



BU LAYIHƏ AVROPA İTTİFAQI
TƏRƏFİNDƏN MALIYƏLƏNİR



COVCHEG



Slow Food®

DAD GƏMİSİ

DÜNYANIN KƏŞF OLUNMALI VƏ QORUNMALI
İRSLƏRDƏN İBARƏT ƏN BÖYÜK DAD KATALOQU



Redaktorlar

Serena Milano, Raffaella Ponzio, Piero Sardo

Əməkdaşlıq edilmiş şəxslər

Franseska Balderesçi, Silvia Seriani, Laura Drago, Azər Qarayev,
Eleonora Ciannini, Ursula Hudson, Marina Mainardi,
Ludoviko Rokkatello, Veronika Venesiano

Texniki və elmi dəstək

Daniel Bigi, Serxio Kapaldo, Mauro Kravero, Silvio Qreko, Federiko
İnfasçelli, Qvin Cons, Paola Miqliorini, Luka Nikolandi, Kristiana
Peano, Ciovanni Perri, Andrea Pieroni, Fransesko Sottile

Tərcümə və redaktə

Elgün Məmmədov, Yaqub Zeynalzadə, Azər Qarayev

Layihə və qrafika

Alessia Pasçetta

Şəkillər

Azərbaycan Respublikası Dövlət Turizm Agentliyi, Xavier Bartaburu,
Livio Bersano, Marko Bruzzo, Hilder Buer, Kunal Çandra,
Cüzeppe Kukko, İvo Dançev, Cüzeppe Fassino, Mişel Mesmain,
Oliver Miqlior, Paolo Andrea Montanaro, Alberto Peroli,
Henriette Smis, Fransesko Sottit, Paola Viesi, Slow Food Arxivi

Çap

Maxofset çap evi - Bakı, Azərbaycan – təkrar emal oluna bilən kağız
üzərində çap edilmişdir

MÜNDƏRİCAT

ÖNSÖZ

s. 4

DAD GƏMİSİ NƏ DEMƏKDİR?

s. 6

LAYİHƏNİN MƏQSƏDİ NƏDİR?

s. 7

DAD GƏMİSİ ÜÇÜN MƏHSULU MÜƏYYƏNLƏŞDİRMƏ QAYDASI

s. 8

MƏHSULUN SEÇİLMƏSİ ÜÇÜN AMİLLƏR HANSILARDIR?

s. 11

ÜMUMİ QAYDALAR

s. 21

MƏHSULU NECƏ NOMİNASİYA ETMƏK LAZIMDIR?

s. 23

DAD GƏMİSİ LAYİHƏSİNİ NECƏ TƏBLİĞ ETMƏK OLAR?

s. 24

DAD GƏMİSİ VƏ PREZİDİA ARASINDAKI FƏRQ NƏDİR?

s. 26

ÖNSÖZ

BÖYÜK QAFQAZ DAĞLARININ BİOLOJİ MÜXTƏLİFLİYİNİN TƏQDİMƏTİ

Tarix boyu Böyük İpək Yolunun bir hissəsi olan Azərbaycan özünəməxsus təbiəti, fərqli mədəniyyəti, qədim tarixi və qida ənənələri ilə məşhur olan dadlı mətbəxi ilə fərqlənir. Xəzər dənizinin qərb sahilində və Cənubi Qafqazın şərq hissəsində yerləşən bu ölkə əlverişli coğrafi mövqeyə malikdir. Ölkədə olan əlverişli iqlim şəraiti unikal aqro-bioloji müxtəliflik irsinə və müxtəlif gastronomik ənənələrin mövcud olmasına imkan vermişdir.

Azərbaycanın torpaq və iqlim şəraitinin təkrarolunmaz müxtəlifliyi burada genetik bitki resurslarının və heyvan cinslərinin zənginliyinə səbəb olmuşdur.

Xalq tərəfindən seçilən bu məhsulların və cinslərin müxtəlifliyi qədim kənd təsərrüfatı ənənələrinə bağlıdır və onların qorunması vacibdir.

Böyük Qafqaz dağları layihənin diqqət mərkəzindədir. Dağ ekosistemlərinin və dağlıq ərazilərin mədəni irsi böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu ekosistem global həyata dəstək verən sistemin ayrılmaz hissəsi olaraq, çoxsaylı etnik qruplara və sərt yaşayış şəraitində ənənəvi həyat tərzlərini qoruyan yerli xalqlara onların məskunlaşmasını təmin etməklə yanaşı zəngin və unikal qida və sənətkarlıq mədəniyyətini qorumağa imkan yaradır.

Sözgedən mədəni və ekoloji zənginliklər və onların qarşılıqlı əlaqəsi bu ərazinin gizli gastronomik xəzinəsi olaraq unikal qida müxtəlifliyi irsini yaradıb.

Əfsuslar olsun ki, hazırda bu müxtəliflik təhlükə altındadır. Keçmişdə təsərrüfatçılar tərəfindən ənənəvi məhsullara əsaslanaraq yaradılmış qiymətli yerli növlər və cinslər hall-hazırda ya müasir növlərlə əvəzlənir, ya da yox olma təhlükəsi altındadır.

Böyük Qafqaz Dağları regionu qorunub saxlanılacaq və təbliğ ediləcək zəngin irsə malikdir. Yerli məhsulların və ənənəvi reseptlərin yenidən kəşf edilməsi bu ərazilərin və mədəniyyətlərin təbliğ edilməsi üçün vasitələrin yenidən qurulması və yerli icmaların gələcəyi üçün yeni imkanların yaradılması deməkdir.

COVCHEG LAYİHƏSİ: REGIONUN QIDA MÜXTƏLİFLİYİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ TƏBLİĞİ

– Böyük Qafqaz Dağlıq ərazilərində icma əsaslı dəyər zəncirinin genişləndirilməsi məqsədi ilə fəaliyyət göstərən COVCHEG layihəsi Azərbaycanda kənd təsərrüfatı və qida biomüxtəlifliyinin müəyyənəşdirilməsi və təbliğ edilməsi üçün böyük imkanlar yaradır.

Layihə kənd icmalarının iqtisadi durumunun bərpası və rifahlarının artırılması məqsədini daşıyır. Layihə aqro-biomüxtəlifliyin qorunması, iqtisadi inkişaf və yoxsulluğun azaldılması kimi qarşılıqlı əlaqəli məqsədlərdən ibarət inkişaf modelini təbliğ edir. Bu məqsədlər güclü idarəetmə və agrobiomüxtəliflik məhsullarının səmərəli istifadəsi ilə əldə oluna bilər. Layihə, Şəki-Zaqatala və Dağlıq-Şirvan iqtisadi regionunda yerləşən beş pilot rayonu - Şamaxı, İsmayilli, Qəbələ, Şəki və Qax rayonlarını əhatə edir.

Əsas məqsəd bu ərazilərdə yerli qastronomik ənənələrin və eyniliklərin mənəvi qiymətinin artırılmasına, bioloji müxtəlifliyin və mədəni irsin qorunmasına və həmçinin, davamlı yaşayış imkanları potensialına töhvə verilməsidir. Nəticə olaraq, layihə benefisiarların bilik və bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı, pilot rayonların xüsusi qida zəncirinin inkişaf modelini həmçinin turizm məhsulları və ənənələrini hazırlayacaq. Bu modelin gələcəkdə digər regionlarda da istifadəsi nəzərdə tutulub. Uzun müddət ərzində layihə təbii ehtiyatların və sosial mühitin vəziyyətinə müsbət təsir göstərəcək, eyni zamanda layihənin işsizlik səviyyəsinə və miqrasiyanın sayının azalmasına, həm də ərazilərin dözümlülüyünün gücləndirilməsinə müsbət təsir edəcəyi gözlənilir.

Bu kitabça, Dad Gəmisini və Prezidia ilə birgə qida məsələsi ilə bağlı vacib konsepsiyaların daha yaxşı anlaşılması məqsədilə digər nəşrlərin tərkib hissəsidir. Kitabça bioloji müxtəliflik, keyfiyyətli, təmiz və adəlatli anlayışları ilə yanaşı, Dad Gəmisinə məhsulların seçilməsi üçün pratiki məsləhətlər və qida-biomüxtəlifliyinə aid olan tədbirlərin təbliğini özündə əks etdirir.

20 ildən artıqdır ki, Slow Food öz Prezidia və Dad Gəmisini layihələri sayəsində dünyanın bir çox ölkələrində kənd təsərrüfatının yaxşılaşdırılması və qida-biomüxtəlifliyinin qorunması sahəsində konkret nəticələr əldə etmişdir.

Beynəlxalq Slow Food layihəsi - Dad Gəmisini, 150 ölkədə təhlükə altında olan 5000-dən artıq ərzaq məhsullarının kataloqlaşdırılması və onlara diqqət yetirilməsi ilə məşğuldur. Bu təşəbbüs böyük bir məlumatlandırma kampaniyasının həyata keçirməklə əsasən pilot regionlarda insanları kiçik miqyaslı kənd təsərrüfatına təşviq etməyi planlaşdırır.

Prezidia əsnaflıq qida məhsullarını, yerli heyvan cinslərini, bitki çeşidlərini, ənənəvi əkinçilik və balıqçılıq üsullarını, yox olma təhlükəsi altında olan ekosistemləri və kənd landşaftlarını qoruyub-saxlamaq üçün olan layihələr toplusudur. Bu layihələr əməkdaşlığa, o cümlədən, istehsalat qaydalarının və məhsulların təbliğ yollarının birgə müəyyən edilməsinə hazır olan kiçik miqyaslı istehsalçıları əməkdaşlığa cəlb edir. Onların əsas işi qədim biliklərinin saxlanması, davamlı təcrübələrin təbliğ edilməsi və yerli sahələrin inkişaf etdirilməsidir.

DAD GƏMİSİ NƏ DEMƏKDİR?



Dad gəmisı bütün dünya mədəniyyəti və adət-ənənələrinin bir hissəsi olan və yox olmaq təhlükəsi qarşısında qalan qidalar üzrə onlayn kataloqdur.

Dad gəmisində bitki və heyvan növlərinə də rast gəlmək mümkündür, amma bitki və heyvan növləri, emal olunmuş məhsullar, pendirlər, konservləşdirilmiş ət çeşidləri, çörək və şirniyyat növləri ilə birlikdə həm də fermerlərin və əsnafların bildikləri məlumatlar da yox olmaqdadır – bu məlumatlar isə yazılı reseptlər şəklində mövcud deyil, lakin mürəkkəb və zəngin bacarıq və təcrübə şəklində bir nəsildən digərinə ötürülüb.

2012-ci ilin oktyabr ayında Torinoda keçirilmiş Slow Food Beynəlxalq Konqresi, konviviyaçıları, istehsalçıları və yerli icmaları birləşdirəcək assosiasiyanın gələcəyi üçün çox mühüm bir vasitə kimi Dad Gəmisı layihəsini yenidən başlatmaqla biomüxtəlifliyin zəruriyyətini yenidən təsdiqlədi. Beynəlxalq İcraiyyə Komitəsi Biomüxtəliflik üzrə Slow Food Fonduna (Slow Food-un texniki qolu) **Milli/Regional Komissiyalara** çalışaraq və **Qastronomiya Elmləri Universitetinin** də əməkdaşlığı ilə Dad Gəmisı layihəsini inkişaf etdirməyi və kordinasiya etməyi tapşırırdı.

LAYİHƏNİN

MƏQSƏDİ NƏDİR?

Dad Gəmisı layihəsi bu cür məhsulların hələ də **mövcud olduğunu** göstərmək, onların yox olma təhlükəsi qarşısında qalmasına **diqqət çəkmək** və onları axtarmaq, almaq və istifadə etməklə; hekayələrini danışmaqla; istehsalçılara dəstək olmaqla; və bəzi hallarda (məs: nəslı kəsilmək təhlükəsi altında olan yabanı növlərin) mühafizə edilməsi və çoxaldılmasının təşviq edilməsi ilə onları qorumaq məqsədilə **hər kəsi tədbir görməyə dəvət etmək** üçün təsis edilib.

Ümumi məqsəd toxum bankı, genetik material kolleksiyası və ya ənənəvi bilikləri nümayiş etdirmək üçün muzey yaratmaq deyil, yerli iqtisadiyyatı dəstəkləmək üçün bu mənbələri yenidən kəşf etmək və onlara dəyər verməkdir.

1999-cu ildə Slow Food Dad Gəmisindən istifadə edərək ilk Slow Food Prezidiyasını başlatmışdır. Hətta bu gün də **Dad Gəmisinə bir məhsulu nominasiya etmək, adətən, onun Slow Food Presidiumuna çevrilməsi üçün ilk addım olur.**



DAD GƏMİSİ ÜÇÜN MƏHSULU MÜƏYYƏNLƏŞDİRMƏ QAYDASI

HARDAN BAŞLAMALI?

Hər birimizin öz üsul və vasitələri, təcrübəsi və şəxsi əlaqələri var. Hər şeydən əvvəl biz artıq bazarda olmayan və ya az miqdarda mövcud olan, iş və ya fərdi həyatımızda müəyyən bir məhsula rast gəldiyimiz anı düşünməli və xatırlamalıyıq.

“ÖZÜNÜZDƏN AMERİKA KƏŞF ETMƏYƏ EHTİYAC YOXDUR”

Bölgədə hər hansı bir araşdırmanın əvvəlcədən aparılıb-aparılmadığını və ya xammal maddələrini təsvir edən mətnlərin, çeşid və cinslər üzrə kataloqların və ya resept kitablarının olub-olmadığını anlamaq önəmlidir. Botanika bağları; toxum bankları və aqrar məktəblərdə, universitetlərdə və ya tədqiqat mərkəzlərindəki çeşidlər üzrə kolleksiyalara səfər etmək də faydalıdır. Bunlar bir sıra maraqlı başlanğıc nöqtələrinin əvvəli ola bilər. **Lakin bu, kifayət deyil.**

AŞPAZLAR, JURNALİSTLƏR, QASTRONOMLAR, MÜTƏXƏSSİSLƏR VƏ İSTEHSALÇILARLA DANIŞIN

Bir kataloqda, internetdə, muzeydə, toxum bankında və ya botanika bağında bir məhsul tapmaq onu Dad Gəmisinə nominasiya etmək üçün kifayət deyil. Daha sonra bu suallara cavab tapmalıyıq: “Bu məhsul hələ də mövcuddurmu? Hal-hazırda bazarda satılır mı? Elə deyilsə, hələ də evdə istehsal olunurmu?”



İSTEHSALÇILARA BAŞ ÇƏKMƏK VACİB DEYİL

Dad Gəmişi ilk növbədə istehsalçılardan deyil, məhsullardan bəhs edir. Buna görə istehsalçıları tanımaq və ya onların təsərrüfatlarına baş çəkmək önəmli deyil. Dad gəmişi məhsullarını yaşlılar, aşpazlar, jurnalistlər, mütəxəssislər (məsələn, yerli baytarlar, aqronomlar, qida texnoloqları və antropoloqlar), bazar satıcıları və s. şəxslərlə danışmaqla aşkar edə bilərik. Əlbəttə, istehsalçı ilə birbaşa danışa bilsək, daha ətraflı məlumat əldə edə bilərik, lakin bu, vacib deyil.



TƏSƏRRÜFATÇILARIN BAZARLARINA BAŞ ÇƏKİN

Yerli bazarlara baş çəkərək daha az rast gəlinən məhsullara diqqət yetirmək və satıcılara suallar vermək vacibdir. Məhsul adlarını (bütün dillərdə və ləhcələrdə) qeyd edin, ən maraqlı məhsulların nümunələrini alın, evə aparın, dadına baxın və yerli aşpazlara, aqronomlara və yaşlı insanlara göstərərək onlardan bu məhsulları tanıyıb-tanımadıqlarını və onların eyni xüsusiyyətləri qoruyub-qorunmadığını və ya zamanla dəyişib-dəyişmədiyini soruşun.

ÇOXLU SUALLAR VERİN; İLK CAVABLA KİFAYƏTLƏNMƏYİN

Dad Gəmişi məhsullarını müəyyənləşdirib təsvir etmək işi əyləncəli və maraqlı, eyni zamanda mürəkkəb bir prosesdir. Bu, bir növ "dad tədqiqatçısı" olan araşdırmaçı jurnalistin işinə bənzəyir. Bir məhsul təsvir etmək səbr tələb edir. Bir çox insana çoxsaylı və bəzən də eyni sualları verərək cavabları müqayisə etməyimiz lazımdır. İlk cavabı eşitdikdə dayanmaq olmaz. İstehsalçılar, aşpazlar və istehlakçılar bəzən fərqi nə varmadıqları müəyyən təfərrüatları deməyə bilirlər. Buna görə də daha dərinə araşdırma aparmaq lazımdır. Adətən, bir məhsulun xüsusiyyətləri həmin kiçik təfərrüatlarda əks olunur: məsələn, istifadə olunan xüsusi ədviyyat, qızcırtma növü və hisəvermə metodu. Bəzən isə maraqlı bir məhsulu üzə çıxarmaq üçün birbaşa sual (Məs: "Yaşadığınız ərazidə xüsusi bir məhsul istehsal olunurmu?" "Vaxtikən, yaxud indi də yalnız festivallarda yeyilən bir məhsul varmı?" və s) vermək kifayət etmir.

Yeyilə bilən bitkilərə gəldikdə isə, onların formasını, kütləsini, rəngini, dadını və s. təsvir edin. Sadəcə çeşidin adını yazmaqla kifayətlənməyin (məhsulun pomidor və ya albalı olduğunu qeyd etmək kifayət deyil): biz onun xüsusi bir çeşid olub-olmadığını, digər çeşidlərdən nə ilə fərqləndiyini, onun məxsusi bir ərazi ilə hər hansı şəkildə əlaqədar olub-olmadığını, yerli və kommersiya məqsədli toxumlarla yetişdirilib-yetişdirilmədiyini, xüsusi reseptlərdəki məzəmələrdə yer alıb-almadığını və s. mütləq bilməliyik.

Heyvan cinslərinə gəlincə isə, heyvanın xüsusiyyətlərini – ölçüsü, buynuzlarının forması, dərisinin/tüklərinin rəngini və onun cins olaraq yetişdirilməsinin məqsədini təsvir edərək ondan

hansı məhsulların (ət, konservləşdirilmiş ət, pendir və s.) hazırlandığını qeyd edin.

Emal olunmuş məhsullara gəldikdə isə onların necə hazırlandığını, həmçinin müxtəlif mərhələlərini təsvir edin, məlzmələrin yerli miqyasda istehsal olunub-olunmadığını qeyd edin. O, hər hansı xüsusi çeşidə (məs: ağər cins növlərdən biridirsə, o, xüsusi buğda və ya çovdar çeşidi ilə hazırlanırmı?), yoxsa yerli cinsə (pendir və ya konservləşdirilmiş ət olduğu təqdirdə, o, yerli cinsdən əldə olunan südlə, yaxud ət ilə hazırlanırmı?) aiddirmi?

Söhbət **pendirdən** gedirsə, onun xam süddən, yaxud pastertilizə edilmiş süddən hazırlanıb-hazırlanmadığını yoxlayıb qeyd edin.



DEQUSTASIYA

Dequstasiya bir məhsulu qiymətləndirmək üçün önəmli vasitədir. Lakin onun subyektiv təbiətini nəzərə almaq da çox vacibdir. Hər dequstasiya dequstatorun şəxsi seçimləri və mədəni mənşəyi əsasında tənzimlənməlidir.

Adətən, yalnız müqayisəli şəkildə həyata keçirilən dequstasiya hər bir istehsalçının məhsula qatdığı şəxsi yanaşmasını başa düşməyə imkan verir.

Qidanın hiss keyfiyyətləri aşağıdakılardır:

- görünüş
- rəng
- aqreğat halı (maye, bərk, kövrək, şirəli, yumşaq, axıcı)
- dad (şirin, duzlu, acı, turşulu)
- qoxu

Hiss keyfiyyətlərinin (orqanoleptik keyfiyyətlər də adlanır) mövcud olması üçün ən azı üç element lazımdır:

- tarazlıq (məhsulun qoxu və dad komponentləri arasındakı uyğunluq)
- mənşə (məhsulun öz mənşəyi ilə bağlı orqanoleptik keyfiyyətləri əks etdirmək bacarığı)
- mürəkkəbliik (orqanoleptik keyfiyyətlərin dequstasiya zamanı dəyişmə şəkli)

Sadə bir məhsul burunda və damaq üzərində başlanğıcda göstərdiyi eyni orqanoleptik keyfiyyətlərə sahib olur. Digər tərəfdən isə, mürəkkəb bir məhsul dequstasiya zamanı dəyişir; dad keyfiyyətləri artaraq daha uzun müddət davam edir.

Dequstasiya yalnız bir məhsul nümunəsi ilə deyil, müxtəlif istehsalçıların məhsulunu dadmağa cəhd etməklə, müqayisəli şəkildə həyata keçirildikdə daha təsirli olur.

Müqayisəli dequstasiya əsas xüsusiyyətlərin, yəni məhsula fərqlilik qazandıran keyfiyyətlərin anlaşılmasına əşrait yaradır.

MƏHSULUN SEÇİLMƏSİ ÜÇÜN

AMİLLƏR HANSILARDIR?

1. MƏHSULLARIN MARAQLI KEYFİYYƏTİ OLMALIDIR VƏ ONLAR AŞAĞIDAKILARDAN BİRİ OLAR: YERLİ NÖVLƏR (BİTKİ NÖVLƏRİ, YERLİ HEYVAN CİNSLƏRİ); YABANI ÇEŞİDLƏR (YALNIZ TOPLAMA, EMAL VƏ YA ƏNƏNƏVİ İSTİFADƏ ÜSULLARI İLƏ ƏLAQƏLİ OLDUQDA); EMAL OLUNMUŞ MƏHSULLAR

YERLİ NÖVLƏR HANSILARDIR?

Yabani bitki və vəhşi heyvanlarla yanaşı, insanlar tərəfindən seleksiya əsasında seçilən bitki və heyvan növləri də vardır. Əhliləşdirmə yolu vasitəsilə təbiət insanların nəzarətində olan bir mühitə çevrilir. Əhliləşdirmə yalnız toxum əkmək və ya heyvanları əhliləşdirməyi ifadə etmir, eyni zamanda bitki və heyvanları seçərək ətraf mühitə daha yaxşı şəkildə uyğunlaşana və istehsal qabiliyyəti yaxşılaşana qədər tədricən dəyişdirilməsi anlamına da gəlir.

BECƏRİLƏN SORT (YAXUD KULTİVAR) NƏDİR?

Sort (çoxillik bitkilərdə isə kultivar) öz morfoloji, fenotipik, fizioloji, kimyəvi və keyfiyyət xüsusiyyətləri ilə aydın şəkildə fərqlənən, becərilən bitkilər qrupudur. Sort hətta **toxumlar** vasitəsilə yetişdirildikdə belə öz fərqli xüsusiyyətlərini qoruyub saxlayaraq sabit qalır. Yerli sortlar aydın şəkildə fərqlənir və adətən, onların yerli adı olur. Bu sortlar ayrı-ayrı fermerlərin, yaxud icmaların seleksiyasından yaranır və bir ərazinin mühit şərtlərinə uyğunlaşma ilə xarakterizə edilir. Nəticədə, onlar daha sərt, davamlı olur və su, gübrə və s. kimi əlavə vasitələrə daha az ehtiyac duyurlar. Onlar icmanın mədəniyyəti ilə (məs: adət-ənənələr, reseptlər, bilik və dialektlərdə) birbaşa əlaqəli olurlar.

Bəzi nümunələr...

Karla alması (İtaliya), qəhvəyi paxla Öland adası (İsveç), Lorikent kələmi (Fransa) və Akkacidaykon turpu (Yaponiya) yerli sortlardır.



BİTKİ POPULYASIYASI (YAXUD EKOTİP) NƏDİR?

Ekotip genetik olaraq xüsusi bir əraziyə və / və ya bir sıra mühit şərtlərinə uyğunlaşdırılmış sortlar içərisindəki populyasiyadır. O, əsas etibarilə kommersiya məqsədli seleksiyanın nəticəsi olmaması ilə sortdan fərqlənir. Ekotiplər, adətən, bir-birindən təcrid olunmaları səbəbilə, ümumilikdə sonda müxtəlif sortlara ayrılı bilən populyasiyalar kimi başa düşülür. Hər bir halda, onlar kənd təsərrüfatı biomüxtəlifliyi üçün çox vacib olan yüksək təbii dəyişkənlik ilə xarakterizə olunurlar.

Onlar kifayət qədər araşdırılıqda və yaxşıca seleksiya edildiyi təqdirdə, ola bilər ki, sort və ya kultivar təsnifatına düşsünlər



Nümunə...

Marşədə yerləşən Sibilini dağlarında (İtaliya) yetişən çəhray almaların müxtəlif populyasiyaları.

CİNS NƏDİR

Cins görünən xüsusiyyətləri (ölçü; dəri və ya lələk rəngi; başın, ətrafların, buynuzların, quyruğun və s.-in forması) əsasında eyni növə daxil olan digər heyvanlardan fərqlənə və ayrılı bilən, müəyyən fərqli xarici əlamətlərə (irsiyyət yolu ilə nəsilədən nəslə keçən) sahib eyni növdən olan ev heyvanlarının bir qrupu kimi izah edilə bilər. Cinsin rəsmi olaraq bu şəkildə tanınması üçün o qeydiyyatata alınmalıdır. Cinslərin tanınması və bu cinsə aid heyvanların qeydiyyata alınması, adətən, təsərrüfatçıların birgə fəaliyyəti sayəsində baş tutan bir proses olub. Yerli cins zamanla inkişaf etdiyi və ya təbii şəkildə uyğunlaşdığı müxtəlif ölçülərdə olan xüsusi bir sahə ilə əlaqələndirilir. Onlar daha kobud görünürlər və hətta ekstremal şəraitin olduğu ərazilərdə ümumən daha az diqqət və daha az ərzaq tələb edirlər. Dad gəmisində isə hər hansı bir cinsi ət, süd, pendir və ya konservləşdirilmiş ət kimi bir məhsul ilə əlaqələndirmək önəmlidir.

Bəzi nümunələr...

Mirandayz inəyi – Fransanın Midi-Pyrenes bölgəsindəki Gerslərdən gələn inək cinsi; İtaliyanın



Pyemont bölgəsindən ağ Salucco toyuğu; Norveçin şimal qərb sahillərindən Vilsau qoyunu – Şimali Avropada hələ də qalan qədim qoyun cinslərindən biri.

Cinslər adətən xüsusi bir əraziyə aid olur, lakin onlar dünyanın müxtəlif yerlərinə də yayıla bilərlər; bu isə, adətən, onların faydalı keyfiyyətlərinə görə baş verir. Cins öz ilkin ərazisində nəslilə kəsilmək təhlükəsində olsada, dünyanın digər yerlərində geniş yayıla bilər: İsveçrənin Sankt Qallen kantonundan olan, indi bir çox Alp regionu ölkələrində də rast gəlinən Toqqenbuq keçisi buna nümunədir.

HEYVAN POPULYASIYASI NƏDİR?

Populyasiya eyni növdən olan oxşar xüsusiyyətli fərdlər qrupudur. Cins heyvanlar məsələsində olduğu kimi görünən xüsusiyyətlər (lələklər və ya tüklər, ölçü, buynuzların və ya quyruqların forması və s.) və davranış (məhsuldarlıq, çoxalma və s.) əsasında populyasiyanı tanımaqda da təsərrüfatçıların rolu önəmlidir. Ekotiplər kultivara aid olduğu kimi populyasiya da cinslərə aiddir və bu o deməkdir ki, populyasiya daha az təşəkkül tapıb və rəsmi olaraq cins reyestrinə daxil deyil.

Nümunə...

Muşunu Molo cüceləri (Kenya) və Rokkaverano keçilərinə aid (İtaliya) heyvan populyasiyaları.



NİYƏ YABANI/VƏHŞİ NÖVLƏR DƏ NOMİNASIYA EDİLƏ BİLƏR?

Dad Gəmisı icmanın bilik və mədəniyyəti ilə əlaqəli məhsulları tanıyır. Əslində, Slow Food biomüxtəlifliyi yalnız irsi maddə kimi deyil, hər şeydən əvvəl, mədəniyyətin (ərazi, praktiki bacarıqlar və ənənəvi üsullar) bir parçası kimi nəzərə alır. Bəs nə üçün yabanı məhsullar da kataloqa əlavə edilməlidir? Çünki onlar adətən ənənəvi məhsul yığımı, baliqçılıq və yaxud emal üsulları və yerli mədəniyyətlərlə əlaqəli olurlar. Yabanı məhsulları mühafizə etmək bu məhsulların yetişdiyi ekosistemləri (meşələr, dağlar və göllər) mühafizə etmək məqsədilə icmalar daxilində nəsilədən nəslə ötürülən bilikləri də qorumaq anlamına gəlir. Heyvanlar aləmində, böyük vəhşi növlər içərisində ən zəngin növə malik qrup baliqlardır. Buna görə də, ənənəvi baliqçılıq üsulu və ya konservləşdirmə (duzlama, qurutma və ya hisə vermə) metodu ilə əlaqəsi olan baliq cinslərini də nominasiya etmək mümkündür.

Bəzi nümunələr...

Manoomin düyüsü (ABŞ) kimi bəzi yabanı məhsullar mürəkkəb üsullarla ərsəyə gətirilir, ilk öncə kanoe ilə toplanır və daha sonra qurudularaq hisə verilir. Yaxud, Harennaya (Efiopiya) aid yabanı qəhvə öncə günəş şüaları altında qurudulur və daha sonra qovrulur. "Radic di mont" bitkisi kimi digər məhsullar isə sadə üsullarla başa gəlir, dağlardan yığılır və xam zeytun yağında saxlanılır. Yabanı məhsullardan, adətən, kosmetika və tibb, həmçinin kulinariyada istifadə edilir.



EMAL OLUNMUŞ MƏHSULLAR HANSILARDIR?

Emal olunmuş məhsullar deyilərkən ərzağın (süd, ət, baliq, un məmulatı, meyvə) **qorunub-saxlanılması məqsədilə** nəticədə yaranmış pendir, konservləşdirilmiş ət, çörək, desertlər, içkilər, mürəbbə və s. kimi məhsullar nəzərdə tutulur. Bu saysız-hesabsız məhsul növləri dünyanın hər bir nöqtəsində, kənd yerlərində nəsilədən nəslə keçən bilik, yaradıcılıq və bacarıqların nəticəsidir. Kiçik dəyişikliklər çox sayda fərqli ərzaq növünün yaranmasına gətirib çıxara bilər – üç eyni məlzəmədən (süd, pendir mayası və duz) yaranan minlərlə pendir növünü və ya bəzi hallarda sadəcə kəsilmiş ətin hissələrinin, ədviyyat və ya hisə vermək üçün istifadə edilən odun növünün fərqlilik yaratdığı konservləşdirilmiş ət məhsullarını buna nümunə gətirmək olar. Peşəkar emal üsullarının tətbiqi təkcə xammalın özü ilə müqayisədə daha çox yerli mədəniyyəti ifadə edən və istehsalçıları mövsüm zamanı və bazaradakı dəyişikliklərdən qoruyan müəyyən məhsullar hazırlamağa imkan verir. Adətən, bitki növləri və yerli cinslərlə əlaqədar məhsulları təbliğ etməklə də onları qoruyub-saxlamaq mümkündür (pendir və ya konservləşdirilmiş ət heyvan cinsini, çörək isə buğda növünü qoruya bilər). Slow Food üçün emal olunmuş məhsullar da yabanı bitkilərin toxumları və vəhşi və əhliləşdirilmiş cinslərlə birgə biomüxtəlifliyi təşkil edir.

2. MƏHSULLARIN YERLİ ƏNƏNƏLƏR VƏ İSTİFADƏ ÜSULLARI İLƏ MÜƏYYƏN EDİLƏN XÜSUSİ DAD KEYFİYYƏTİ OLMALIDIR

Nə kimyəvi və fiziki analizlər, nə də sadəcə dequstasiya bir məhsulun keyfiyyətini mühakimə etmək üçün yetərli deyil.

İlk olaraq məhsulun **mənbəyini** bilmək lazımdır (o hansı ərazidə yetişir: dağlarda, yoxsa düzənliklərdə? Şəhərdə yoxsa, kənd mühitində? Rütubətli, ya quru iqlim mühitində? Kiçik, yoxsa geniş sahədə?). **İcmalarla** məsləhətləşmək vacibdir (Həmin məhsulu hər kəs, yoxsa sadəcə bir qrup insanımı tanıyır? O, festival və mərasimlər üçün nəzərdə tutulan yüksək dəyərli məhsul sayılır, yoxsa aşağı dəyərli?). Onların **emal üsullarını** (O, xam, yoxsa pasterizə edilmiş süddür? Kəsmik bişib, yoxsa bişirilməmiş yağrulu? Pendir təzədir, yoxsa yetişmiş?), həmçinin **konservləşdirmə metodlarını** (hisə verilib, yoxsa samana bükülüb?) da bilmək zəruridir.

Bundan əlavə, məhsulu dadmağımızın bir səbəbi, əlbəttə, onun orqanoleptik xüsusiyyətlərini qiymətləndirməkdir. Əgər məhsul mürəkkəbdirsə, yəni ağızda dəyişərək, fərqli və davamlı hissələr yaradırsa, bu onu daha maraqlı bir məhsula çevirir. **Məhsulu dadma** onun mümkün qüsurlarını (boyatlıq, ifrat turşuluq və s.) üzə çıxarmağa, əsas orqanoleptik xüsusiyyətlərini (qoxu, dad, tərkib) təyin etməyə, fərqli dad və qoxu elementləri arasında tarazlıq və uyuşma olub-olmadığını və onun öz ərazi və tipologiyasını yaxşıca ifadə edib-etmədiyini anlamağa imkan verir. Bəzən qüsür kimi görünən element, əslində, dad, tipologiya və ya həmin ərazi baxımından səciyyəvi hal olur. Məsələn, keçi pendirinin acılığı nöqscandan xəbər verir, lakin alp inəyi pendiri üçün bu səciyyəvi bir haldır.

Nəticədə, bir məhsulun aid olduğu cəmiyyətin damaq dadını nəzərə almaq əsasdır. Bir avropalı üçün Asiya məhsulunu anlamaq və qiymətləndirmək çətin olduğu kimi, bir afrikalı üçün də Avropa məhsulunu dərk etmək və qiymətləndirmək çətin ola bilər.





3. MƏHSULLAR ƏRAZİ VƏ İCMANIN TARİXİ, ÖZÜNƏMƏXSUSLUĞU, ƏNƏNƏ VƏ BİLİYİ İLƏ ƏLAQƏLİ OLMALIDIR.

Biomüxtəliflik üçün ərazi əsas elementdir. Məhsulun sadəcə yerli xarakterli olması kifayət deyil. “Yerli” kəlməsi bizə bir ərazinin tarixi və adət-ənənələri haqqında çox az şey bildirir. Yerli mədəniyyətə aid olmayan, son dövərdə təqdim edilmiş qabaqcıl sortları, hibridləri və ya məhsulları yerli miqyasda istehsal etmək mümkündür. Digər tərəfdən isə, bizi maraqlandıran məhsullar təkcə iqlim və mühit baxımından deyil, həm də **mədəniyyət, həmçinin tarixi və maddi baxımdan** öz ərazilərinə sıx şəkildə bağlı olanlardır.

Ərazi təkcə torpaq, hava, su və iqlimdən ibarət deyil, o, həm də dil, ləhcələr, din, fərqli peşə növləri, memarlıq və landşaft. Aid olduğu ərazidən uzaqlaşdıqda, toxum, tərəvəz, meyvə ağacı və ya heyvan cinsi sadəcə genetik bir maddəyə çevrilir.



Yeməyə yararlı bitki sortları və heyvan cinsləri əsrlər boyu insan fəaliyyəti sayəsində uyğunlaşdırıldığı ərazidə öz potensiallarını ən yüksək şəkildə yerinə yetirməyə qadirdirlər. Bu səbəbdən, onlar daha dayanıqlı olur və daha az əlavə qayğı (bitkilər üçün gübrələr və herbisidlər; heyvanlar üçün baytar müayinəsi, su və yem) tələb edirlər. Buna görə də, onlar həm ekoloji, həm də iqtisadi baxımdan daha dayanıqlıdır. Bir məhsulun hər yerdə eyni olduğunu, bir bölgədəki ilə digər ərazidəki, dağdakı ilə çəmənlikdəki və s. arasında heç bir fərq olmadığını eşitdikdə belə, yenə də araşdırmadan vəz keçməyin və suallarınızı verməyə davam edin. O zaman, fərqlilikləri aşkar edə biləcəksiz: bu fərqlilik isə müəyyən ərazi, otdan istifadə və ya yalnız müəyyən bir dərədə rast gəlinən ədviyyat və s.-dən qaynaqlana bilər. Çətin olan məqam bir məhsulu və geniş ərazini dəqiq bir xüsusiyyətlə: ada, dağ, çay keçidi və ya bir sıra təpələr ilə əlaqələndirməyə cəhd etməkdir. Hətta ən kiçik bir təfəssilatda belə fərqli əlamət tapmaq olursa, deməli, axtardığımız həmin maraqlı məhsul bu deyil.

BİR MƏHSUL NƏ QƏDƏR MÜDDƏTƏ ƏNƏNƏVİ MƏHSULA ÇEVİRİLƏR?

Bəzi təşkilatlar bir məhsulun ənənəvi məhsul hesab edilə bilməsi üçün minimum il müəyyən ediblər: bu, 50, 30 və hətta 25 il də ola bilər. Slow Food belə düşünür ki, bir məhsulun ənənəvi olmasına təminat vermək üçün il sayı kifayət deyil. Məsələn, “Qolden Delişes” (Golden Delicious) alması (Çilidən tutmuş Avropa və Avstraliyaya qədər) dünyanın hər yerində yetişir və dünya alma istehsalının 80%-i onun payına düşür. Amma o, ənənəvi bir məhsul hesab edilmir, çünki yerli icma və ərazi ilə bağlılıq onun genetik komponentlərindən daha az əhəmiyyət kəsb edir (məs: həmin sort ərazidən asılı olmayaraq hər yerdə eyni, məxsus ilə sabitdir və eyni xüsusiyyətləri daşıyır). Lakin bu sortun 100 yaşı var və 20-ci əsrin əvvəllərində təqdim edilib.

Eyni vəziyyət armud, üzüm, gavalı və s.-nin ən azı əlli-altmış yaşlarında olan, kommersiya məqsədli bir sıra sortlarına da aiddir.

Slow Food isə icmanın **ümumi tarixini** nəzərə almaqla, bu suala cavab verir. Bir məhsulun ənənəvi olub-olmadığına qərar vermək məqsədilə aşağıdakı suallara cavab tapmaq lazımdır: "Həmin məhsul yerli icmaya məxsusdurmu? Onu becərmək, emal və istifadə etmək üçün nəsil-dən-nəslə ötürüb gələn hər hansı bilik tələb edilirmi?" Sadəcə icmadakı yaşlı istehsalçılara yaxınlaşıb məhsulun onların valideynləri və ya nənə-babaları tərəfindən artıq becərilib-istifadə edildiyini soruşmaq lazımdır. Bir cavab kifayət etmz. Hətta onun ümumi bir tarixə aid olub-olmadığını da soruşmaq önəmlidir.

Bəzi məqamları bilmək faydalı ola bilər: Həmin məhsul yerli ustadların işində bir iz buraxıbmı? Müəyyən bir pendir növünü hazırlamaq və ya qoruyub-saxlamaq, yaxud məxsusi bir meyvəni yığıb qurutmaq üçün hər hansı əsnaf vasitələrindən (taxta, mis, daş, qamış) istifadə edilirmi? Müəyyən un məmulatını saxlamaq üçün həvəngdəstə və səbətər varmı? Dildə, ləhcədə, yaxud xalq mahnılarında adı çəkilirmi? Hansısa müddətdə həmin məhsul sərgilərdə və bazarlarda nümayiş edilibmi? Məhsul yerli memarlığa təsir edibmi – köhnə dəyirmanlar və ya südcülük ferması varmı? İcmadakı yaşlı insanlara sual verməkdən əlavə, qadınlar, aşpazlar, qida jurnalistləri, ekspertlərə də (aqronomlar, baytarlar, qida texnoloqları və s.) suallar verin. Mümkün mənbələri də araşdırmaq zəruridir: kulinariya kitablar varmı? Bəs festivallar və yerli adət-ənənələr üzrə kitablar necə? Məhsullar üzrə kataloq? Mümkün qədər çox məlumat mənbəyindən istifadə etməklə araşdırma aparmaq önəmlidir.

EYNI MƏHSULU BİR NEÇƏ ÖLKƏDƏ NOMİNASİYA ETMƏK OLARMI?

Bəli, hətta kiçik olsa belə, fərqli nüansları müəyyənləşdirdikdən sonra bu, mümkündür.

Əsnaf məmulatlarına bir çox amillər: hündürlük, torpağın tərkibi, iqlim, biliklər, şəxsi kreativlik və s. təsir etdiyinə görə onlar heç vaxt eyni olmur. Əgər bir məhsula bir neçə ölkədə eyni adla rast gəlinirsə, biz onu dərindən araşdırmalıyıq. Məsələn, Rikotta Siciliyada istehsal olunur, lakin daha dərindən araşdırsaq, görərik ki, o inək, qoyun və ya keçi südü, yaxud qarışıq südlərdən



hazırlana bilər; təzə və ya yetişmiş; bişmiş; hissə verilmiş; əncir budaqları ilə qatılaşdırılmış və s. halda da rast gəlinə bilər. Kuskus Aralıq dənizi bölgəsində hazırlanır, daha dərinədən baxsaq, onun fərqli taxıllardan (buğda, darı, düyü, qarğıdalı) və digər xammallardan (hətta su zanağı toxumlarından hazırlanan kuskus da var) hazırlanan müxtəlif növlərinə rast gələ bilərik. Məsələn, elə buğda kuskusu müxtəlif yerli buğda sortlarından, fərqli ölçülü dənələrdən hazırlana bilər, yaxud, yarpaqlar və ya köklər və s. ilə ətirəndirilə bilər.

Fərqlər gözə çarpmayacaq dərəcədə olsa, bu o demək deyil ki, onlar yoxdur; əksinə, ona görədir ki, həmin fərqlər araşdırılmayıb və qeydə alınmayıb. 1960-cı illərdə İtaliyada şərabın qırmızı və ağ növləri vardı. Bu gün isə üzüm sortuna, əraziyə, fərdi şərab istehsalçılarının üsulları və bacarıqlarına əsasən dəyişən çoxsaylı şərab növləri var. Müxtəlifliyi təbliğ etmək kiçik istehsalçıları qoruyub-saxlamaq üçün də önəmlidir. Təkcinslik, səthilik və eyniləşdirmə (kimlər ki deyir bu məhsul hər yerdə eynidir) böyük həcmli istehsalçıların xeyrinədir, lakin istehsal keyfiyyətinin azalmasına səbəb olur. Məhsulun hətta eyni adla olsa belə, çox geniş bir ərazidə yayılması onun ənənəvi olaraq istehsal edildiyi ərazilərin heç birində riskə məruz qalmaması anlamına gəlir.



Bəzi nümunələr...

Dad Gəmisinə Bosniya və Herseqovindən gavalı slatkosunu, Makedoniyadan isə yabanı əncir slatkosunu əlavə edə bilərik. Livandan Cəbəl Amel frikehi, Fələstindən Cenin frikehi və Suriyadan İdleb frikehini də nominasiya edə bilərik. Hətta Yunanıstan, Türkiyə və Makedoniyanın müxtəlif ərazilərindən (əsl) feta pendirini də nominasiya etmək mümkündür. Ən böyük feta pendiri istehsalçısının Danimarkada fəaliyyət göstərməsinə baxmaraq, şübhəsiz ki, biz Danimarka feta pendirini nominasiya etməzdik.

4. MƏHSULLAR MƏHDUD SAYDA İSTEHSAL EDİLMƏLİDİR.

“Məhdud miqdar” və ya “kiçik miqyas” ifadələrinin mənasına gəldikdə, onlar müzakirəyə açıqdır və razılaşdırılmış izahları da azdır. Əslində, bu nisbi konsept olub, kontekstdən (Aralıq dənizindəki ada Amazondan çox fərqlidir) və məhsulun növündən (soğan yetişdirmək zəfəran və ya Alp pendiri istehsal etməyə bənzəmir) asılıdır və müəyyən bir rəqəm və ya dəqiq düstür demək çətindir.

Dad Gəmisini üçün (həmçinin, Prezidiya və Yer Bazarları kimi digər layihələr üçün də) biz kütləvi şəkildə istehsal edilməyən və ya sənaye istehsalı olmayan məhsullar seçməkdə maraqlıyıq. Təcrübə göstərir ki, “Biz nəyin yanlış olduğunu ayırd etməkdə mahir olsaq da, nəyin doğru olduğunu tapmağa qadir deyilik” (Şumaxer, 1973-cü il).

Dad Gəmisindəki məhsullar müəyyən ərazi və bir icmanın biliyi ilə sıx şəkildə bağlıdır və dəqiq şəkildə bu iki element onların hüdudlarını müəyyən edir. Məhsulun təbiətini kökündən

dəyişmədən, onun miqdarını müəyyən bir həddən sonra artırmaq mümkün deyil. İstehsal edilmiş miqdar həddən artıq, yaxud çox tez bir zamanda (zaman da önəmli amildir) artarsa, məhsulun istehsal sahəsi genişlənir (monokultura modelinə doğru gedir), saxlanılan heyvanların sayı artır, yetişdirmə üsulları intensivləşir, yaxud istehsal sahəsindən kənar ərazilərdən ilkin materialların idxalına səbəb olur və istehsal zəncirinin, bütün mərhələlərini olmasa da, əksəriyyətini mexanikləşdirir, beləcə məhsulun öz keyfiyyətini qoruyub-saxlaya bilməməsi riski yaranır. Dad Gəmisini istehsalçılar deyil, məhsullar üzrə kataloqdur. Buna görə də, istehsal olunan məhsulun miqdarı üçün dəqiq bir rəqəmin olması vacib deyil (lakin bu məlumat Presidium üçün önəmlidir), lakin ən azından bir ölçü qaydası müəyyənləşdirmək zəruridir ki, əsnaf məmullatı, yoxsa sənaye məhsulu ilə məşğul olduğumuzu təyin edə bilək. Bu konsepti daha dərinəndən anlamaq üçün 1973-cü ildə iqtisadçı-filosof Şumaxerın nəşr etdiyi "Az daha Gözəldir" (Small is Beautiful) kitabını oxuya bilərsiniz.

5. "YOX OLMA RİSKİ" NƏ DEMƏKDİR?

Ənənəvi məhsulların yoxa çıxma riski **real** və ya potensial ola bilər – başqa sözlə desək, onlar az qala tamamilə yoxa çıxmış olmaq məcburiyyətində deyillər. Məhsulu istehsal etmək üçün lazım olan bilik və bacarıqlar bir nəfərə və ya bir neçə istehsalçıya, əsasən yaşlılara aid olduqda risk real və qaçılmazdır. Pendir, konservləşdirilmiş ət və ya ənənəvi desert hazırlamaq üçün yazılı resept və ya sadə, şifahi izahın olması kifayət eləmir. Ənənəvi istehsal üsulları sənətkarların işidir və bu qaydaları öyrənmək onlarla uzun illər işləmək anlamına gəlir. Məhsul hətta **evdə istifadə edilmək** məqsədilə hazırlananda belə, yaxud ultra-gigiyenik qanunların qəbulu nəticəsində tez bir zamanda yetişdirilmə və ya istehsal yerlərini, avadanlıqları və ya bir məhsulun xarakteristikası üçün vacib maddələri qeyri-qanuni elan etdikdə yoxa çıxma riski real olur. Hətta istehsal olunan məhsulların sayı da az (yüzdən yuxarı, yaxud min ədəd) olduqda, risk yenə də real olaraq qalır. Bu say çox aşağı olduqda genetik eroziya prosesini dəyişmək çətin olur. İstehsalçıların dəstəklənməsi və reproduktiv layihələrin maliyyələşdirilməsi təşkilatlar, ekspertlər və fondlardan öhdəlik tələb edir. (İstehsalçı və ya istehlakçıların) Sosial vəziyyət və ya (ekosistemin) ekoloji vəziyyət gələcək illər üçün məhsulun miqdarında və ya istehsalçıların sayında azalmanın proqnozlaşdırılmasına yol açırsa, demək, risk potensialdır – başqa sözlə desək, orta və ya uzunmüddətlidir. Riskin əlamətləri çoxsaylı və çoxşəxəlidir: istehlakda trendlərin dəyişməsi;



bazarın artıq həmin məhsulu dəyərləndirməməsi və ona daha ucuz qiymət müəyyən etməsi nəticəsində gəlirlilik qabiliyyətinin zamanla azalması; ərazinin depopulyasiyası və ənənəvi olaraq müəyyən məhsulu istehsal edə bilən əhəlinin yeni gəlir mənbələri axtarmaq məqsədilə emiqrasiyası; nəsilədən nəslə biliklərin ötürülməməsi; kənd ekosistemləri və landşaftının dəyişilməsi və ya yoxa çıxması; milli və beynəlxalq kənd təsərrüfatı siyasəti üzrə dəstəyin olmaması və təşkilatlardan diqqətin azalması. Ənənəvi məhsullara oxşar olan, istehlakçıları çaşdıran və onları homogen və standart məhsullara istiqamətləndirən sənaye məhsullarının artan təhlükəsi ənənəvi məhsulları sürətli şəkildə bazardan çıxarda bilər, çünki onlar həm də həssas və davamsızdırlar, həmçinin daha az reklam və marketing dəstəyi alırlar.

YALNIZ EVDƏ İSTİFADƏ MƏQSƏDİLƏ HAZIRLANAN MƏHSUL NOMİNASIYA EDİLƏ BİLƏRMİ?

Bəli. Yalnız ailə adət-ənənələrində yaşayan, hətta bol şəkildə hazırlansa belə, bazara çıxarılmayan məhsul nəsilər arasında yox olmaq təhlükəsinə məruz qalan, həddən artıq həssas sistemi ifadə edir. Məsələn, Balkanlarda və digər post sovet ölkələrində əvvəllər kiçik özəl şirkətlər deyil, yalnız böyük ictimai korporativlər fəaliyyət göstərirdi. Bu ölkələrdə, əsnafların məmulatları ənənəsi yalnız ailələrdə yaşayırdı, və indi, yavaş-yavaş bu məhsulların bəziləri bazara çıxarılır.

Bu mövzuda iki fərqli vəziyyət mövcuddur. Ya ailə məhsulu yalnız evdə istifadə etmək üçün hazırlayır və onu satmır, ya da məhsul standart resept əsasında və ya fərqli xammaldan hazırlanaraq qeyri-orişinal şəkildə bazara çıxarılır. Hər iki halda, ailə daxilində nəsilədən nəslə ötürülmüş məhsulu gec olmadan nominasiya etmək lazımdır. Sözügedən məhsulun zəruri kommersiya və sanitariya tələblərinə cavab verib-vermədiyini bilmək vacibdir. Bununla belə, məhsulu Dad Gəmisinə əlavə etmək olar.

Bu amillərin izahı və tətbiqi zamanı icmanın müxtəlif yerli şəraitinə – coğrafi, mədəni, sosial, iqtisadi və siyasi fərqləri həmişə nəzərə alınmalıdır.



ÜMUMİ QAYDALAR

Məhsulu nominasiya edərkən aşağıdakı qaydalara da riayət etmək lazımdır:

Dad Gəmisinə daxil edilən məhsulun adı istənilən istifadəçi tərəfindən istifadə edilə bilməlidir və o hər hansı istehsalçı və ya kollektiv qurumun özəl mülkiyyəti ola bilməz; həmin məhsul əmtəə nişanı ola bilməz. Dad Gəmisinə daxil olan məhsullar icmaya, gəldikləri və hazırlanmışları əraziyə, onu bir-birinə ötürən nəsilərə və qoruyub-saxlayanlara aid olur. Onlar bir şirkətin özəl mülkiyyəti ola bilməz. Həmin ərazidə yeni yaradılmış bir biznesin və ya orda yaşayan bir gəncin Dad Gəmisindəki məhsulu becərmək, böyütmək və ya dəyişdirmək üçün seçimi olmalıdır. Buna görə də, Dad Gəmisində özəl sektor tərəfindən qeydiyyatdan alınan, yaxud patentləşdirilmiş hər hansı brend məhsullara yer verilmir.

Buna aşağıdakıları nümunə göstərmək olar: Nutella® Dad gəmisinə aid deyil, lakin ənənəvi “canduya” adlı fındıqlı-şokolad yaxması aid ola bilər; Marlene® almaları Dad Gəmisinə əlavə edilə bilməsə də, əvəzində bütün dünyada bu günə kimi gəlib çatmış yüzlərlə sort alma əlavə oluna bilər. Huguenot® (Cənubi Afrikalı istehsalçı tərəfindən inək südündən hazırlanan, müəllif hüquqları ilə qorunan adı olan pendir növü) Dad Gəmisinə daxil edilə bilməz, lakin İtaliyanın “caciocavallo”, Polşanın “osypek” və Fransanın “pélardon” pendiri və müvafiq icmalara aid olan digrə pendir növləri daxil edilə bilər.

Dad Gəmisini məhsullarının etiketlenməsi zamanı Slow Food loqosundan, adından və əmtəə nişanından (və ya bunların hər hansı dəyişdirilmiş formalarından) istifadə etmək qadağandır. Slow Food əmtəə nişanı və “Dad Gəmisini” adından düzgün istifadə Slow Food Beynəlxalq Əsasnaməsinin əlavəsi olan Slow Food Loqotiplərindən İstifadə Kodeksi sənədində əks edilmişdir (www.slowfood.com/about-us/key-documents).

Dad Gəmisinə ayrı-ayrı istehsalçılar deyil, məhsullar seçilir. Dad Gəmisində istehsalçıların bilikləri, onların istehsal zəncirində iştirakı və ya ona nəzarəti tələb edilmir.

Dad Gəmisini profili məhsulun görünüşünü, rəngini, dadını təsvir edir, lakin istehsal prosesinin bütün təfərrüatlarını bilmək lazım deyil. Sadə bir misal: Dad Gəmisinə seçilmiş alma sortu nəticədə orqanik və ya adətə uyğun üsullarla yetişdirilmiş ola bilər. Dad Gəmisinin fəaliyyəti məhsulun profilini hazırlayaraq, yoxa çıxmaq üzrə olduğunu vurğulamaqla məhdudlaşır. Bu bir həyəcan signalıdır, hərəkətə keçmək üçün dünyaya bir müraciətdir.

Nəticədə, Dad Gəmisinə daxil edilmiş məhsulların etiketində və ya qablaşdırılmasında Slow Foodun (İlbiz), digər əlaqədar təşkilat və ya layihələrin (Biomüxtəliflik fondu, Prezidia və s.) loqolarından istifadə edilə bilməz. Dad Gəmisini layihəsini broşürələr, bukletlər, məqalələr, veb saytlar və s. kimi digər vasitələrlə təbliğ etmək mümkündür.

Slow Food bir çox ölkələrdə Slow Foodun fəaliyyətlərində iştirak etmək və onlarla əməkdaşlıq etməkdən əlavə, öz menyularında Dad Gəmisini, Prezidia, yaxud kiçik yerli istehsalçıların məhsullarından istifadə edən aşpazlarla çox güclü əlaqələr qurub.

Slow Food biomüxtəlifliyi qoruyan restoranlar şəbəkəsi yaratmaq məqsədilə – “Slow Food” Aşpazları Alyansı layihəsinin təbliği, həmçinin istehsalçılara şəffaflığın verilməsi məqsədi ilə aşpazları öz menyularında istehsalçıların adlarını qeyd etməyə təşviq edir.

Alyans Prezidiyanı təbliğ etmək məqsədilə yaradılmış bir layihə olsa da, Dad Gəmisini məhsullarını və ümumilikdə yerli keyfiyyətli, təmiz və ədalətli istehsalçıları da əhatə etmək üçün getdikcə genişlənilir. Aşpazlara Dad Gəmisini, yaxud Prezidia kimi müəyyən Slow Food layihələrindən olan məhsullardan istifadə etdikləri təqdirdə menyuda (yaxud əlavə səhifədə) istifadə edilən məhsulun adını qeyd etmələri və müvafiq layihəni təsvir edən cümlə yazmaları məsləhət görülür. Digər məhsulları isə Slow Food-un “keyfiyyətli, təmiz və ədalətli” dəyərlərinə sadıq qalan istehsalçıların adlarını da qeyd edərək ulduzla işarələmək olar.

Bütün hallarda, ictimaiyyətə təqdim edilən materiallarda Alyansın fəaliyyəti izah edilməlidir.

Bu mövzuda daha ətraflı məlumat əldə etmək üçün layihə qaydalarına onlayn şəkildə baxmaq mümkündür: www.fondazioni Slow Food.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/



MƏHSULU NECƏ NOMİNASIYA

ETMƏK LAZIMDIR?

Slow Food üzvü və ya ekspert olmadan, hətta xüsusi bacarıqlara sahib olmadan da hər kəs məhsul nominasiya edə bilər. Öz bölgənizə aid məhsulu hətta digər icmalara, və ya başqa bir ölkəyə aid məhsulu belə nominasiya etmək mümkündür. Slow Food Biomüxtəlik Fondunun veb saytında sadə müraciət formasını doldurmaqla məhsulu nominasiya edə bilərsiniz:

www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste

Nominasiya formalarını – həmin ölkədə mövcud olduğu təqdirdə - milli/regional komitələrə və ya birbaşa Slow Food Biomüxtəlik Fonduna göndərilə bilərsiniz. Fondun veb saytında komitələrin fəaliyyət göstərdiyi ölkələr və yerli komandanın əlaqə məlumatları qeyd olunub.

Bu iki qurum – yerli komitələr və Slow Food Biomüxtəlik Fondu – nominasiya edilən məhsulların layihə meyarlarına uyğunluğunu yoxlayacaq.

Slow Food Biomüxtəlik Fondu müxtəlif ölkələrdən olan məsləhətçilərlə əməkdaşlıq edir. Əgər nominasiya formaları tamamlanmamış olarsa, nominasiya edən şəxslərə əlavə məlumat üçün sorğu göndəriləcək.

Nominasiya qəbul edildikdən sonra növbəti mərhələ onlayn kataloqda məhsul haqqında qısa təsvir yazmaqdır.



DAD GƏMİSİ LAYİHƏSİNİ NECƏ TƏBLİĞ ETMƏK OLAR?

LAYİNƏNİN GEDİŞATINI İZLƏMƏK MƏQSƏDİLƏ BİR ÇOX DİLLƏRDƏ
HAZIRLANMIŞ MÜXTƏLİF KOMMUNİKASIYA VASİTƏLƏRİ MÖVCUDDUR

www.fondazioneSlowFood.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/



Slow Food Biomüxtəlik Fondunun veb saytında layihənin tam və yenilənmiş planı, qəbul edilmiş və ölkələr üzrə axtarıla bilən məhsulların onlayn kataloqu, məhsulun növü və ya adı, və yeni, sadə və rahat şəkildə doldurulub bilən nominasiya forması əks olunub. İstənilən dildə olan, təsdiqlənmiş nominasiyalar bu layihəyə töhfə verənlərin adları və şərtləri ilə birlikdə "Dünya üzrə nominasiyalar" bölməsində dərc edilib. Həmin bölmədə istifadəçilər daxil olan nominasiyaları axtara bilərlər. İstifadəçilərin fəaliyyətlərinin istiqamətləndirilməsi və onların layihənin inkişafına töhfə verməsi üçün "Tez-tez Verilən Suallar" səhifəsi də əlavə edilib.

Fondun veb saytının ana səhifəsində layihə ilə bağlı xəbərlər (yeni iştirakçı ölkələr, nominasiya edən şəxslərin fikirləri, aşpazlarla müsahibələr və s.) dərc ediləcək. Ona görə də, iştirak edənlərin tədbirlər (məs: Dad Gəmişi məhsullarının sərğidə nümayişi, layihəyə həsr olunmuş görüşlər və konfranslar) və maraqlı təşəbbüslər haqqında fikir bildirməsi, hesabat və məlumat verməsi önəmlidir, çünki onlar xəbər bölməsini daha da zənginləşdirir və digər təşkilatları oxşar tədbirlər təşkil etməyə həvələndirə bilər.

SLOW FOOD VƏ TERRA MADRE BEYNƏLXALQ QƏZETİ

Müntəzəm şəkildə 90000 istifadəçiyə səkkiz dildə göndərilən beynəlxalq qəzet vasitəsilə layihə daha çox diqqət çəkir və bu da müxtəlif məlumatların (yeni ölkə və məhsullar barədə yeniliklərin, foto qalereyalar, sorğular və s.) istifadəçilərə təqdim olunmasına imkan verir.

FOTO QALEREYA VƏ VIDEO REPORTAJLAR

Nominasiya edən şəxslərdən göndərilən və Slow Food arxivlərindən əldə edilən şəkillər Facebook və www.slowfood.com-un multimedia bölməsində paylaşılacaq. Videolar da önəmlidir: video məzmun hazırlaya bilənləri biomüxtəlifliyi qoruyub-saxlayanları müsahibə etməyə dəvət edirik. Videolar məhsulu nominasiya etmək üçün lazım olan sənədlərlə birgə göndərilə, həmçinin müraciət formasına əlavə edilə bilər, yaxud Qastronomiya Elmləri Universiteti tərəfindən dünyanın hər yerindən toplanmış, yerli adət-ənənələrin, mədəniyyətlərin və biomüxtəlifliyin qoruyucularının reportajları olan videolar toplusu - "Tarixçələr Anbarı" layihəsində arxivləşdirilə bilər (<http://www.granidellamemoria.it/index.php/en>).

DAD GƏMİSİ VƏ PREZİDİA

ARASINDAKI FƏRQ NƏDİR?

Dad Gəmisini **məhsulların** kataloqu olduğu halda Prezidiyanın əsas xüsusiyyəti **istehsalçılarla** əlaqələrin qurulması və onları dəstəkləyən təşəbbüslərin yaradılmasıdır. Prezidiyaya başlamaq təbliğat fəaliyyətinə keçmək məqsədilə onlara baş çəkmək, onların necə işlədiyini və hansı çətinliklərinin olduğunu anlamaq, sosial və mədəni kontekstlərini, həmçinin bazarlarını başa düşmək deməkdir.

Məhsulların Dad Gəmisində kataloqlaşdırılmasından sonrakı mərhələni təmsil edən Slow Food Prezidiyası, birbaşa müdaxilə edərək yox olmaq təhlükəsi olan ənənəvi (Dad Gəmisini məhsulu) məhsulları qoruyur. Şübhəsiz ki, Dad Gəmisini məhsullarının sayı qədər Prezidiyanın olması mümkün deyil. Lakin ümid edirik ki, bir çox digər təşkilatlar və qurumlar da həmin məhsulları qoruyub saxlamaq üçün hərəkətə keçəcək.





BU LAYIHƏ AVROPA İTTİFAQI
TƏRƏFİNDƏN MALİYYƏLƏR



COVCHEG



Slow Food®



ANIMALS PROTECTION
PUBLIC UNION



National Association
of Rural Municipalities
of Azerbaijan

Bu sənəd Avropa İttifaqının dəstəyi ilə hazırlanıb. Sənədin matnina, və orada təsvir olunmuş tapıntılara və nəticələrə yalnız Slow Food məsuliyyət daşıyır və Avropa İttifaqının nöqtəyi nəzarətini əks etdirmir.