

Makale Bilgisi / Article Info

Geliş / Received: 31.10.2023

Kabul / Accepted: 14.12.2023

Araştırma Makalesi/Research Article

DOI: 10.55666/folklor.1383683

**MADDİ KÜLTÜR AKTARIMINDA İŞLEVSEL BİR ARAÇ OLARAK
COĞRAFI İŞARET SİSTEMİ***

Yasemin DOMAÇ YAŞAR** & Özkul ÇOBANOĞLU***

Öz

Coğrafi İşaret, Türkiye’de geçmişi yaklaşık 30 yıl öncesine dayanan ve birtakım hukuki yaptırımları bulunan ürünü, üreticiyi ve tüketiciyi koruyan bir tescil sistemidir. Sistem; kalitesi, ait olduğu yöreden elde edilen hammaddesi, gelenekselliği ile belli bir üne sahip ürünlerin korunmasını sağlar. Coğrafi İşaret tescili, karakteristik özellikleri sayesinde yöresiyle özdeşleşen ürünlere verilir. Bu ürünlerin oluşumunu belirleyen bazı temel faktörler bulunur. Bu faktörler, doğal ve beşerî kaynaklıdır. Doğal kaynaklı faktörler; ürünün oluştuğu coğrafyayı, iklimi, toprak yapısını ve su kaynaklarını kapsarken beşerî kaynaklı faktörler; insan aktivitelerini kapsar. Ürünlere benzersizlik kazandıran bu faktörlerin birleşimiyle maddi kültür ürünleri ortaya çıkar. Bu ürünler, ait olduğu yörenin kültürünü ve geleneğini yansıtır. Maddi kültür, insanın gündelik hayatında geçmişten bugüne ürettiği, tükettiği ve kullandığı eşyalar, nesnelere ve yiyeceklerden oluşur. Örgüler, dokumalar, yemekler, giysiler gibi birçok ürün insan eliyle gelenekten beslenerek üretilen maddi kültür ürünleri kapsamındadır. Bu ürünler, geleneksel bilgi ve becerilerle üretilen zamana ve ihtiyaca göre şekil değiştirip yenilenebilen ürünlerdir. Bu türden ürünlerin, Coğrafi İşaret tescili alması kültürün gelecek nesillere aktarılması bakımından önemlidir. Yaşadığı coğrafya ve kültürle şekillenen insan, tarihsel geçmişi ve paylaştığı becerileri sayesinde, kültürel miras niteliğinde olan bu ürünleri ortaya çıkarır. Türkiye, farklı coğrafi özellikleri ve beşerî kaynakları dolayısıyla Coğrafi İşaret tescili alma potansiyeline sahip ürünlerin bolca üretildiği bir ülkedir. Üç tarafının denizlerle çevrili olması, yükseltisi, iklimi ve bitki örtüsü çeşitliliği sayesinde verimli topraklara sahiptir. Bununla birlikte Türkiye, beşerî kaynakları da güçlü bir ülkedir ve eski çağlardan bu yana sayısız uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Dolayısıyla farklı etnik ve dinî kökenden gelen insanların bir araya geldiği, çeşitli kültürlerin bulunduğu ve birlikte yaşadığı bir ülkedir. Bu sayede farklı kültürler birbirleriyle temasa geçmiş ve insanlar arasında kültürel etkileşimler yaşanmıştır. İnsanın hem doğayla hem de birbiriyle olan bu etkileşimi, özgün nitelikli ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu ürünler, hammaddesinden hazırlanışına ve sunumuna kadar geçirdiği tüm aşamalarla halkbilimi disiplininin araştırma sahasına girmektedir. Bu bağlamda insanı ve ürettiklerini konu edinen dolayısıyla bir kültür bilimi olan halkbilimi alanına dahil olan Coğrafi İşaret tesciline sahip maddi kültür ürünleri, kültürü gelecek nesillere aktarma işlevine sahiptir. Kültürün somut yönünü teşkil eden maddi kültür ürünleri, uzunca bir süre halkbilimciler tarafından ihmal edilmiş ve araştırmalar sözlü kültür ürünlerinin gerisinde kalmıştır. Dolayısıyla çalışma, folklor disiplininin çatısı altına giren kültürel miras niteliğindeki maddi kültür ürünlerinin Coğrafi İşaret tescili alması sonucunda kültürün aktarılması işlevine yaptığı katkıyı incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Maddi Kültür, Coğrafi İşaret, Halkbilimi, Gelenek.

*Bu çalışma, 2023 yılında Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde hazırlanan “Kültür ve Gelenek Aktarımı Bağlamında Coğrafi İşaret Sisteminin İşlevleri” isimli doktora tezinden üretilmiştir.

** Öğr. Gör. Dr., Iğdır Üniversitesi, Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi, Iğdır/Türkiye. yasemin.yasar@igdir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2692-1401

*** Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü, Ankara/Türkiye. ozkul@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1409-4197

GEOGRAPHICAL INDICATION SYSTEM AS A FUNCTIONAL TOOL IN THE TRANSFER OF MATERIAL CULTURE

Abstract

Geographical Indication is a registration system that protects the product, producer and consumer in Türkiye, which dates back approximately 30 years and has certain legal sanctions. System; it ensures the preservation of products that have a certain reputation for their quality, raw materials obtained from the region they belong to, and tradition. Geographical Indication registration is given to products that are identified with their region thanks to their unique characteristic features. There are some basic factors that determine the formation of these products. These factors are of natural and human origin. Natural origin factors; while it covers the geography, climate, soil structure and water resources where the product is produced, human-based factors; covers human activities. Material culture products are created by the combination of these factors that give the products their uniqueness. These products reflect the culture and tradition of the region they belong to. Material culture consists of the goods, objects and foods that people produce, consume and use in their daily lives from past to present. Many products such as knitting, weaving, food and clothing are within the scope of material culture products made by human hands, inspired by tradition. These products are products that can change shape and be renewed according to time and need, produced with traditional knowledge and skills. It is important for such products to receive Geographical Indication registration in terms of transferring the culture to future generations. Man, shaped by the geography and culture he lives in, has created these products that are cultural heritage, thanks to his historical past and shared skills. Türkiye is a country where products with the potential to receive Geographical Indication registration are produced in abundance due to its different geographical features and human resources. Being surrounded by the sea on three sides, it has fertile lands thanks to its altitude, climate and vegetation diversity. In addition, Türkiye is a country with strong human resources and has hosted countless civilizations since ancient times, thus it is a country where people from different ethnic and religious backgrounds come together, various cultures meet and live together. In this way, different cultures came into contact with each other and cultural interactions took place between people. This interaction of humans with both nature and each other has led to the emergence of unique products. These products, with all the stages they go through, from raw materials to preparation and presentation, fall within the research field of the folklore discipline. In this context, material culture products with Geographical Indication registration, which are within the scope of folklore discipline, which is a cultural science and therefore deals with humans and their products, have the function of transferring culture to future generations. Material culture products, which constitute the concrete aspect of culture, have been neglected by folklorists for a long time, and research has lagged behind oral culture products. Therefore, the study examines the contribution of material culture products, which are cultural heritage and fall under the umbrella of the folklore discipline, to the transfer of culture as a result of being registered as a Geographical Indication.

Keywords: Culture, Material Culture, Geographical Indication, Folklore, Tradition.

Giriş

Üretildiği coğrafyanın ekolojik ve kültürel çeşitliliğini yansıtan Coğrafi İşaret (Cİ) tescilli ürünler, maddi kültür ürünleridir. Maddi kültür, halkbiliminin kaynaklarından ve inceleme alanlarından biridir. Kültürün somut yönüne denk gelen maddi kültür, kültürel düşünceleri veya gelenekleri ifade ederek insan tarafından yapılmış ya da tabiattaki somut örnekleri belirtmek amacıyla kullanılan bir terimdir (Sarıtaş, 2021: 200). Bu ürünler, ait oldukları yörenin tarihi, kültürel, toplumsal ve coğrafi yapısı hakkında bilgiler verirler. Kültürel yapının içinde gelenek ve geleneksel bilgi gibi kültürün bir parçası olan bazı önemli dinamikler mevcuttur. Bu dinamikler sayesinde kültürel miras niteliğinde olan bu ürünler, Cİ tescili olarak koruma altına alınır ve gelecek kuşaklara aktarılırlar. Kültürün gelecek nesillere aktarımı sadece sözel yollarla değil maddi ürünlerle de yapılır. Daha açık bir ifadeyle, folklor ürünlerinin kültür taşıyıcılığı yapması maddi kültür ürünleriyle de mümkündür. Dolayısıyla halkbiliminin kaynakları sadece sözlü, yazılı ve elektronik (dijital) kaynaklardan oluşmaz maddi kültür ürünleri de halkbiliminin kaynakları arasındadır. Bir ürünü üretirken kültürel değerlerden beslenen insan, geçmişten beri görerek, duyarak öğrendiği bilgileri ürünlere adeta nakşeder. İnsanın yaratıcılığından, içinde yaşadığı kültürün ve toplumun değerlerinden, normlarından, doğal çevre şartlarından ve daha birçok faktörden etkilenmesiyle ortaya çıkan maddi kültür ürünleri, kültürün gelecek kuşaklara aktarılması, toplumsal yaşamın sürdürülmesi ve yeniden üretimi konusu gibi önemli daha birçok işleve sahiptir. Bu ürünler genellikle geleneksel üretim yöntemlerine, geleneksel bilgiye ve becerilere dayalı olarak üretilirler. Bu yönleriyle ait oldukları kültürün bir parçasıdır. Dokumacılık, sepetçilik, çömlekçilik, çinicilik gibi örnekler ve diğer tüm el sanatları ürünleri, giyim- kuşam ve yiyecekler maddi kültürün somutlaştığı örneklerdir. Bu bağlamıyla çalışmanın temel konusunu kültür aktarımı işlevini maddi kültür ürünleri aracılığıyla gerçekleştiren Cİ sistemi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada, Cİ tescili alan maddi kültür ürünlerinin kültür aktarım işlevine halkbilimsel bakış açısıyla yaklaşmıştır.

1. Kültür ve Maddi Kültür

Kültür, sosyal bilimlerde alanında birçok tanımı yapılan önemli bir kavramdır. Kültür kavramının tanımı, ilk kez 19. yüzyılın sonlarında antropologlar tarafından geliştirilmiştir. Kapsamlı ilk tanımlama İngiliz antropolog Sir Edward Burnett Tylor tarafından yapılmıştır. Tylor, 1871 yılındaki yazılarında kültürü; “bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve insanın bir toplumun üyesi olarak edindiği diğer her türlü yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütün” (akt. Monaghan ve Just, 2013: 53) olarak tanımlamıştır. Bu tanımla, insanın biyolojik anlamda soya çekimle değil de bir topluluk içinde, belli bir kültürel geleneğe maruz kaldıkları yerde büyümesiyle kazandıkları inanç ve davranışlara odaklanmıştır (Kottak, 2008: 46). O dönemden bu yana kültür tanımları sosyoekonomik ve kültürel değişimlere paralel olarak hızla çoğalmış ve çeşitlenmiştir. Bazı önemli araştırmacıların kültür tanımları şu şekildedir:

F. Boas, “kültür bir topluluğun toplumsal davranışının bütün ifadelerini, bireylerin içinde yaşadıkları grubun alışkanlıklarından etkilenen tepkilerini ve bu alışkanlıkların belirlediği insan etkinliklerinin ürününü içerir” (1930, akt. Monaghan ve Just, 2013: 55) ifadeleriyle tanımlamıştır. Malinowski kültürü, “aletlerden ve tüketicilerin mallarından, çeşitli sosyal grupların imtiyazlarından, insanların düşüncelerinden ve el sanatlarından, inançlarından ve adetlerinden oluşan bir bütün” olarak ifade etmiştir (1944, akt. Monaghan ve Just, 2013: 57). Marx; “kültür, doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı hemen her şeydir” (1967, akt. Güvenç, 2018: 123). Sapir; “kültür, varlığımızın yapısını (ilişkilerini) belirleyen, sosyal süreçlerle öğrendiğimiz uygulama ve inançların, maddi ve manevi öğelerin birliğidir” (1921, akt. Güvenç, 2018: 128). Ziya Gökalp; “kültür, yalnız bir milletin din, ahlak, hukuk, akıl, estetik, dil ekonomi ve fen hayatlarının uyumlu bir bütünü” (2012: 37) olarak belirtmiştir. Özkul Çobanoğlu; “kültür, insanların biyolojik kalıtımlarının ötesindeki ihtiyaçlar, doyumlar ve doyumsuzlukların şekillendirdiği ve insanların öğrenme yoluyla kazandığı, edindiği, inşa ettiği maddi ve manevi birikimi, değerleri, yönelimleri, duygu ve düşünce dünyaları, sosyal davranışları, teknolojileri ve sanatlarının tamamını ifade eden ve doğaya eklenmiş yaratmalar, donatmalar bütünüdür” (2012: 14-15) olduğunu ifade etmiştir. İnsanın çeşitli formlardaki kültürel aktivitelerine vurgu yapan bu tanımlamalardan kültürün özelliklerine de ulaşılabilir. Kültür süreklidir, toplumsaldır, öğrenilir, idealleştiricidir, doyum vericidir, uyum yapıcıdır, değişir ve bütünleştiricidir (Güvenç, 2018: 146). Görüldüğü üzere kültürle ilgili yapılan bu sembolik tanımlamalarda üzerinde durulan noktalar, tanımların yapıldığı dönemin sosyoekonomik ve kültürel dönüşümlerine bağlı

olarak değişmiş ve çeşitlenmiştir. İnsan kültürün yaratıcısıdır; onu koruyan, aktaran ve geliştirendir. Bu bir insanın tek başına yapabileceği bir şey değildir. Dolayısıyla diğer canlı türlerinden ayrılan insan, toplumu meydana getirerek kültürü yaratır. Dahası bireyi toplumsallaştıran, içinde doğup büyüdüğü kültürün onu doğuşundan itibaren şekillendirmesidir. Toplumsallaşan insan, başka insanlarla bağ kurar ve kültür paylaşımı yapar. Bu bağlamda Geertz, insan olmadan kültür olmayacağı gibi kültür olmadan da insanın olmayacağını belirtir (2010: 68). Toplumsal hayatın tüm yönleri kültür kavramının içine girer ve kültürün toplum içinde aktarımı dinleyerek, gözleyerek, konuşarak ve diğer insanlarla etkileşim içine girerek öğrenilen süreçlerden meydana gelir (Kottak, 2008: 52). Tüm bu süreçlerden geçen insan, kültürü gelecek nesillere aktarır. Ancak aktarımı sadece sözel yollarla değil somut ürünlerle de yapar. Daha açık bir ifadeyle insan konuşarak, dinleyerek kültürü öğrenebilir gelecek nesillere taşıyabilir ama tüm bu süreçlerin yanında maddi bir ürünle de kültür aktarımı sağlayabilir. Bu ürün, küçük bir mutfak araç gereci olabileceği gibi bir giysi ya da dokunmuş bir kilim olabilir. Bu türden ürünler, bireyin kültürünü somut bir nesnede yansıttığı ürünlerdir. Kültür, yukarıdaki tüm tanımlarda da belirtildiği gibi insana özgüdür, onun doğaya karşı ekledikleridir, onun becerisi, alışkanlıkları, inanışları, bilgisi, sanatı ve yaratıcılığında oluşan değerleridir.

Farklı bağlamlarda çok fazla tanımının yapıldığını gördüğümüz kültür, halkbilimi disiplininin de en önemli kavramlarından biridir. 19. yüzyılda bağımsız bir bilim dalı olarak ortaya çıkan halkbilim (folklor), bir milletin veyahut belirli bir bölge halkının, bir şehrin, bir ilçenin, bir köyün maddi ve manevi alandaki geleneksel kültür ürünlerini ve yaşama biçimlerini bilimsel metotlarla derleyen, çözümleyen, yorumlayan ve sonuca varan bir bilim dalıdır (Örnek, 2000: 79). Tanımda da belirtildiği üzere halkbilimi, insanın oluşturduğu kültürü (maddi- manevi) kendine özgü yöntemlerle inceleyip yorumlayan bir disiplindir. Halkbilimi hem beşerî bir bilim hem sosyal bir bilim hem de davranış bilimidir (Çobanoğlu, 2012: 15). Aynı zamanda insanı ve ürettiklerini konu edindiği için bir kültür bilimidir. Onun bu çok yönlülüğü akademideki yerini sağlamlaştırmış ve bugün çalışma alanını daha da genişletmiştir.

Halkbilimciler 20. yüzyılın başlarında çalışmalarını, özellikle sözlü kültür ürünleri üzerine yoğunlaştırmıştır. Mit, destan, efsane, masal, deyim, atasözü ve tekerleme gibi türler üzerine yapılan çalışmalardan başka doğum, evlilik, ölüm gibi geçiş dönemi kutlamalarını içeren âdet ve törenleri de incelemişlerdir. Bununla birlikte toplumun inanç sistemi ile alakalı geleneklere de odaklanmışlardır. İnsan hayatında önemli bir yer tutan geleneksel özelliği bulunan nesnelere ve bunların yapılış amaçları ile üretim yöntemleri uzun bir dönem ilgi alanlarının dışında kalmıştır (Saritaş, 2000: 734). İhmal edilen bu nesnelere kastedilen maddi kültür ürünleridir. Burke, kültür tarihçilerinin maddi kültüre düşüncelerden daha az önem verdiğini, madde alanını daha çok iktisat tarihçilerine bıraktığını belirtmiş ve iktisat tarihçilerinin de yiyeceklerin, giyeceklerin, barınakların sembolik tarafları üzerinde durmadığını, onların yerine beslenme düzeylerine ve bir bireyin türlü metalara harcadığı gelirin tutarına baktıklarını ifade etmiştir (2021: 93). Maddi kültür olarak bilinen bu terimin kültür boyutunu ele alan Amerikalı antropolog James Deetz, çalıştığı toplulukların sosyal yaşamlarına ve maddi kültürlerine odaklanmıştır (akt. Saritaş, 2021: 200). Woodward maddi kültürü, “genellikle insanların algıladıkları, kullandıkları, dokundukları ve taşıdıkları, içinde toplumsal faaliyetlerini yürüttükleri, yararlandıkları ya da düşündükleri bir maddi nesneyi ya da maddi nesnelere ağırlık vermek için kullanılan (2016: 23) bir terim olarak ifade etmiştir. Edison ise maddi kültür teriminin, “halkın ürettiği birçok nesne antik çağlardan aktarılan bilgi ile insanın doğuştan gelen yaratıcılığının birleşmesiyle ortaya çıktığını” (2004: 171) belirtmiştir. Maddi kültür ürünleri, geleneksel özelliğe sahip el yapımı bütün nesnelere kapsamaktadır. Bu bağlamda; halk mimarisi ve mutfağı, kilim, halı, yorgan, keçe, oya gibi el dokuması ürünler, hat, çini, ebru gibi el sanatları ürünleri, sepetçilik, çömlükçilik, bakırcılık gibi zanaat ürünleri, giyim-kuşam, müzik aletleri gibi birçok ve sanatsal aktivite maddi kültürün kapsamına girmektedir (Saritaş, 2000: 734). Bu türden ürünler, üretildikleri toplumun kültürünü yansıtmalarının yanında o kültürün gelecek kuşaklara aktarılmasına da yardımcı olmaktadır.

2. Maddi Kültürün Aktarımında İşlevsel Bir Araç Olarak Coğrafi İşaret Sistemi

Coğrafi İşaretler, bir ürünün belirli bir ülke, bölge veya yöreye ait olduğunu belirten ve ürünün üretim yöntemini garanti altına alarak tüketicileri ürünün kökeni hakkında bilgilendiren gıda, tarım, maden, el sanatları ürünleri ve sanayi ürünlerinin tescil edilmesine yarayan resmî kalite işaretleridir (Domaç Yaşar, 2022: 222). Tescil alan ürünler, ait olduğu yöreye özdeşleşen ve benzerlerinden ayrılan belli başlı özelliklere sahiptir. Ürünler, bu

özelliklerini iklim, yükselti, bitki örtüsü, toprak yapısı ve su kaynakları gibi doğal kaynaklı faktörlerin yanında yerel üretim bilgileri ve becerilerinden oluşan beşerî faktörlerin birleşiminden de alır. Bu birleşim, özgün ürünlerin üretilmesini sağlar. Cİ tesciliyle bir ürünün sadece kendisi değil hammaddesi, üretim koşulları, kalitesi, üretildiği bölgesi, üreticisi ve tüketicisi de koruma altına alınmış olur. Cİ sistemi, üreticilerin haksız rekabete uğramasının önüne geçerken tüketicinin de sahte ya da benzeri ürün konusunda aldatılmasını önler.

Dünya Fikrî Mülkiyet Örgütü (WIPO), Avrupa'da Cİ sistemiyle ilgili uluslararası sözleşmeleri yürüten bir örgüttür. "Paris Sözleşmesi", "Madrid Sözleşmesi" ve Lizbon Sözleşmesi" gibi Cİ'lerle ilgili uluslararası alanda söz sahibi olan bu sözleşmeler WIPO tarafından yürütülmektedir. Paris Sözleşmesi, 20 Mart 1883 tarihinde imzalanmış ve Cİ'lerle ilgili ilk uluslararası yasal sözleşmedir. Türkiye, sözleşmeye 10 Ekim 1925 tarihinde taraf olmuştur. Sözleşmenin içeriği marka, patent, coğrafi işaret, tasarım, haksız rekabet ve ticaret unvanı konularından oluşmaktadır. 1891 yılında imzalanan Madrid Sözleşmesi'ne Türkiye, 9 Haziran 1930 tarihinde taraf olmuştur. Sözleşme, ürünlerin kaynağı ile ilgili sahte ya da yanıltıcı durumları ortadan kaldırmak amacını taşımaktadır. Lizbon Sözleşmesi ise 1958 yılında imzalanmıştır. Türkiye'nin taraf olmadığı bu sözleşmeye göre, köken yani menşe adlandırmaları uluslararası platformda ilk kez tanıtılmıştır. Böylelikle menşe işaretli ürünlere uluslararası düzeyde tescil hakkı sağlanmıştır. Avrupa'da Cİ'lerle ilgili olan bu anlaşmalar, Avrupa Birliği (AB) üyesi olsun ya da olmasın Avrupa Komisyonu tarafından tescil edilmek istenen her üye ülkenin ürünleri için gerekli maddelerden oluşurlar. Bu sözleşmeler dışında Dünya Ticaret Örgütü (WTO) kapsamında bulunan ve Cİ'leri fikrî mülkiyet¹ hakkı kapsamında değerlendiren ilk anlaşma, "Ticaretle Bağlantılı Fikrî Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPs)"'dir. 15 Nisan 1994 tarihinde yürürlüğe giren anlaşmada, Cİ'ler için ayrı bir bölüm oluşturulmuş ve Cİ sisteminin tanımı yapılmıştır. Bununla birlikte anlaşmaya taraf olan ülkeler, kendi Cİ'ler uygulamaları için gerekli yasal düzenlemeleri yapmaya başlamışlardır. Bu bağlamda Türkiye, anlaşmaya 1995 yılında taraf olmuş ve bu doğrultuda Cİ'lerle ilgili yapılan ilk yasal düzenlemeyi, 24 Haziran 1995 tarihinde 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" (KHK)' ile uygulamaya koymuştur. Bu düzenleme, 22 Aralık 2016 tarihinde yürürlüğe girecek olan 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu"² (6769 sayılı SMK)'na kadar Cİ'lerle ilgili tek yasal düzenleme olmuştur. 6769 sayılı SMK, AB'nin Cİ'lerle ilgili uygulamalarına paralel bir düzenleme olması ve 555 sayılı KHK'dan daha iyileştirici adımlar atması bakımından önemlidir. Türkiye'deki Cİ'ler uygulamasına yeni bir dönem başlatmış olan 6769 sayılı SMK'da Cİ'ler şu ifadeyle tanımlanmıştır: "Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir" (Madde 34/1, URL-1). Buna göre; ünü, belli başlı karakteristik özellikleri belirli bir coğrafi kökenden kaynaklanan ürünler Cİ tescili olarak koruma almaktadır. İlgili SMK'da Cİ, "Menşe Adı" ve "Mahreç İşareti" olarak iki farklı kategoride tescil edilir. Menşe Adı, ürünün bütün özelliklerini üretildiği alandan alması, üretilmesi, işlenmesi, hazırlanması ve diğer işlemlerinin tümünü ait olduğu coğrafi bölgenin sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlardır. Yani Menşe Adı tescili alan ürünler, belirtilen coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Bundan dolayı Menşe Adı tesciline sahip ürün grupları daha çok tarım ürünlerinin tescillenmesini sağlamaktadır. Nitekim tarım ürünlerinde, ilgili coğrafyanın iklimine, toprağına ve suyuna bağlılık bulunmaktadır. Dolayısıyla bu sayede özgün ürünler yetişmekte ve yöre ile bağı olan ürünler üretilmektedir. Örneğin; Amasya Elması, Giresun Tombul Fındığı, Iğdır Kayısı, Mahreç İşareti ise; üretimi, işlenmesi, ünü veya diğer işlemlerinden en az birinin belirlenen coğrafi alan sınırları içinde gerçekleştirilen ürünlere verilen işaret olarak tanımlanır. Bu işareti alan ürünler, ününün geldiği coğrafi bölgenin dışında da üretilmesi bakımından Menşe Adı tescilinden ayrılmaktadır. Daha çok geleneksel bilgi ve becerilerle üretilen ve yapımında ustalık isteyen ürünlerden oluşmaktadır (Domaç Yaşar, 2023: 141-143). Örneğin, Buldan Bezi, Yağcıbedir El Halısı, Ahlat Bastonu. Şu halde Cİ tescili alabilecek ürünler maddi kültür ürünleridir. Bu ürünler, ait olduğu yörenin coğrafyasını ve sosyokültürel hayatını yansıtır. Hem toplumsal hem de kültürel alanı ilgilendiren bir olgu olarak birçok işleve sahiptir. Bu işlevler kültürün gelecek kuşaklara aktarılması bakımından önemlidir. Çobanoğlu, folklor unsurlarının birden fazla işlevi taşıyabileceğini ifade eder (2012: 256). Bu bağlamda Cİ sisteminin kültür, kültürel miras, gelenek ve geleneksel bilgi aktarım işlevinin yanında yerel ve kırsal kalkınmayı destekleme, ülke ekonomisine yardımcı olma, ürünün kalitesini garanti etme, üretim zincirine katma değer sağlama, doğal kaynakları ve biyolojik çeşitliliği koruma işlevleri de bulunmaktadır. Cİ sisteminde tescillemenin yapılabilmesi için maddi bir ürüne ihtiyaç vardır. Bu ürünler

insanın yaşadığı doğal çevreyle yani toprak koşulları, iklim şartları ve beşerî faktörler yani atalardan kalma geleneksel bilgi ve beceri ile süreç içerisinde ustalıkla birleşen faktörlerden meydana gelir. Bu ürünlerin işlevlerinin belirlenmesi konusunda maddi kültür ürünlerinin bir bireyden yola çıkarak anlaşılacağı iş birliğinin önemli olduğu hatta iş birliği olmayan yerlerde bile geleneğin sürdürülebildiği bir ortaklık söz konusudur. Birey, topluluk içerisinde edindiği beceri, teknik ve bilgiyle, kişisel tecrübe ve yeteneğe sahip olmalı ve maddi donanım mirasına sahip çıkmalıdır. Burada maddi donanım mirasıyla kastedilen geleneksel bilgi ve becerilerle üretilen kültürden beslenerek meydana gelen kültürel miras ürünleridir (Malinowski, 2016, 142). Bu ürünlerin işlevleri geleneği, kültürü bir sonraki nesile aktarmaktır. Konuyu daha anlaşılır kılmak adına Anadolu’da farklı malzemelerle hazırlanmış birçok türü bulunan ve Cİ tescilli almış “helva” örnek olarak verilebilir. Türk mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan helva, etrafında birtakım ritüelleri barındıran ve bu yönüyle birçok işleve sahip bir besindir.

Helva, Türk kültüründe genellikle geçiş ritüellerinde sunulan çoğunlukla undan ve irmikten yapılan bir çeşit tatlıdır (Çobanoğlu, 2021: 5). İnsan hayatının önemli geçiş dönemlerinden biri olan “ölüm”, insanın yaşadığı dünyadan tamamen ayrılması anlamına gelmektedir. Dünyadan bedenen ayrılan insanın ruhunun da ayrılması için geride kalanların yaptığı birtakım pratikler mevcuttur. Bu pratiklerin temeli eski Türk geleneklerine kadar gitmektedir. Ölen kişinin ardından aş verme geleneği, ölen kişinin ruhunu rahatlatmak, memnun etmek, onunla vedalaşmak ve ondan gelebilecek tehlikeleri önlemek amacıyla yapılmaktadır. Bu gelenek zamanla İslamiyet’in de etkisiyle ölen kişinin ardından Kur’an okutmak, hayır yapmak, sadaka vermek, helva ya da lokum pişirip dağıtmak olarak değişikliğe uğramıştır. Bu bağlamda Anadolu’da kişinin ölümünün ardından birinci, üçüncü, yedinci, kırkıncı ve elli ikinci günlerinde helva dağıtılmaktadır. Bunun yanı sıra ölenin geride kalan yakınlarının ağızlarını tatlandırmak ve morallerini düzeltmek amacıyla helva karılıp dağıtıldığı da bilinmektedir (Aça, 2021: 9-10). Birçok ritüele eşlik eden helva, günümüzde sadece ölüm sonrası değil mutlu günlerde de yapılıp dağıtılmaktadır. Kandil günlerinde, askere gidecekler ve askerden dönenler için, düğünlerde, sünnet adetlerinde, doğum sonrası adetlerde ve bayramlarda helva yapılmaktadır. Dahası helvanın kış gecelerinde bir araya gelen insanların toplanarak “helva sohbetleri” yaptığı bilinmektedir (Kut, 2021: 22). Türk mutfak kültürünün önemli bir parçası olan helva, Türkiye’nin birçok yöresinde farklı çeşitlerde yapılmakta ve bu gelenek uzun yıllar devam etmektedir. Bu gelenek ve çeşitlilik Cİ tescilli alarak koruma altına alınmıştır. Türkiye’de farklı şehirlerden Cİ tescilli alan/ başvurusu bulunan 15 adet helva çeşidi bulunmaktadır (bk. Tablo 1).

Ürün İsmi	Cİ Türü	Şehir	Tescil/Başvuru Tarihi
Alaca Sütlü Un Helvası	Mahreç İşareti	Çorum	28.02.2023 (Başvuru)
Bilecik Pazaryeri Helvası	Mahreç İşareti	Bilecik	27.12.2017
Bursa Süt Helvası	Mahreç İşareti	Bursa	04.10.2021
Deva-i Misk Helvası	Mahreç İşareti	Edirne	06.01.2021
Kırşehir Ahi Helvası	Mahreç İşareti	Kırşehir	31.08.2022 (Başvuru)
Konya İrmik Helvası	Mahreç İşareti	Konya	13.09.2021
Konya Kara Helvası	Mahreç İşareti	Konya	20.08.2021
Konya Höşmerimi	Mahreç İşareti	Konya	25.08.2022
Konya Badem Helvası	Mahreç İşareti	Konya	25.08.2022
Kahta Bademli İrmik Helvası	Mahreç İşareti	Adıyaman	24.03.2021
Marmaris Bayır Kaşık Helvası	Mahreç İşareti	Muğla	25.08.2022 (Başvuru)
Mudurnu Basma Helva	Mahreç İşareti	Bolu	23.12.2020
Tosman Helvası	Mahreç İşareti	Bursa	28.02.2022 (Başvuru)
Yağlılar Basma Helvası	Mahreç İşareti	Balıkesir	27.02.2023
Şanlıurfa Pendirli Helvası	Mahreç İşareti	Şanlıurfa	08.09.2022

Tablo 1. Cİ Tescilli Alan ve Başvurusu Yapılan Helvalar³ (URL-2)

Malzemesi, hazırlanışı ve sunumu yöreden yöreye farklılık gösteren helvalar, yapıldığı yörenin mutfak kültürünü yansıtır. Önemli günlerde tüketilir ve birçok işlevi bünyesinde barındırır. Bu duruma örnek olarak “helva sohbetleri” verilebilir. Bu türden toplanmalar, sosyalleşmeye ve topluluk inşa etmeye yönelik kaynaştırıcı ve bütünleştirici bağlamıyla kültürün bir parçası olmuştur (Çobanoğlu, 2021: 3). Ulusal ve yerel kalkınmanın anahtarı olan Cİ sistemi, tescil edilen helvaların tanınmasını yöre dışı üne kavuşmasını sağlamaktadır. Çünkü yörenin gastronomi turizmi aracılığıyla menülerine dahil edilmekte ve kültür turizmi için gelen yerli ve yabancı birçok turist tarafından tüketilmektedir. Böylece Cİ sistemi sayesinde helvaya olan farkındalık artmakta dolayısıyla yöresel ekonomiye katkı sunulmakta ve gelenekte süreklilik sağlanmaktadır. Helva örneğinden hareketle yapılan bu değerlendirme, bütün yöresel mutfak kültürüne ait yiyecekler ve içecekler ile el sanatları ürünleri ve kıyafetler için geçerlidir. Örneğin, Çini alanında tescil edilen sadece ülke içinde değil dünya çapında üne sahip Kütahya ve İznik Çinisi. Kültürel miras niteliğinde olan bu maddi ürünler, gelecek nesillere aktarılırken ulusal ve yerel kalkınma işlevi olan Cİ sistemi, maddi kültürün işlevsellik çerçevesinin genişletilmesine de yardımcı olur. Bir toplumun maddi ve manevi değerlerinin tümü olan kültürel miras, bu yönüyle insanlığın ortak mirasıdır. Bu miras, insanın doğayla etkileşimi sonucu binlerce yılda oluşan kültürel değerlerden oluşur. Bu değerler, sürekli dönüşen, değişen zaman ilerledikçe küçülen ve küreselleşen evrende maddi ve manevi dinamiklerin birikimiyle oluşmuştur. Kültürel değerlerin bozulmadan ve yozlaşmadan yeni nesillere taşınmalarının sağlanması (Tanrıkulu, 2018: 261) önemlidir. Bu mirası koruyan ve gelecek nesillere aktarılmasına yardım eden Cİ sistemi aynı zamanda bir koruma programıdır. Cİ tescili ile ürünlerin, malzemesi, geleneksel bilgiyle yapılan üretim yöntemi ve kalitesi koruma altına alınmaktadır. Öte yandan Cİ sisteminin açık ve gizli olmak üzere iki çeşit işlevi bulunmaktadır. Açık işlev, sosyokültürel yapı içerisinde kolay bir şekilde tanımlanabilen ve gözlenebilen işlevlerdir. Gizli işlevler ise sosyal yapı içinde kolay bir şekilde tanımlanmaz ve gözlenemezler (Nirun ve Özönder, 1988: 349). Bu bağlamda Cİ sisteminin doğru işleyişiyle büyük ölçekte ülkesine, küçük ölçekte ise yöresine gelir getiren “ekonomik kazanç” işlevi onun açık işlevini oluştururken tescil olarak koruma altına alınan ürünün geleneksel bilgi ve becerilerle üretilmesi gelecek nesillere korunarak/ öğretilerek aktarılması gizli işlevini oluşturmaktadır. Ürünlerin üretim aşamasında hem coğrafi hem de beşerî koşulların katkısı ve uzun süre yöre halkının kültürel belleğinde muhafaza edilip maddi bir ürüne dönüşmesi onları değerli kılmaktadır. Böylece kültürel miras niteliğinde olan ürünlerin yeni nesillere aktarımı gerçekleşmekte ve Cİ sisteminin kültür ve gelenek aktarımına yardımcı olan gizli işlevi meydana gelmektedir. Cİ tescilli ürünler çoğunlukla sadece yapıldığı yörede üne sahip ürünler değil ülke içinde de büyük bir üne sahiptirler. Bu ürünlerin tanıtımı için her yıl festivaller yapılmaktadır. Bu festivallerde, yöre kültürünün hem ülke içinde hem de ülke dışında tanıtımını yapma işlevi bulunmaktadır. Yörenin kent kimliğine katkı sunan bu türden toplanmalar, uzun ve yorucu bir hasat döneminin ardından insanların eğlenip hoşça vakit geçirmesini sağlarlar. Türkiye’nin birçok bölgesinde yöresel ot ve yemeklerin yapıldığı festivaller, geleneksel mutfak kültürüne ait yemekler/ yiyecekler için düzenlenen festivaller, geleneksel el sanatları festivalleri, kayısı, elma, kiraz, üzüm ve fındık gibi tarım ürünleri için yapılan festivaller düzenlenmektedir. Coğrafi İşaret tescili alan ürünler için yapılan bu festivallere örnek olarak şunlar verilebilir: Gümüldür Mandalina Festivali, Uluborlu Kiraz Festivali, Taşköprü Kültür ve Sanat Festivali, Diyarbakır Karpuz Festivali, Türk Kahvesi Festivali, Yöresel Ürünler Festivali, Künefe Festivali, İzmit Pişmaniye Festivali, Buldan Dokuma Kültür ve El Sanatları Festivali (URL-3). Bu festivaller sayesinde yerelin ürününü pazarladığı ortamlar meydana gelir (Özdemir, 2005: 313) ve festivaller aracılığıyla tanıtılan Cİ tescilli ürünler birden çok işleve hizmet etmiş olurlar.

Sonuç ve Değerlendirme

Coğrafi İşaret tescili; kalitesini, ününü veya diğer karakteristik özelliklerini coğrafi bir kökenden alan ürünlere verilen fikrî ve sınai mülkiyet haklarından biridir. Cİ tescili alan ürünler, yöreleriyle ünlenmiş ve kendine özgü özellikleri bulunan ürünlerdir. Bu ürünlerin karakteristik özelliklerini, ait oldukları yörenin doğal ve beşerî unsurlarının birleşimi belirler.

İnsan, her zaman içinde yaşadığı coğrafi ortamın şartlarıyla etkileşime girmek zorunda kalmıştır. Bu durum, insanın kültürel özelliklerini de etkilemiştir. Coğrafi çeşitlilik, kültürel çeşitliliğe sebep olmuştur. Doğal çevre şartları, insanların gıda tercihlerini etkilemiştir. İnsanın yeme içme faaliyetleri sonucu gelişen

mutfak kültürü bu duruma bir örnektir. Nitekim denize kıyısı olan topluluklarda ağırlıklı olarak deniz ürünleri tüketilirken, ovalık sulak alanlarda sebze ve meyve temelli ürünler, dağlık alanlarda yaşayan topluluklarda ise çeşitli hayvansal ürünler tüketilmektedir. Dolayısıyla insanların ürettikleri maddi kültür ürünleri, coğrafi şartlarla doğrudan ilişkilidir. Maddi kültür, insanın gündelik hayatı için ürettiği ve kullandığı eşyalar ya da nesnelere oluşmaktadır. Bu ürünler, geleneksel bilgi ve becerilerle üretilen zamana ve ihtiyaca göre şekil değiştirebilen, yenilenebilen ürünlerdir. Geleneksel özelliğe sahip bu ürünler; gündelik hayatta anneden- kıza, babadan- oğula, sanat alanında ise ustadan- çırağa aktarılabilirler. Dokumalar, örgüler, işlemler, yemekler, kıyafetler, süs eşyaları gibi insan eliyle gelenekten beslenerek yapılmış maddi kültür bağlamında değerlendirilen kültürel miras niteliğine sahip örneklerdir. İnsanın yaratıcılığı, yaşadığı doğal çevre, sosyoekonomik koşulları gibi daha birçok unsuru bünyesinde barındıran bu miras, gelecek nesillere aktarılmalıdır. Cİ sisteminin bu birikimlerin korunması ve aktarılması bağlamında önemli bir konumda bulunduğu söylenebilir. Bu yönüyle çalışma, folklor disiplininin çatısı altına giren kültürel miras niteliğindeki maddi kültür ürünlerinin Cİ tescili alması sonucunda kültürü aktarması ve geleneği sürdürmesi işlevlerine yaptığı katkıya odaklanmıştır.

Sonnotlar

1. Fikrî Mülkiyet Nedir? (Intellectual Property); “Bir eser üzerinde sahip olunabilecek maddi ve manevi hakların tamamını ve komşu haklarını ifade eder. Fikrî mülkiyet, bir kişiye veya kuruluşa ait olan fikir ürünüdür; söz konusu kişi ya da kuruluş, sonradan, bunu serbestçe paylaşmayı veya kullanımını belirli biçimlerde kontrol etmeyi tercih edebilir” (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021).
2. Sınai Mülkiyet Nedir? (Industrial Property); “Sanayide ve tarımdaki buluşların, yeniliklerin, yeni tasarımların ve özgün çalışmaların ilk uygulayıcıları adına; ticaret alanında üretilen ve satılan malların üzerlerindeki üretici veya satıcısının ayırt edilmesini sağlayacak işaretlerin sahipleri adına tescil edilmesini ve böylece ilk uygulayıcıların ürünü üretme ve satma hakkına belirli bir süre sahip olmalarını sağlayan gayri maddi bir hak” (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021).
3. Tablo oluşturulurken un ve irmiğin kavrulmasıyla elde edilen ve önemli günlerde dağıtılan helva çeşidi temel alınmıştır.

Kaynaklar

- AÇA, M. (2021). “Türklerde Ölü Aşı Verme Geleneğinin Bir Parçası Olarak Helva Dağıtma”, *Türk Kültüründe Helva*, (Ed.: Sebahat Deniz), İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınevi, 6- 10.
- BURKE, P. (2021). *Kültür Tarihi*. (Çev.: Mete Tunçay), İstanbul: İslık Yayınları.
- ÇOBANOĞLU, Ö. (2012). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihinin Giriş*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- ÇOBANOĞLU, Ö. (2021). “Türk Kültüründe Ritüelistik ve Sosyalleşme Amaçlı Helva Yapım Gelenekleri”, *Türk Kültüründe Helva*, (Ed.: Sebahat Deniz), İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınevi, 1- 5.
- DOMAÇ YAŞAR, Y. (2022). “Türkiye’de Coğrafi İşaret Sistemi: Iğdır Kayısı Örneği”, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 31, 220-242.
- DOMAÇ YAŞAR, Y. (2023). *Kültür ve Gelenek Aktarımı Bağlamında Coğrafi İşaret Sisteminin İşlevleri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- EDİSON, C.A. (2004). “Material Culture Studies”, *Folklore in Utah*, (Ed.: David Stanley), University Press of Colorado: Utah State University Press, 171- 177.
- GEERTZ, C. (2010). *Kültürlerin Yorumlanması*, (Çev.: Hakan Gür), Ankara: Dost Kitabevi.
- GÖKALP, Z. (2012). *Türkçülüğün Esasları*, (Sadeleştiren: Murat Çelik), Konya: Gençlik Kitabevi Yayınları.
- GÜVENÇ, B. (2018). *İnsan ve Kültür*, İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- KOTTAK, C.P. (2008). *Antropoloji: İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*, (Çev.: Serpil N. Altuntek vd.) Ankara: Ütopya Yayınevi.

- KUT, G. (2021). “Helva Sohbetleri ve Helva Çeşitleri”, *Türk Kültüründe Helva*, (Ed.: Sebahat Deniz), İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınevi, 22- 28.
- MALINOWSKI, B.K. (2016). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, (Çev. Deniz Uludağ), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- MONAGHAN, J. ve JUST, P. (2013). *Sosyal ve Kültürel Antropoloji*. (Çev.: Hakan Gür), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- NİRUN, N. ve ÖZÖNDER, M. C. (1988). “Türk Sosyo- Kültür Yapısı İçindeki Normlar ve Fonksiyonları”, *Erdem Dergisi*, C. 5, S. 11, 339- 354.
- ÖRNEK, S.V. (2000). *Türk Halkbilimi*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- ÖZDEMİR, N. (2005). *Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- SARITAŞ, S. (2000). “Kitap Tanıtımı, Henry Glassie (1999), Material Culture (Maddi Kültür)”, *Folklor/ Edebiyat Dergisi*, S. 26, 733- 736.
- SARITAŞ, S. (2021). “Maddi Kültürde Bağlam Konusuna Antropolojik Bir Yaklaşım”, *Materiyal Kültür ve İnsan Yeni Yaklaşımlar*, (Ed.: Adnan Baysal), Ankara: Kültür Sanat Yayınları, 197- 218.
- TANRIKULU, M. (2018). *Coğrafya ve Kültür Mekan, Kültür, Tarih, Coğrafi İşaret*, Ankara: Pegem Akademi.
- WOODWARD, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak*, (Çev.: Ferit Burak Aydar), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

İnternet Kaynakları

- URL-1: “6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu”, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf> (Erişim: 18.10.2023)
- URL-2: “Coğrafi İşaretler Portalı”, <https://ci.turkpatent.gov.tr> (Erişim: 20.10.2023)
- URL-3: “Turizm Kültür Sanat”, “Yeme İçme”, “Tarım” <https://festivall.com.tr> (Erişim: 11.12.2023)