otomotiv sektörü ve toplu taşıma materyali olarak da kullanılabileceği yönünde görüş bildiren katılımcıların oranı %25'tir. Rengin taksi ve bisiklet gibi ulaşım araçlarında kullanımı yerel pazarı, otomotiv sektöründen bir marka tarafından kullanımı ise global pazarı kapsamaktadır. Bu doğrultuda Edirne Kırmızısı'nın ticari bir ürün olarak hem yerelde hem de dünya çapında kullanımının yaygınlaşabileceği öngörülmektedir.

Araştırmadan elde edilen veriler Edirne Kırmızısı'nın gıda sektöründe de kullanılabileceğini ortaya koymuştur. Katılımcılar özellikle dondurma, lokum ve

bademezmesi gibi ürünlere Edirne Kırmızısı'nın renk tonunun uygulanabileceğini ve bu sayede rengin kullanım çeşitliliğinin artacağı yönünde görüş bildirmişlerdir.

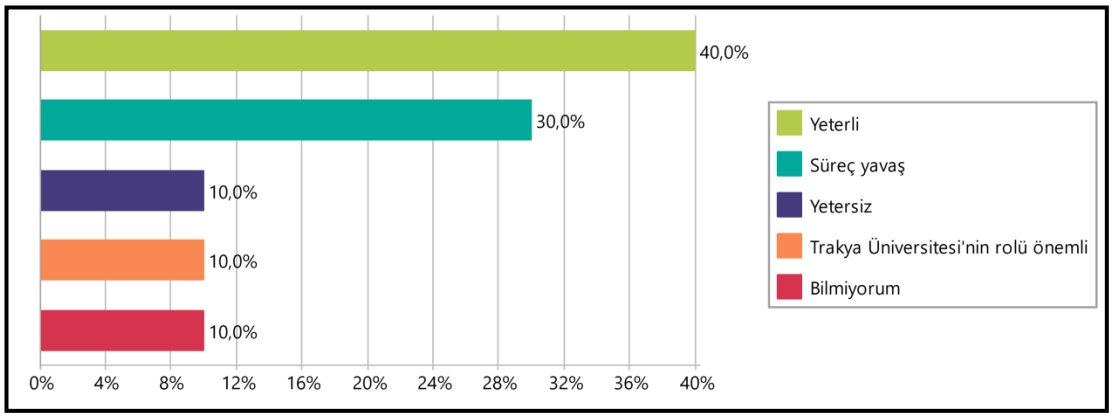
4.5.7. Edirne Kırmızısı ile İlgili Yapılan Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Bulgular

Edirne Kırmızısı ile ilgili yürütülen çalışmaların yeterli olup olmadığının ölçülebilmesi için katılımcılara "Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması yönündeki çalışmaları nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar sonrası ortaya beş tema çıkmıştır (Şekil 6). Şekil 6'daki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 6: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Cevaplar

Şekil 6'da gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 10'da gösterilmiştir.



Grafik 10: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterliliğine İlişkin Verilen Cevapları Yüzdesi

Ortaya çıkan temalara bakıldığında "yeterli" (K6, K9, K12, K13, K15, K18, K19, K20) temasını ifade eden katılımcı oranı %40 (n=8), "süreç yavaş" (K2, K3, K10, K11, K16, K17) temasını belirten katılımcı oranı ise %30 (n=6) olmuştur. Çalışmaları yetersiz bulan (K7, K8), Trakya Üniversitesi'nin bu çalışmalarda önemli bir rol üstlendiğini belirten (K4, K14) ve çalışmalar hakkında bilgi sahibi olmadığını ifade eden (K1, K5) katılımcı oranı ise %10 (n=2) olmuştur.

Katılımcıların Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışmaların yeterli olup olmadığına dair verdikleri örnek ifadelere Tablo 6'da yer verilmektedir.

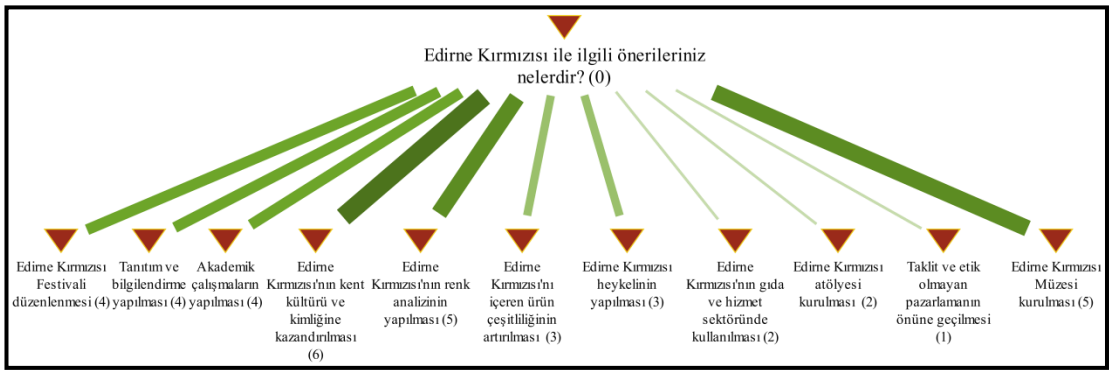
Tablo 6: Edirne Kırmızısı ile İlgili Çalışmaların Yeterli Olup Olmadığına Dair Örnek İfadeler

Yeterli: *Çok yakından olmasa da yapılan çalışmaları takip ediyorum ve bu çalışmaları çok başarılı buluyorum. Özellikle son 1-2 yıldır da bu çalışmaların daha da yoğun olarak uygulandığını görüyorum.* ***K6***
Süreç yavaş: *Edirne Kırmızısı'nı ilk duyduğum zaman iyi bir pazarlama süreci vardı fakat zamanla bu hız kayboldu.* ***K17***
Yetersiz: *Bu yönde yapılan çalışmaları çok iyi değerlendiremiyorum.* ***K7***
Trakya Üniversitesi'nin rolü önemli: *Trakya Üniversitesi'nin yaptığı çalışmalar ön planda gözüküyor.* ***K4***
Bilmiyorum: *Açıkçası şu an devam eden görünürlüğü olan çalışmalardan bilgim yok. Pandemi nedeniyle çok dışarı çıkamadığımız için belki göremiyoruz.* ***K1***

Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışma ve faaliyetlere ilişkin ortaya çıkan en yüksek orana sahip "yeterli" teması ile "Trakya Üniversitesi'nin rolü" teması %50 (n=10) oranını bulmaktadır. Bu oran, Edirne Kırmızısı ile ilgili bugüne kadar yapılan çalışma ve faaliyetlerin verimliliğini ortaya koyduğu gibi akademik ve bilimsel çalışmalara ağırlık veren Trakya Üniversitesi'nin de önemli bir görev üstlendiği görüşünü doğrulamaktadır.

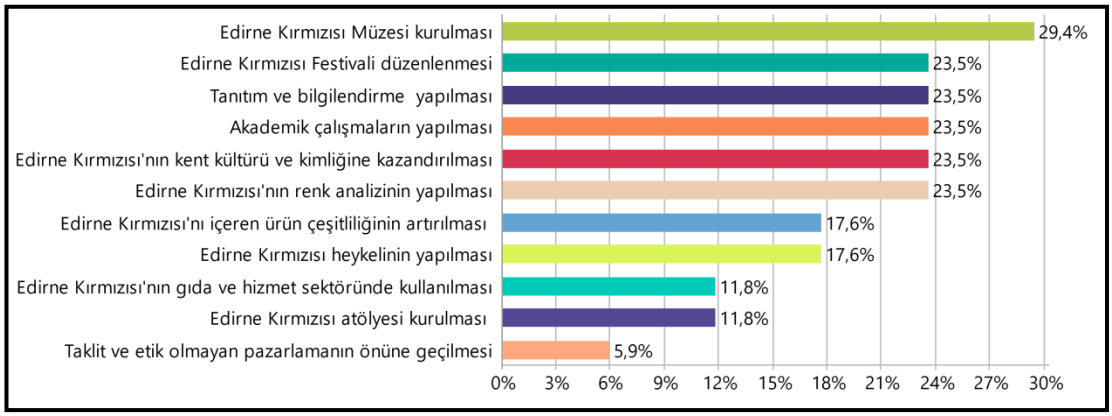
4.5.8. Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Önerilere Dair Bulgular

Edirne Kırmızısı isminin yaygınlaşması ve rengin kent kimliğine kazandırılması yönünde yapılabilecek faaliyet ve çalışmaların çeşitliliğin artırılması adına katılımcılardan birtakım öneriler toplanmıştır. Her katılımcı birden fazla cevap verdiği için 11 tema oluşmuştur (Şekil 7). Şekil 7'deki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 7: Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Öneriler

Şekil 7'de gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 11'de gösterilmiştir.



Grafik 11: Edirne Kırmızısı'nın Yaygınlaştırılması ile İlgili Yapılan Önerilere Ait Cevapların Yüzdesi

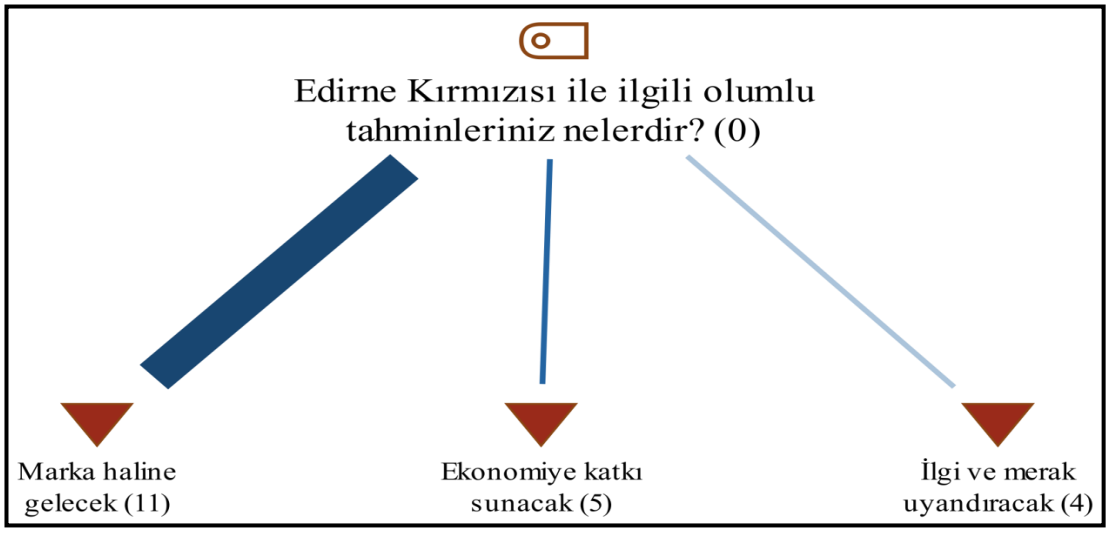
Ortaya çıkan temalara bakıldığında katılımcıların %29,4'ü "Edirne Kırmızısı Müzesi kurulması", %23,5'i de "Edirne Kırmızısı Festivali düzenlenmesi" yönünde görüş bildirmiştir. "Tanıtım ve bilgilendirme yapılması", "akademik

çalışmaların yapılması", "Edirne Kırmızısı'nın kent kültürü ve kimliğine kazandırılması" ve "Edirne Kırmızısı'nın renk analizinin yapılması" temalarının oranı %23,5'tir. "Edirne Kırmızısı'nı içeren ürün çeşitliliğinin artması" ve "Edirne Kırmızısı heykelinin yapılması" temaları oranı %17,6; "Edirne Kırmızısı'nın gıda ve hizmet sektöründe kullanılması" ve "Edirne Kırmızısı atölyesi kurulması" temaları oranı da %11,8'dir. "Taklit ve etik olmayan pazarlamanın önüne geçilmesi" temasının oranı ise %5,9'dur.

Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması çalışmalarında ortaya sunulan önerilerden en yüksek orana sahip olan "Edirne Kırmızısı Müzesi kurulması" teması, Grafik 7'de bahsedildiği gibi Edirne Kırmızısı'nın kültürel bir ögeyi ifade ettiği görüşünü desteklemektedir. "Edirne Kırmızısı Festivali düzenlenmesi", "Edirne Kırmızısı'nın kent kültürü ve kimliğine kazandırılması", "Edirne Kırmızısı heykelinin yapılması" ve "Edirne Kırmızısı atölyesi kurulması" temaları da bu görüşü ayrıca desteklediği gibi rengin sürdürülebilirlik potansiyelini de ortaya koymaktadır.

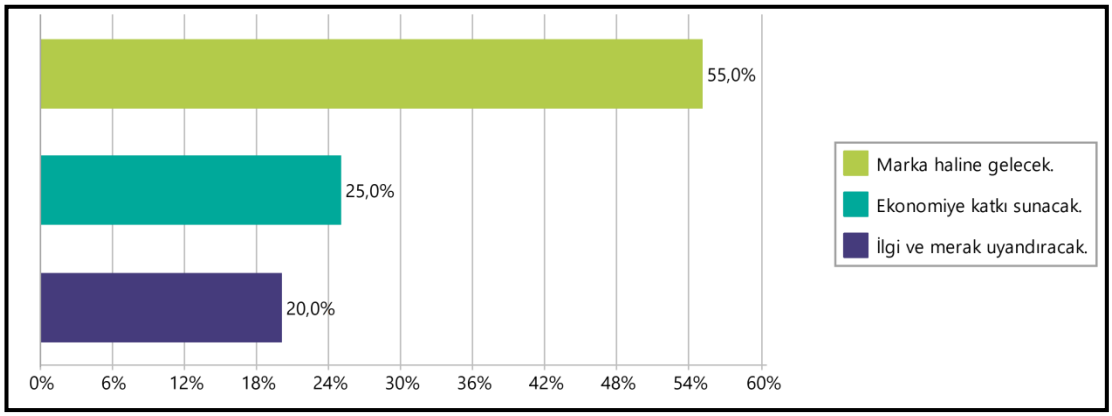
4.5.9. Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Bulgular

Edirne Kırmızısı'nın gelecekte olumlu yönden neler beklediğinin ölçülmesi için katılımcılara "Edirne Kırmızısı kavramının gelecekte yerel ya da ulusal çapta kullanımı ile ilgili olumlu tahminleriniz nelerdir?" sorusu sorulmuş ve cevaplar doğrultusunda ortaya üç tema çıkmıştır (Şekil 8). Şekil 8'deki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 8: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Verilen Cevaplar

Şekil 8'de gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 12'de gösterilmiştir.



Grafik 12: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumlu Tahminlere İlişkin Verilen Cevapların Yüzdesi

Ortaya çıkan temalara bakıldığında Edirne Kırmızısı'nın gelecekte bir marka haline geleceği (K2, K3, K9, K10, K12, K13, K15, K16, K17, K19, K20) temasını ifade eden katılımcı oranı %55 (n=11), Edirne Kırmızısı'nın ekonomiye katkı sunacağı (K4, K7, K11, K14, K18) temasını belirten katılımcı oranı %25 (n=5) ve Edirne Kırmızısı'nın ilgi ve merak uyandıracağı (K1, K5, K6, K8) temasını ifade eden katılımcı oranı %20 (n=4) olmuştur.

Katılımcıların Edirne Kırmızısı ile ilgili olumlu tahminlere yönelik verdiği örnek ifadelere Tablo 7'de yer verilmektedir.

Tablo 7: Edirne Kırmızısı ile İlgili Olumlu Tahminlere İlişkin Örnek İfadeler

Marka haline gelecek: *Edirne Kırmızısı tüm dünyada tarafından bilinen, buraya gelen turistler sayesinde tüm dünyaya yayılabilecek, moda haline gelecek bir kavram olduğuna inanıyorum.* ***K3***
Ekonomiye katkı sunacak: *Önümüzdeki süreçte kentteki ekonomiyi canlandıracaktır. Kentte para kazandırmayı artıracaktır. Turistik açıdan daha pahalı ürünler satılmasına yol açacağı gibi mevcut satılan ürünlerin de Edirne Kırmızısı renginde üretilmesine, doğru yoldan da kent ekonomisine katkı sunacaktır.* ***K11***
İlgi ve merak uyandıracak: *Edirne Kırmızısı'nın oldukça ilgi uyandıracağını ve merak uyandıracağını düşünüyorum. Özellikle hediyelik eşya kapsamında insanların çok ilgisini çekeceğini, iyi tanıtıldığında ve duyurulduğunda büyük avantaj sağlayacağını düşünüyorum.* ***K1***

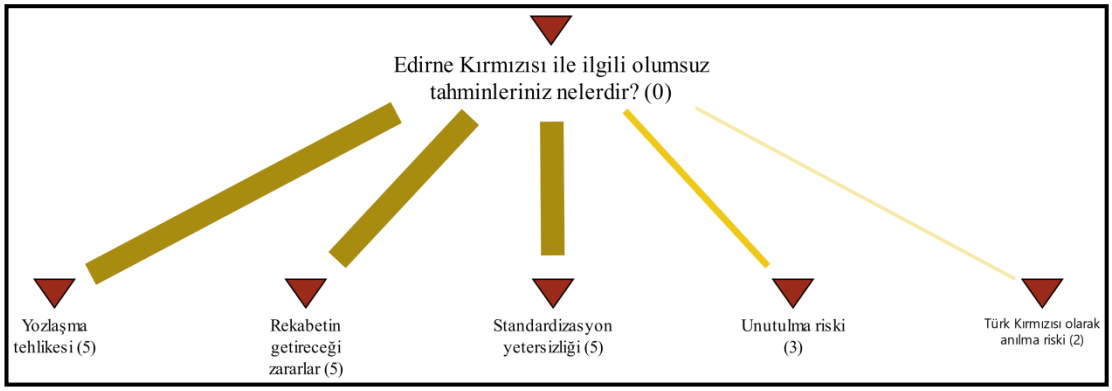
Verilerin analizi, Edirne Kırmızısı'nın kent kültürü ve ekonomisi için önemini ortaya koymaktadır. Katılımcıların %55'inin (n=11) Edirne Kırmızısı'nın gelecekte bir marka haline geleceği yönünde görüş bildirmesi, Edirne'nin "marka kent" kavramı ile de örtüşmektedir. Ayrıca bu sonuç, Edirne Kırmızısı'nın Edirne ilinin marka imajına da olumlu katkı sunacağı şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların %25'inin (n=5) Edirne Kırmızısı'nın ekonomiye katkı sunacağı yönünde görüş bildirmesi, bu araştırmanın amaçlarından biri olan Edirne Kırmızısı'nın kent ekonomisine kazandırılması hedefiyle de örtüşmektedir.

4.5.10. Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Bulgular

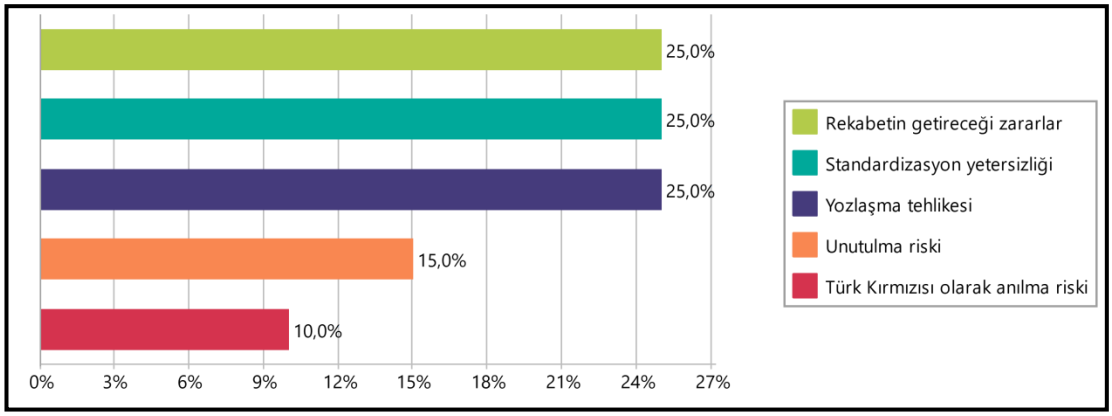
Edirne Kırmızısı'nın gelecekte olumsuz yönden neler beklediğinin ölçülmesi için katılımcılara "Edirne Kırmızısı kavramının gelecekte yerel ya da

ulusal çapta kullanımı ile ilgili olumsuz tahminleriniz nelerdir?" sorusu sorulmuş ve alınan cevaplar doğrultusunda ortaya beş tema çıkmıştır (Şekil 9). Şekil 9'daki çizgilerin kalınlıkları, cevapların yoğunluğuna göre değişmektedir.



Şekil 9: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Verilen Cevaplar

Şekil 9'da gösterilen verilerin yüzdesi Grafik 13'te gösterilmiştir.



Grafik 13: Edirne Kırmızısı ile İlgili Gelecekteki Olumsuz Tahminlere İlişkin Verilen Cevapların Yüzdesi

Temalar incelendiğinde "rekabetin getireceği zararlar" (K10, K12, K13, K16, K19) temasını ifade eden katılımcı oranı %25 (n=5), "standardizasyon yetersizliği" (K1, K6, K7, K8, K15) temasını belirten katılımcı oranı %25 (n=5) ve "yozlaşma tehlikesi" (K2, K9, K11, K17, K20) temasını ifade eden katılımcı oranı %25 (n=5) olmuştur. Edirne Kırmızısı'nın "unutulma riski" (K3, K5, K18) taşıdığını belirten katılımcı oranı %15 (n=3) ve Edirne Kırmızısı'nın "Türk Kırmızısı olarak

anılma riski" (K4, K14) ile karşılaşılacağını ifade eden katılımcı oranı ise %10 (n=2) olmuştur. Katılımcıların Edirne Kırmızısı ile ilgili olumsuz tahminlere yönelik verdiği örnek ifadelere Tablo 8'de yer verilmektedir.

Tablo 8: Edirne Kırmızısı ile İlgili Olumsuz Tahminlere İlişkin Örnek İfadeler

Rekabetin getireceği zararlar: *Edirne dışında başka birililerinin Edirne Kırmızısı'nı sahiplenecek olmasını olumsuzluk olarak düşünüyorum.* ***K13***
Standardizasyon yetersizliği: *Çok fazla yaymadan daha minimal bir çerçevede çalışılması gerektiğinin düşünüyorum çünkü renk çok fazla ürünlere yayıldığı takdirde rengin standardizasyonunun sağlanması gecikecektir.* ***K6***
Yozlaşma tehlikesi: *Çok kopyası çıkacaktır, Edirne Kırmızısı dışında kırmızıyla ilgili birçok renk ortaya çıkacaktır. En az 7-8 tane kırmızıyla karşılaşabiliriz.* ***K11***
Unutulma riski: *Ürün geliştirmeyi başarmazsak, en azından geliştirmek isteyenlere de destek olmazsak ürün 2017'nin öncesine de gidebilir ve unutulabilir. Bunca harcanan emek ve para boşa gidebilir.* ***K3***
Türk Kırmızısı olarak anılma riski: *Edirne Kırmızısı'nın önündeki tek engelin Türk Kırmızısı olacağını düşünüyorum. Çünkü birçok bilindik markanın Türk Kırmızısı koleksiyonu var.* ***K14***

Edirne Kırmızısı ile ilgili gelecekteki olumsuz tahminlerin analizine bakıldığında birbiriyle ilintili olduğu saptanan "rekabetin getireceği zararlar", "standardizasyon yetersizliği", "yozlaşma tehlikesi" ve "Edirne Kırmızısı'nın Türk Kırmızısı olarak anılma riski" temaları toplamda %85 (n=17) oranına ulaşmaktadır. Bu oran, Edirne Kırmızısı ile ilgili yapılan çalışmaların sürdürülebilir olmayacağı endişesini yansıtmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, araştırmada elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlara ve sonuçlara dayalı olarak yapılan önerilere yer verilmiştir.

Birçok tarihi ve mimari esere sahip olan Edirne ili bünyesinde çok sayıda kültürel ve turistik ögeyi barındırmaktadır. Bu ögelerden biri de, kırmızı renginin bir tonu olan Edirne Kırmızısı'dır. Fransızca ismi "Rouge d'Andrinople" olarak da bilinen Edirne Kırmızısı, oldukça zahmetli bir süreç sonrası elde edilen, uğrunda çokça emek ve paranın harcandığı tarihi bir renk olarak dikkat çekmektedir. Kök boya gibi bir doğal boyadan üretilen ve 18. yüzyıl ortalarından itibaren tekstil sektöründe oldukça revaçta olan Edirne Kırmızısı, Sanayi Devrimi sonrası endüstrideki makineleşmenin artması sonucu zamanla unutulmaya yüz tutmuştur. Kent genelinde sınırlı sayıda tarihçi, araştırmacı ve konuya özel ilgi duyan akademisyenler tarafından bilindiği gözlenen Edirne Kırmızısı'nın bilinirliği 2017 yılında Edirne Hudut Gazetesi'nde yayımlanan bir yazı dizisi sonrası artmıştır. 1999 yılında halk arasında konuşulan, 2005 yılında Edirne Valiliği tarafından çıkarılan bir dergide makaleye konu olan Edirne Kırmızısı'nın kent kimliğine kazandırılması yönünde birçok resmi kurum ve sivil toplum kuruluşu, 2017 yılından itibaren çalışmalar yürütmektedir. Bu kurum ve kuruluşların başında Trakya Üniversitesi ile Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği gelmektedir. Bu çalışmalara yerel halk ve esnaf da dâhil olmuştur. 2017 yılından sonra Edirne Kırmızısı'nın mesleki proje ve toplantılara, bilimsel çalışmalara ve çeşitli iletişim araçlarına konu olması Edirne Kırmızısı'nın bilinirliğine katkıda bulunmuştur.

Edirne Kırmızısı sadece bir rengi değil, kültürel bir öge olarak somut ve soyut kavramları da temsil etmektedir. Bu araştırmada Edirne Kırmızısı'nı kültürel bir öge olarak betimlenmesi, rengin kent kimliğine kazandırılması çalışmalarının geçerliliğini ortaya koymaktadır. Trakya Üniversitesi'nin hayata geçirdiği çalışma ve faaliyetlerin Edirne Kırmızısı'nın tanıtımında çok büyük bir etkisi olmuştur. Bu durum, Trakya Üniversitesi'nin etkinliğini ve Edirne Kırmızısı konusunda lokomotif kurum olabileceğini göstermektedir.

Edirne Kırmızısı'nın ilk olarak bir tekstil ürününde ortaya çıkması, araştırmada sorular yöneltilen katılımcılar üzerinde de etkisini göstermektedir. Katılımcıların tamamına yakını Edirne Kırmızısı'nı kravat, şal ve fular gibi tekstil ürünleri ile çeşitlendirmiştir. Edirne Kırmızısı ile ilgili çalışmalarda öncü kurumlardan biri olan Trakya Üniversitesi de bu araştırma kapsamında bir giyim firması ile iş birliğine giderek kravat, şal ve mendilden oluşan bir koleksiyon hazırlamıştır. Trakya Üniversitesi'nin Edirne Kırmızısı üzerindeki yetkinliğini gösteren koleksiyon aynı zamanda bu araştırmanın da bir çıktısı olarak dikkat çekmektedir. Edirne Kırmızısı'nın ürün ve objelerde kullanımı ileriki süreçte kent ekonomisine katkı sağlayacağını göstermektedir. Bu araştırmanın en önemli sonuçlarından biri Edirne Kırmızısı'nın ticari bir ürün olarak hem yerelde hem de dünya çapında kullanımının yaygınlaşacağı, gelecekte büyük bir marka haline geleceği öngörüsüdür. Bu öngörü, Edirne ilinin "marka kent" kavramı ile de örtüşmektedir. 2019 yılında yaşanan, bütün dünya ekonomisini ve özellikle turizm sektörünü etkileyen Covid-19 küresel salgını turist beklentilerini ve algılarını değiştirmiştir. Kitle turizmi yerini alternatif turizm olanakları çerçevesinde kültür turizmi ve kent turizmi daha da önem kazanacağı görüşü ön plana çıkmıştır. Edirne Kırmızısı da temsil ettiği tarihi, kültürel ve turistik özellikleriyle Edirne kentini dünyaca tercih edilen seçkin destinasyonlar arasına girmesine katkıda bulunacaktır.

Bilimsel araştırmaların yanı sıra Edirne Kırmızısı'nı yerel ekonomiyle bütünleştirecek çalışmaların yapılması, Edirne Kırmızısı'nın tüm üretim aşamalarının yer aldığı, kentsel turizmi de destekleyerek turistlerin farklı bir deneyim yaşayabileceği bir çalışma atölyesi kurulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Özellikle boya ve tekstil firmalarının Edirne Kırmızısı rengini elde edebilmek için profesyonel çalışmalar yapması ve bu renkte üretilecek ürünleri belirli bir standardizasyona ulaştırması, Edirne Kırmızısı'nın yozlaşma tehlikesini ortadan kaldıracaktır. Trakya Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilen kongre ve sempozyumlarda Edirne Kırmızısı'nın kullanılması, rengin ulusal ve uluslararası tanınırlığını farklı boyutlara ulaştıracaktır. Sosyal medya tanıtımının üzerine gidilmesi de Edirne Kırmızısı'nın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacaktır. Gelecek çalışmalarda turistler üzerinde yapılacak bir araştırma ile Edirne Kırmızısı'nın turistler üzerindeki etkisi ölçülebilir.

KAYNAKÇA

Aikin, J. (2014). "A Description of The Country from Thirty to Forty Miles Round Manchester", *Cambridge University Press; Illustrated Edition*.

Akkoyunlu, K. (2007). "Sürdürülebilir Kent, Kent ve Politika: Antik Kentten Dünya Kentine", (Derleyen: Ayşegül Mengi), *İmge Yayınevi*, s.11-26, Ankara.

Akman, O. (2017). "Paylaşılamayan Renk: Edirne Kırmızısı", *Edirne Hudut Gazetesi*, 20-21-22 Mart 2017, s.4, Edirne.

Akpınar, T. (1998). "Alman Seyahatnamelerinde Edirne", Edirne Serhattaki Payitaht, *Yapı Kredi Yayınları*, s.255-278, İstanbul.

Albayrak, K. (2008), "Millî Dinlerde Renk Fenomeni", *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 8.1: 1-42.

Anderson, F. (2006), "Colour; How To Use Colour in Art and Design", London, Laurence King Publishing Ltd.

Arthur, L. ve diğerleri. (2007). "Seeing Red: Scotland's Exotic Textile Heritage", *Glasgow: Collins Gallery.*

Ashmore, J. (2020). "Sanatta Ruhsallık Üzerine". Kandinsky'nin Kuramsal Yönü, *Ketebe Yayınları* (İngilizceden çeviren: Ahmet Ölmez), s.14-92, İstanbul.

Avrupa Kentsel Şartı. (1996). *Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Yayınları*. s.6, Ankara.

Baturlar, Ş. S. ve Yaylagül, L. (2019). "Kültürel Süreklilik Bağlamında Türk Halk Kültüründe Mavi/Turkuaz Mavisi ve Nazar Boncuğu", *Akdeniz İletişim*, (31).

Baykara, T. (1998). "Kök Boya", *Arış, Atatürk Kültür Merkezi, Başbakanlık Atatürk Dil ve Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.* Ankara.

Becer E. (1999). "İletişim ve Grafik Tasarım", *Dost Yayınları*. Ankara.

Bell, D. A. ve de-Shalit, A. (2011). "The Spirit of Cities, Why the Identity of a City Matters in a Global Age", *Pinceton: Princeton University Press*.

Berger, T. (2016). "Place, Imaginary, Identity: Place Ethnography in Truth or Consequences, New Mexico", PhD Thesis, *Albuquerque: The University of New Mexico*. New Mexico.

Bilar, E. (2018). "Dr. Ratip Kazancıgil ve Edirne'si", *Hiperlink Yayınevi*. İstanbul.

Boyacıoğlu, E. Z. (2018). "Edirne'deki Konaklama İşletmelerinin Turizm Arz Kapasitesinin Belirlenmesi", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 274, Edirne.

Burns, J. (1794). "Parish of Barony of Glasgow", In J. Sinclair, ed. *The Statistical Account of Scotland*. Edinburgh: William Creech, pp.109-126.

Cardon D. (1994). "Aussi Rouge Que Possible: L'art Du Teinturier Face A L'eternel Desir Du Rouge", *Adnrinople: Le Rouge Magnifique*, s.72-79, Paris.

Chenciner, R. (2003). "Madder Red: A History Of Luxury And Trade. Routledge".

Çağlarca, S. (2003). "Renk ve Armoni Kuralları", *İnkılap Yayınları.* İstanbul.

Çakır, S. (2013). "Sultanlar Yolu: Türkiye-Yunanistan Yürüyüş Rotası", *Hil Yayınları*. s.23. İstanbul.

Çoruhlu, Y. (2000). "Türk Mitolojisinin Anahtarları", *Kabalcı Yayınevi*. s.191-192.

Demirseren, Çöl, Ş. (1998). "Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Danışman: Prof. Dr. Mehmet Çubuk. Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.

Çöloğlu, Ö. D. (2006). "Sinemada Bir Anlam Yaratma Süreci Olarak Renk ve Krzystof Kieslowski'nin 'Üç Renk: Mavi, Beyaz, Kırmızı' Üçlemesi", *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi.*

Demir, R. (2015). "Divan Şiirinde Kırmızı Renk", *Türkiyat Mecmuası*, *25*(1), 57-91.

Diktaş, A. (2008). "XVI. Yüzyılın Son Çeyreğinde Edirne'de Sosyal Hayat", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Dinçer, M. Z. (1993). "Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm". *Filiz Kitapevi*. İstanbul.

Dokumacı, M. (2020). "Renklerin İnsan Yaşamındaki Etkileri ve Renklerin Tarih Boyunca Yolculuğu", *Takvim-i Vekayi*, *8*(2), 120-131.

Dölen, E. (1992). "Tekstil Tarihi: Dünyada ve Türkiye' De Tekstil Teknolojisinin ve Sanayiinin Tarihsel Gelişimi", *Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Yayınları No:92/1, Matbaa Eğitimi Bölümü Yayın No:6.* İstanbul.

Driessen, L. A. (1944). "Calico Printing and The Cotton Industry in Holland", *Ciba Review* (48): 1749.

Duran, E. (2010). "Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği", *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Eberhard, W. (2000). "Çin Simgeleri Sözlüğü", (Çeviren: A. Kazancıgil ve A. Bereket), İstanbul.

Enez, N. (2008-2009). "Halıları Kırmızıya Boyayanlar", *P Dünya Sanatı Dergisi.* s.50, Kış.

Erdoğdu, B. (1998). ''Tarih Öncesi Dönemde Edirne'' Emin Nedred İşli ve M. Sabri Koz (Ed.), Edirne: Serhattaki Payitaht İçinde, *Yapı Kredi Yayınları*, s.17, İstanbul.

Eren, A. (2008). "Bâkî Divanı'nda Kırmızı Renk", *Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* 37, 31-68.

Ergan, Göynüşen, S. (2011). "Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. Edirne.

Erten, M. (1999). "Nasıl Bir Yerel Yönetim?", *Anahtar Kitapları*. İstanbul.

Eşberk, T. (1947). "Ev İdaresi ve Köy Sanatları", *Tarım Bakanlığı Neşriyat Müdürlüğü Genel Sayı: 649. Okul Kitapları: 18. Ülkü Basımevi*. İstanbul.

Eşberk, T. ve Köşker, Ö. (1945). "Kök Boya (Rubia Tinctorum L.)", *Ankara Yüksek Ziraat Enstitüsü Dergisi.* 4(1): 376- 384 s, Ankara.

European Commission. (2000). "Towards Quality Urban Tourism, Integrated Quality Management (IQM) of Urban Tourist Destinations", *Brussels: European Communities Publications*.

Fues, D. (1994). "La Garance: Colarant Du Rouge Turc", *Adnrinople: Le Rouge Magnifique,* s. 80-81. Paris.

Genç, M. (2014). "Başbakanlık Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kök Boya ve Cehri ile İlgili Kayıtlar", *Art-e Sanat Dergisi, 7*(13), 174-212.

Genç, R. (1997). "Türk İnanışları ile Milli Geleneklerinde Renkler ve Sarı, Kırmızı, Yeşil", Ankara.

Great Britain House of Commons. (1803). "Journals of the House of Commons", *H. M. Stationery Office*.

Grolier International Americana. (1993). Cilt 11, *Sabah Gazetesi Yayınları*. İstanbul

Güler, Gönenç, E. (2018). "Sürdürülebilir Marka Kente Doğru: Edirne Kırmızısı", *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411*, 2(1), 11-19.

Gürgen, S. Y. (2019). "Bir Savaş Bir Vilayet: 93 Harbi'nden Sonra Edirne Vilayeti'nde Savaşın İzlerini Silmek Üzere Yapılan Düzenlemeler (1879-1882)", *History Studies*, (13094688), 11(6).

Hem, L. E. ve Iversen, N. M. (2004). "How To Develop A Destination Brand Logo: A Aualitative And Quantative Approach", *Skandinav Journal of Hospitality And Tourism*, 4(2), 83-106.

Hilton, R. J. (1999). "Kentler, Kapitalizm ve Uygarlık", (Çeviren: Ruşen; Keleş). *İmge Kitapevi*. Ankara.

Ilgar, M. Z. ve Ilgar, S. C. (2013). "Nitel Bir Araştırma Deseni Olarak Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram)", *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), s. 197-247.

İçellioğlu, C. Ş. (2014). "Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi", *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 37-55.

İçli, G. E. ve Çopur, M. E. (2008). "Pazarlama İletişiminde Renklerin Rolü", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(1), 22-33.

İnalcık, H. (1964). "Edirne'nin Fethi (1361)", *Türk Tarih Kurumu*. Ankara.

Jacque, J. (1994). "Introduction", *Adnrinople: Le Rouge Magnifique*, s. 80-81. Paris.

Kansu, Ş. A. (1993). "Edirne'nin Tarihöncesine Ait Araştırmalar", Edirne (Edirne'nin 600. Fethi Yıldönümü Armağan Kitabı). 2. Baskı, *Türk Tarih Kurumu Yayınları*, Ankara.

Kaplan, M. (1987). "Türk Milletinin Kültürel Değerleri (Vol. 732)", *Kültür ve Turizm Bakanlığı*.

Karadağ, R. (2007). "Doğal Boyamacılık", *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Döner Sermaye İşletmeleri Genel Müdürlüğü, Geleneksel El Sanatları ve Mağazalar İşletme Müdürlüğü Yayınları No:3.* Ankara.

Karaman, Z. T. (1998). "Kent Yönetimi ve Politikası", *Anadolu Matbaacılık*. İzmir.

Karski, A. (1990). "Urban Tourism: A Key To Urban Regeneration?", *The Planner*, 76(13):15-17.

Kavruk, H. (2002). "Anakente Bakış", *Hizmet İş Sendikası Yayınları*. s.65. Ankara.

Kayabaşı, N. ve Dellal, G. (2004). "Koyun Irklarından Elde Edilen Yünlerin Kök Boya (Rubia tinctorum L.) ile Verdikleri Renklerin Işık Haslık Değerleri Üzerine Bir Araştırma", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi.* 14(2), 79-83.

Kayabaşı, N. ve diğerleri. (2002). "Hatmi (Alcea striata DC.) Çiçeğinden Elde Edilen Renkler ve Bu Renklerin Bazı Haslık Değerleri Üzerine Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi.*

Kaypak, Ş. (2010). "Antakya'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 373-392.

Kızıldemir, Ö. (2020). "Edirne Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 7(12), 100-113.

Koca, E. ve Koç, F. (2008). "Çalışan Kadınların Giysi Seçimleri ve Renk Tercihleri", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 171-200.

Küçük, S. (2010). "Türkiye Türkçesinde Renk Adları ve Özellikleri", *Journal of International Social Research*, 3(10).

Landry, C. ve Murray, C. (2017). "Psychology & the City: The Hidden Dimension", *Gloucestershire: Comedia*.

Le Rouge D'andrinople. Une Histoire D'espionnage Industriel, *Histoire D'entreprises*. Aralık 2018.

Manav, B. (2015). "Renk-Anlam-Mekân İlişkisi", *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication*. 5(3), 22–27.

Mansel, A. M. (1965). "İlkçağda Edirne", *Edirne (Edirne'nin 600. Fetih Yıl Dönümü Armağan Kitabı*. s. 22. Ankara.

Meydan Larousse. (1992). *Sabah Gazetesi Yayınları*. Cilt 16, İstanbul.

Meyers, H. M. ve Lubliner, M. J. (2003). "Başarılı Ambalaj Başarılı Pazarlama", (Çeviren: Z. Üsdiken), *Rota Yayınları*. İstanbul

Miles B. M. ve Huberman, A. M. (1994). "Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book", California.

Nientied, P. (2018). "Hybrid Urban Identity-The Case Of Rotterdam", *Current Urban Studies*, 6(01), 152.

Ögel, B. (1984). "Türklerde Tuğ ve Bayrak", Türk Kültür Tarihine Giriş, c. VI, s. 401. Ankara.

Önal, A. ve Kepez, M. (1989). "CEHRİ (Rhamnus Tinctoria)'dan Boyarmadde Ekstraksiyonu ve Yün Liflerinin Boyanması", *Doğa Türk Kimya Dergisi*.

Önem A. B. ve Kılınçarslan İ. (2005). "Haliç Bölgesinde Çevre Algılama ve Kentsel Kimlik", *İTÜ Dergisi/A, Mimarlık, Planlama ve Tasarım*, 4(1), 115-125.

Özer, U. S. (2010). "Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma", (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı. Eskişehir.

Öztürk, İ. (1997). "Doğal Bitkisel Boyalarla Yün Boyama, Temel Kaynaklar Dizisi", *Ürün Yayınları.* Ankara.

Pérez, L. H. ve Verna, C. (2006). "Dissemination of Technical Knowledge in The Middle Ages and The Early Modern Era New Approaches and Methodological Issues", *Technology and Culture*. (47): 539-565.

Polat, H. H. (2012). "Renk Teorisi ve Temel Yanılgılar", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* (28), 165-173.

Rainisto, S. K. (2003). "Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and the United States", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Helsinki University, Helsinki.

Riello, G. (2010). "Asian Knowledge and The Development of Calilco Printing in Europe in The Seventeenth and Eighteenth Centuries", *Journal of Global History (5): 1-28.*

Sağocak, Duran, M. (2005). "Ergonomik Tasarımda Renk", *Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, *6*(1), 77-83.

See, H. (1929-30). "Normandiya Ticaret Odası ve 1786 Ticaret Anlaşması", *The Economic History Review*. 2, 308.

Storey, J. (1994). "L'industrie Du Rouge Turc Dans l'ouest de l'Ecosse", *Adnrinople: Le Rouge Magnifique*, s. 62. Paris.

Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). "Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 419-426.

Suher, H. (1995). "Kent Kimliğine Etkili Yasa Uygulamaları", *Mimari ve Kentsel Çevrede Kalite Arayışları Sempozyumu*. 3-12, İstanbul.

Şad, S. N., Niyazi, Ö., ve Abdullah, A. (2019). "Psikolojide Tematik Analizin Kullanımı", *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 873-898.

Şendil, G. N. (2017). "Kent Kimliği: Safranbolu Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi.

Tarrant, N. E. (1994). "L'industrie Du Rouge Turc Dans l'ouest de l'Ecosse", *Adnrinople: Le Rouge Magnifique*, s. 62. Paris.

Tekeli, İ. (1990). "Bir Kentin Kimliği Üzerine Düşünceler. Prof. Dr. Mübeccel Kıray'a Armağan", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. VII (1-2), 251-259.

The Urban Land Institute, (2003). "Professional Real Estate Development (Second Edition)", *Washington: The Urban Land Institute*.

Topal, A. K. (2004). "Kavramsal Olarak Kent Nedir ve Türkiye'de Kent Neresidir?"

Tuncay, R. (1964). "Edirne Sanat Eserlerindeki Süslemeler", *Türk Kültürü Araştırmaları*. S. 228. Ankara.

Uçar, T. F. (2004). "Görsel İletişim ve Grafik Tasarım", *İnkılap Yayınları*. İstanbul.

Ulu, A. ve Karakoç, İ. (2004). "Kentsel Değişimin Kent Kimliğine Etkisi", *Planlama Dergisi*, 3(29), 59-66.

Ulusoy, H., Atılgan, A., & Peker, H. (2016). "Orman Ürünleri Endüstrisinin Ekolojik Açıdan İrdelenmesi", A*fyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 16(1), 92-106.

Valera, S. (1997). "Public Space and Social Identity Remeser, Urban Regeneration". University of Barcelona. Barcelona.

Webster's Ninth New Collegiate Dictionary. (1983).

Wertz, J. (2014). "Turkey Red Textile Dyeing in Glasgow: A Cross-Disciplinary Investigation Into Scotland's Bygone Industry", *Scottish Business and Industrial History.* 29, pp.74-97.

Wescher, H. (1959). "Turkey Red Dyeing", *CIBA Rev*, 12(135), 21-26.

World Tourism Organization. (2012). "Global Report on City Tourism", 6, Madrid.

Yaşar, O. (2011). "Saros Körfezi Kıyılarında Sualtı Dalış Turizmi", *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*. 3(1), 33-55.

Yıldırım, A. (1999). "Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi", *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7 – 17.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", *Seçkin Yayınları*. Ankara.

Yıldırım, L. (2014). "Avrupa Tekstil Baskıcılığının Gelişiminde Türk Kırmızısı'nın Rolü", *Yedi*. (12), 11-22.

Yıldız, A. (2020). "Kültürel Bir Gösterge Olarak Renk Sembolizmi ve Beyaz'ın Kültürel İşlevleri", *Türk Ekini Dergisi*. Sayı 6, s.37-49.

Yürek, D. (2021). "Edirne: Muhteşem Kırmızı", *Edirne Tanıtım ve Turizm Derneği Dergisi*. S.2, 56-59.

Ziyaee, M. (2018). "Assessment Of Urban Identity Through A Matrix of Cultural Landscapes", *Cities*, 74, 21-31.

İNTERNET KAYNAKLARI

Besalel, Y. "Mevcudu Kalmamış Bir Yahudi Cemaati: Edirne". https://www.salom.com.tr/arsiv/haber-93789-mevcudu_kalmamis_bir_yahudi_cemaati__edirne.html. (Erişim Tarihi: 30.05.2021)

Edirne Valiliği. "İlin Coğrafi Bilgileri". http://www.edirne.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2021)

Habertürk Gazetesi, "Avrupa'nın en büyüğü, pandemide de durmadı Kapıkule Sınır Kapısı'nda ihracat rakamları açıklandı". https://www.haberturk.com/edirne-haberleri/82927954-avrupanin-en-buyugu-pandemide-de-durmadikapikule-sinir-kapisinda-ihracat-rakamlari. (Erişim Tarihi: 30.05.2021)

Howcraft, Deborah, Paterson, Carole and Travis, Anthony S. (Colorantshistory, 2013). "Turkey Red Dyeing in Blackley, A Chapter in the History of Dyeing", excerpt from Pro Memoria-Turkey Red Dyeing and Blackley, Wilfred Herbert Cliffe, http://www.colorantshistory.org/TurkeyRed.html. (Erişim Tarihi: 10.01.2021)

Lowengard, S. (2006). "The Creation of Color in 18th-Century Europe, Industry and Ideas Turkey Red". *New York: Columbia University Press and Gutenberg*-e. http://www.gutenberg-e.org/lowengard/C_Chap36.html. (Erişim Tarihi: 12.03.2021)

Other.wiki. "Red coat (military uniform)", https://tr.other.wiki/wiki/Red_coat_(military_uniform). (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

Travis, A. S. (1994). "Madder Red-A Revolutionary Colour Chemistry & Industry" (3) 28. http://www.colorantshistory.org/MadderRed.html. (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

The River Leven Heritage Trail, http://www.west-dunbarton.gov.uk/media/2619077/river-leven.pdf. (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

Turkish Cultural Foundation Web Sitesi, "Türk Kırmızısı'nın Sırrı Çözülüyor". Bilim Dili, http://www.turkishculturalfoundation.org/pages.php?ID=5&news_id=257. (Erişim Tarihi: 29.04.2021)

Ure, A. (1844). "A Dictionary of Arts, Manufactures, and Mines." 3rd ed., *New York: D. Appleton & Company*, http://books.google.co.uk/books?id=6zEKAAAAIAAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. (Erişim Tarihi: 17.03.2021)

Wikipedia, Türk Kırmızısı. https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk_k%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1s%C4%B1. (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

Wikipedia. Edirne. https://tr.wikipedia.org/wiki/Edirne (Erişim Tarihi: 24.03.2021)

www.koton.com.tr. "Kırmızı Rengin Tarihi", https://www.koton.com/tr/blog/kirmizi-rengin-hikayesi. (Erişim Tarihi: 21.05.2021)