

## GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN İNCELENMESİ: AĞRI ÖRNEĞİ

### Investigation of Geographically Indicated Products within the Scope of Gastronomy Tourism: The Case of Ağrı

Bil. Uzm. Oğuz ÇAM

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

E-Posta: oguzcam911@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-3222-3367

Dr. Öğr. Üyesi Hakkı ÇILGINOĞLU

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakùltesi

E-Posta: hcilginoglu@kastamonu.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-6787-3397

#### Öz

Sosyal bir olay olan turizm çok sayıda alt alana ayrılmakta ve bunlardan biri de gastronomi turizmi olarak gör÷lmektedir. Gastronomi turizmi, temeli yiyecek ve içeceklere dayanan turistik hareketlerin bütünüdür. Bu turizm tipi potansiyel ve önemini gün geçtikçe artırmaktadır. Bunda coğrafi işaretlerin payı vardır. Coğrafi işaretli ürün veya ürünleri bulunan kentler gastronomi turizmi açısında önemli bir avantaja sahiptir. Bu bilgiler ışığında bir çalışma gerçekleştirme girişiminde bulunulmuştur. Çalışmanın kapsamına Ağrı kenti dâhil edilmiştir. Geleneksel derleme tipinde bulunan bu çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerini incelemektir. Çalışma, Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin tanınması ve gastronomi turizminde daha iyi bir konuma erişmesi yönünden önemlidir. Çalışmanın sonucunda Ağrı'nın; Ağrı geven balı, Ağrı haşıl yemeği, Ağrı yaprak döneri, Doğubayazıt abdıgör köftesi olmak üzere toplamda dört adet coğrafi işaretli ürününün olduğu gör÷lmüştür. Ağrı'nın coğrafi işaretli ürün sayısı azdır. Bu ürünlerin sayısının artırılması gastronomi turizmi açısından önem taşımaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Ağrı, Coğrafi İşaret, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Kùltür.

#### Abstract

Tourism, which is a social event, is divided into many sub-fields and one of them is gastronomy tourism. Gastronomy tourism is the whole of touristic movements based on food and beverages. This type of tourism is increasing its potential and importance day by day. Geographical indications have a share in this. Cities with geographically marked products or products have an important advantage in terms of gastronomy tourism. In the light of this information, an attempt was made to carry out a study. Ağrı city was included in the scope of the study. The aim of this study, which is in the

traditional compilation type, is to examine the geographically marked products of Ağrı within the scope of gastronomy tourism. The study is important in terms of recognising the geographically marked products of Ağrı and evaluating them in the context of gastronomy tourism. As a result of the study, it was seen that Ağrı has a total of four geographically marked products, namely Ağrı geven honey, Ağrı haşıl meal, Ağrı leaf doner, Doğubayazıt abdigör meatballs. The number of geographically marked products of Ağrı is low. Increasing the number of these products is important for gastronomy tourism.

**Key words:** Ağrı, Geographical Indication, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Culture.

## Giriş

Turizm, toplumsal ve ekonomik anlamda önem taşıyan bir alandır. Bu alan çeşitli kollara ayrılmaktadır. Bu kollardan biri de gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi, gelişim ve değişim içerisinde olan, turistik açıdan büyük potansiyeli ve önemi bulunan bir alan olarak dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Coğrafi işaretler de gastronomi turizmi kapsamında önem taşıyan bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Anlatılanların ışığında gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlerin önemini vurgulayan bir çalışma gerçekleştirmek istenmiştir.

Bu çalışmanın problemi, Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin söz konusu şehrin gastronomi turizmi konusundaki potansiyeli ve öneminin yeterince bilinmediğinin düşünülmesidir. Bu çalışmayla beraber söz konusu yeterince bilinmediği düşünülen durum bir nebze de olsa ortadan kaldırmak istenmiştir. Çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerini incelemektir.

Bu noktadan itibaren çalışmada sırasıyla gastronomi ve gastronomi turizmi, coğrafi işaretler, Ağrı, yöntem, bulgular ve analiz, tartışma, sonuç ve öneriler ile ilgili bilgiler aktarılmıştır.

## Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi sözcüğü Yunanca sözcükler olan gastri (mide), nomos'un (kurallar, kanun) bir araya gelmesinin sonucunda meydana gelmiştir (Sarışık ve Özbay, 2015; Çılgınoğlu ve Çılgınoğlu, 2022).

Gastronomi, odak noktasında belli kültürlerin yansıması olan, yemek hazırlama, pişirme, sunma, yeme ve içme tecrübesine ilişkin bir disiplin ve sanattır (Sarışık ve Özbay, 2015; Çelik, 2018).

Gastronomi, mutfak kültüründe bulunan yiyecek-içeceklerin sofrası tertiplerini, görünümünü, yapılarını, tatlarını ve bunların arasında olan ilişkiyi ele alan, lezzet taşıyan yiyecek-içecekleri tetkik eden ve bu etkinliğe katılım gösterenler tarafından sanat yönlü bir etkinlik olarak isimlendirilen bir bilim dalıdır (Şengül ve Türkay, 2016; Çelik, 2018).

Nelerin, nerede, ne zaman, ne şekilde, ne kadar ve nasıl tüketileceği ile ilgili tavsiye veya kılavuz özelliği taşıyan gastronomi, turizmin kayda değer bir elementidir ve

turizmdeki rekabetten kaynaklanan baskıda varış yerlerinin gelişiminde yöreye has oluşturduğu cazibeyle kuvvetli imaj meydana getirmektedir. Günden güne turizm faaliyetlerinin küreselleştiği görülmekle beraber bu konuda gastronomi gelişiminde başarı elde edebilmek için gastronomi piyasasının iyi bir biçimde analiz etmek gerekir. Gastronomi, post-modern topluluklarda kültürel kimlik meydana getiren kayda değer bir kaynaktır. Bundan dolayı gastronominin kültür turizminde önemli bir konumu bulunmaktadır (Santich, 2004; Güzel Şahin ve Ünver, 2015; Çılgınoğlu ve Çam, 2021).

Bir turizm türü olan ve birden fazla turizm türüne entegre edilebilen gastronomi turizmi, yeryüzünde seri biçimde artış gösteren kültür turizmi piyasasının kayda değer bir alanıdır. Hatta iktisadi kalkınmanın da en kuvvetli araçlarından biri olarak görülmektedir (Chaney ve Ryan, 2012; Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Gastronomi turizmi, turistlerin yolculuk yaptıkları vakitlerde yerel yiyecek ve içecekleri tüketmeleri, yiyecek üretme aşamalarına katılım göstermelerine yönelik motivasyon ve aktivitedir (Bezirgan ve Koç, 2014; Çam ve Çılgınoğlu, 2021).

Gastronomi turizmi, bütün gastronomik etkinlikleri keşfetmeyi, denemeyi ve keyiflerini yaşamayı temel amaç edinerek gastronominin kapsamı içerisine giren her çeşit bilgiyi öğrenmek, tecrübeyi kazanmak için belli bir varış yerine yolculuk yapmaktır (Sevimli vd., 2021).

Gastronomi turizmi, yükseliş gösteren turizm trendleri içerisinde bulunan, faaliyet kapsamı büyük ve yüksek seviyede bilinç meydana getiren etkisi ile yöresel halkın ve faaliyetin yapıldığı alanın kalkınmasına ve imajına kayda değer seviyede destek olan, ülke ve bölgelerin tanıtılmasında kayda değer rol üstlenen, stratejik yönden etkili faaliyetlerdir (Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizmi, yeni yiyecek-içecek tecrübesi elde etmek için yolculuk güdüsü oluşturan ve yolculuk davranışlarının motive edilmesine kayda değer seviyede katkı sağlayan turizm biçimi ve bir çeşit gastronomik hareketlilik (Çalışkan, 2013; Gökdeniz vd., 2015).

Gastronomi turizmi, alana has olan yemeklerin sunumunun yapılması ile o alana ait kültürel kimliği ve mirası yansıtmakta ve böylelikle yöresel varış yerleri için rekabet avantajı temin etmede etkin bir araç olarak görülmektedir (Çalışkan, 2013; Gökdeniz vd., 2015).

Gastronomi turizmi, geniş etkinlik, aktivite ve alan potansiyeli bulunan, toplumsal ve iktisadi kalkınmaya, yöresel halkın ve gastronomik faaliyetin yapıldığı alanın gelişimine ve imajına kayda değer oranda katkı yapan, ülke ve bölgelerin tanıtılmasında önemli rol üstlenen, stratejik açıdan etkili, yüksek seviyede farkındalık ortaya koyan bünyeye sahiptir (Hamlacıbaşı, 2008; Çağlı, 2012; Bucak ve Aracı, 2013; Sevimli vd., 2021).

Gastronomi turizminin etkinlik yerlerine endüstriyel açıdan bakıldığında sadece yemek rehberleri ve restoranlardan meydana gelmediği ve her çeşit mutfak deneyimini ihtiva eden birden fazla sektörden meydana geldiği görülmektedir. Söz konusu sektörler; gastronomi kitabı satışı gerçekleştiren kitapçılar, aşçılık eğitimi sunan okullar, tur operatörleri, tur rehberleri, gastronomik medya öğeleri, dergiler, televizyon programları, gastronomiye ilişkin faaliyetler, şarap üreticileri ve üzüm

bağları, bira üretim kuruluşları, damıtma kuruluşları, üreticiler ve çiftçilerden meydana gelebilmektedir (Çağlı, 2012; Bucak ve Aracı, 2013; Sevimli vd., 2021).

Ziyaretçilere yeni koku, lezzet ve kültürler sunup, öğrenme fırsatı veren gastronomi turizmi köken olarak turizm, tarım ve kültüre dayalıdır. Gastronomi turizmi, hayvancılık ve tarım gibi yöresel iktisadi sektörlerin ağırlık elde etmesi yönünden yöresel halka kayda değer kazançlar temin etmektedir. Yöresel mutfaklara ait lezzetler, orijinallik arayışında bulunan turistlerin ilgisini cezbetmekte ve bu lezzetlerin meydana getirilmesi için değerlendirilen gıda ürünlerine yönelik talebin artış göstermesine yardımcı olmaktadır. Artış gösteren bu talebin üzerine bölge üzerinde tarım ürünlerinin üretim ve satış işlemlerinin artış gösterdiği ve bunun da yöresel halkın gelir seviyesine katkılar sağladığı görülmektedir (Richards, 2002; Yüncü, 2010; Ballı, 2016; Çelik, 2018). Hatta yöresel gıda ürünlerinin üretiminin artış göstermesi, bu gıdaların alan halkı tarafından da kullanımını artırmaktadır. Gastronomi turizmi hareketleri sırasında turistlerin yöresel mutfağa olan rağbeti yöresel halkın kendi mutfak kültürüne olan rağbetini artırmakta ve bu hal de alanın yöresel mutfak kültürünün sürmesine yardımcı olmaktadır. Gastronomi turizminin enternasyonal turizmde gelişmeler elde etmiş ve elde etmeye uğraşan alanlardaki uygulamalarına bakıldığında da Çin, Tayland, İspanya, İtalya ve Fransa gibi ülkelerde bölgesel kalkınma temin etmede yöresel gastronomi kültürünün canlandırıldığı, böylelikle bölgenin gelir ve kalkınmışlık seviyesinde artışın temin edildiği görülmektedir (Ballı, 2016).

Gastronomi turizminin en kayda değer öğelerinden biri olan bölgesel ve yöresel gastronominin, turizmin gelişim göstermesi ve tatil alanının pazarlanması bakımından uzun soluklu rekabetçiliğe destek olabilme konusunda iyi bir potansiyeli bulunmaktadır. Yemek pişirmeye ilişkin mirası muhafaza ederek ve tatil alanının otantikliğine değer katıp, bölgesel ve yöresel turizm kaynaklarının temellerini genişletip ve geliştirip, tarımsal üretim işlemini teşvik edip, bölgesel ve yöresel yiyecek-içeceklerin reklamını gerçekleştirmek, turizm ve yöresel ekonomilerin tarım sektörüne destek vermesinin ve onu kuvvetlendirmesinin etkili yoludur. Gastronomi turizminin yapılması için taslak ve kılavuzun geliştirilmesi, olası ve mevcut girişimcilerin bölgesel ve yöresel yiyecek-içeceklerin turizm potansiyelini en iyi biçimde değerlendirmeleri için fırsat meydana getirmektedir (Eren, 2011; Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizminin yöre ya da bölgeye sağladığı destek, iktisadi sektörler için yeni yatırımların gerçekleştirilmesine, bu sektörlerin gelişimine, sürdürülebilir turizm anlayışının meydana gelmesine, yöresel olarak üretimi temin edilen ürün ya da besin maddelerinden oluşturulan yemeklerin muhafaza edilmesine ve envanterinin tutulmasına, böylece de yöresel değerlerin muhafaza edilmesine ve geliştirilmesine yardımcıdır (Deveci vd., 2013; Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Literatüre göz atıldığında gastronomi turizmi ile ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmalar gastronomi turizmi konusunun daha iyi anlaşılması noktasında önem teşkil etmektedir. Söz konusu çalışmalardan dört tanesine aşağıda yer verilmiştir.

Sarışık ve Özbay (2015) çalışmalarında gastronomi kavramı ile ilgili alanyazında bulunan tanım denemeleri ve tartışmalar ile gastronomi turizmi hususunda gerçekleştirilen araştırmalarla ilgili genel bir alanyazın değerlendirmesi yapmayı amaçlamışlardır. Sonuç olarak; gastronominin köklü bir disiplin olmasıyla beraber bilhassa son yıllarda turizm alanında cazibe ögesi olarak değerlendirilmeye başlanması, seyahat güdüsü olmasına ve bu alanda kayda değer potansiyel oluşturmasına zemin hazırladığına değinilmiştir. Bu gelişmenin son on sene içerisinde ilgili alanda gerçekleştirilen çalışmaların sayısına yansıdığı dile getirilmiştir. Alan araştırmacılarının bir yandan ilgili bölge veya ülkelerin gastronomi bakımından dezavantaj ve avantajlarını değerlendirirken, diğer yandan da benzer varış yerleri ile kıyaslamalar gerçekleştirerek benzerlik ve farklılıkları göz önüne sermeye yöneldikleri öne sürülmüştür. Gastronomi turizminden bahsedebilmek için de çeşitli amaç ile varış yerlerinin ziyaretleri esnasında herhangi bir işletme içerisinde yapılan yiyecek ya da içecek tüketiminin yeterli görülmediğine dikkat çekilmiştir. Turistlerin birincil veya başka seyahat amaçları içinde bu faaliyetin bulunması ve varış yerine ulaşmalarının ardından bu faaliyetin bir parçası olmaları gastronomi turizminin ön şartı olarak kabul edildiğinin altı çizilmiştir. Yiyecek-içeceklerin tarladan sofraya gelene dek geçen zamanın bir ya da birkaç kısmında yer almak ve bu alana rağbet göstermek gastronomi turizminin bir açıklaması olarak kabul edildiği ileri sürülmüştür. Gerçekleştirilen çalışmaların gastronomi turizmi bakımından geniş çaplı kitlelerin olmadığı fakat gastronomi turizminin niş pazar niteliğinde olduğu ifade edilmiştir. Son asırda araştırma imkânlarının gelişim göstermesinin ve beklentilerin değişim içerisinde olmasının, turistlerin farklılık arayışlarına yansıdığı düşünülmüştür. Sonuçta ülkelerin turizmi bakımından değerlendirilebilecek bir cazibe ögesi olan gastronominin ülkelerin mutfak kültürlerinin yaşatılmasına destek olabileceği üzerinde durulmuştur (Sarışık ve Özbay, 2015: 265, 275).

Yıldız ve Yılmaz (2019) çalışmalarında gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarını ele alarak gastronomi turizmi hususunda Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmaları değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Sonuç olarak; turizm ve gastronominin önemli bir ilişki içerisinde olduğu, turizmin gelişmesi için etkili gastronomi etkinliklerine, gastronominin gelişmesi için de etkili turizm etkinliklerine ihtiyaç duyulduğu öne sürülmüştür. Bu kapsamda yerel yönetimler ve yerel turizm işletmeleri tarafından zengin gastronomik türürlüğe sahip olan Türk yemeklerinin sahip olduğu potansiyelin farkına varılması, ilgili bölgenin pazarlama ve tanıtım etkinliklerinde yerel yemeklere de yer verilip gastronomik zenginliğin değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Yerel yemeklerin kişilerin varış yeri seçimlerinde kayda değer rol oynadığı, turistlerin iyi bir tatil tecrübesi elde etmelerinde ve varış yerini yeniden ziyaret etmelerinde etkili bir etmen olarak görülebildiği belirtilmiştir. Türk mutfak kültürüne ait yemeklerin, otantik sunum araçlarına benzer araçlarla sunulabileceği ifade edilmiştir. Türk kültüründe yaygınlıkla bulunan geleneksel tören yemekleri ve ritüellerin temalı restoran ve yaşayan mutfak uygulamaları çerçevesinde sunulup misafirlere otantik bir tecrübe yaşatılabileceğinin altı çizilmiştir (Yıldız ve Yılmaz, 2019: 52,57,58).

Özdemir ve Dülger Altıner (2019) çalışmalarında gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarını tanıtmayı ve bu kavramların Türkiye turizmindeki yerini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Sonuç olarak; gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına ilişkin çok sayıda tanım ve açıklamanın yapıldığı göz önüne serilmiştir. Genel açıdan bakıldığında ise Türkiye'nin kültürel, coğrafi ve tarihi olarak türlü zenginliklerinin bulunduğu, bu zenginliklerin de kendi mutfak kültürüne yansıdığı ve Türk yemek kültürünün yanında bölgesel olarak çeşitli yemek kültürlerinin ve tatlarının meydana geldiği görülmüştür. Lakin bunlara karşın Türkiye'nin gastronomi turizminden daha çok deniz-kum-güneş ve kış turizmi çeşitleri için tercih edildiği ileri sürülmüştür. Bu ziyaretler esnasında kültürel tatlar ön plana çıkmış olsa da gastronominin turistlerin temel seyahat amaçları arasında yer almadığı, ikincil planda kaldığına değinilmiştir. Başka bir ifadeyle turistlerin Türkiye'ye gastronomi turizmi amacıyla gelmedikleri ve tatil yapma amacıyla gelmişken gastronomik etkinliklerde buldukları üzerinde durulmuştur. Son senelerde gerçekleştirilen araştırmalarda yabancı turistlerin Türkiye'de tatil gerçekleştirme arzularının ilk sırasında Türkiye'nin kültürel ve tarihi zenginlikleri ile Türkiye'nin tarihiyle bütünleşen geleneksel mutfak kültürünün geldiği öne sürülmüştür. Ayrıca turistlerin yöresel tatlar arama merakları ve menülerde kalite ve lezzet arama gereksinimlerinin gastronomiye olan rağbeti gün geçtikçe artırdığı ifade edilmiştir (Özdemir ve Dülger Altıner, 2019: 1,2,9).

Bucak ve Aracı (2013) çalışmalarında Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme yapmayı amaçlamışlardır. Sonuç olarak; Türkiye'nin zengin bir mutfak ve yemek kültürüne sahip olduğuna, çeşitli türlerde ve fazla sayıda gastronomi etkinlik ve aktivitelere ev sahipliği ettiğine, gastronomi turizmi açısından olabildiğince önemli olarak görülen zengin değerlere sahip olduğuna vurgu yapılmıştır (Bucak ve Aracı, 2013).

## **Coğrafi İşaretler**

Kültürel mirası ve geleneksel üretimi önemli olarak gören coğrafi işaret, ayırt edici niteliğiyle ön plana çıkan ve yer aldığı bölgeyle özdeşleşmiş olan ürünlere atılan belirgin imzadır (Oraman, 2015; Alyakut, 2016; Polat Üzümcü vd., 2017; Köşker, 2020). Coğrafi işaret, fikri-sınai mülkiyet hakkıdır. Bu işaret, bütün üretici ve tüketici haklarını muhafaza eden, aynı sürede kültürel mirasın ve geleneksel üretimin devam sürdürülebilirliğini ve yeni nesillere aktarımını temin eden bir sistem olarak görülmektedir (Zografos, 2008; Bowen ve Zapata, 2009; Polat Üzümcü vd., 2017; Köşker, 2020).

Yöresel, bölgesel veya geleneksel ürünlerde coğrafi işaretleme; coğrafi yönden bir alan ya da yöreye has, kalite ve ürünlerin bu yerlerin doğal şartları veya bölgesel niteliklerinden meydana gelen bilgi, tecrübe ve adetlerini, o bölgedeki ham madde ve üretim girdilerini değerlendirerek, bu yerdeki iktisadi gelişme ile istihdamı teşvik edip, üretimi yapılan ürünleri muhafaza etmektedir (Kelemci Schneider ve Ceritoğlu, 2010; Polat Üzümcü vd., 2017).

Ayırt edici işaretler içerisinde olan coğrafi işaretlerin geçmişi çok eski zamana dayanmaktadır. Bir işaretin coğrafi işaret olabilmesi için birtakım ögelere sahip olması gerekmektedir. Bu ögeler; ürün, belli coğrafya, işaret, ürünün belli karakteristik taşıması, ürünün karakteristik niteliği ve coğrafi kökeni arasında ilişkinin bulunmasıdır. Bu ögeler; coğrafi işaretlere konu olan ürünlerin başka ürünlerden farkını ortaya koyarken, ürünün sahte işaretler ile haksız şekilde değerlendirilmesini engelleyerek tüketicilerin yanlış olarak bilgilendirilmelerinin de önüne geçmektedir (Kan ve Gülçubuk, 2008; Teuber, 2011; Polat Üzümcü vd., 2017; Suna ve Uçuk, 2018).

Coğrafi işaretlerin menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere iki ayrı sınıfa ayrıldığı görülmektedir. Menşe adı, bir ürünün coğrafi sınırları belirlenen bir yöre, ülke veya bölgeden kaynaklanması ve tümünün temel özelliklerinin bulunduğu coğrafyaya has beşerî ve doğal ögelerden kaynaklanması ve üretimi, işlenmesi ve başka işlemlerin bütünüyle bu coğrafi sınırlarda gerçekleştirilmesi halindeki ürünler için geçerlidir (Gökovalı, 2007; Suna ve Uçuk, 2018). Bir bölge, ülke ya da yöreden kaynaklanan coğrafi sınırları çizilen ürün özelliğinde olması, seçkin bir özellik ya da şöhrete sahip nitelikleri ile ürün ve bölgenin özdeşleşmesi ve ifade edilen ürüne ait üretim, işleme ve başka işlemlerden minimum birinin ifade edilen yöre ya da alanda gerçekleştirilmesi mahreç işaretinin nitelikleri arasında bulunmaktadır (Kan vd., 2012; Suna ve Uçuk, 2018).

Coğrafi işaret tescilinin en temel amaçları arasında alana has olan niteliklerin ürüne sağladığı kalite ve benzer ürünlerden ayırt edilmesini temin eden öznellik gelmektedir. Bu tescil metodu ile ilgili ürünlerin muhafaza edilmesi mümkündür (Ayber, 2005; Saygılı vd., 2020). Coğrafi işaretin ürünlerin muhafaza edilmesi, pazarlama olanaklarının artırılması, üreticinin muhafaza edilmesi ve iktisadi kazanım ile kırsal kalkınmaya destek olunması vb. gibi yönlerden faydaları vardır (Gökovalı, 2007; Saygılı vd., 2020).

Literatüre göz atıldığında coğrafi işaret ile ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmalar coğrafi işaret konusunun daha iyi anlaşılması noktasında önem teşkil etmektedir. Söz konusu çalışmalardan beş tanesine aşağıda yer verilmiştir.

Baran ve Karaca (2021) çalışmalarında sürdürülebilir gastronomi turizminde coğrafi işareti incelemeyi amaçlamışlardır. Sonuç olarak; sürdürülebilir gastronomi turizmi yönünden coğrafi işaretin etkisinin yüksek olabileceği ve turizm değeri yönünden ortaya çıkarılması gereken kayda değer bir tarafının olduğu ifade edilmiştir (Baran ve Karaca, 2021: 253).

Arslan (2023) çalışmasında Antalya İlinin coğrafi işaretli birtakım ürünlerinin gastronomi turizmi açısından bölge halkı tarafından nasıl algılandığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma çerçevesinde Antalya İline has incelenen coğrafi işaretli ürünler; Manavgat susamı, Korkuteli Karyagdı armudu, Finike portakalı, Antalya turunç kabuğu reçeli, Antalya tavşan yüreği zeytini, Antalya piyazı, Antalya bergamot kabuğu reçeli, Alanya yenidünyası ve Alanya avokadosudur. Yapılan alan araştırması sonucu itibarıyla katılımcıların araştırma kapsamı içerisine alınan Antalya İline has coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine katkısını ölçen soruları yüzdesel anlamda olumlu olarak değerlendirdiği ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında ön plana çıkan diğer ayrıntı ise, katılımcıların yarısına yakınının (%40,8) bölgedeki

gastronomi turizminin gelişmesine en çok katkı sağlayacağını düşündüğü coğrafi işaretli ürünün Finike portakalı olmasıdır (Arslan, 2023: 1,6,7).

Yıldız (2021) çalışmasında Isparta mutfağının tescil edilen ürünlerinin bölgesel halk tarafından bilinirliğini incelemeyi amaçlamıştır. Bu gerekçe gösterilerek Isparta'da yaşamını devam ettiren kişilerin demografik yapıları temel alınıp çok eski dönemlerden 20. asra kadar gelen yerel yemeklerin yöresel halk tarafından tanınma, bilgi ve kullanım seviyelerinin ne durumda olduğu araştırılmıştır. Hatta çalışmada coğrafi işarete sahip olan gıda ürünleri ile gastronomi turizminin ilişkisi ele alınmış, buna ilave olarak da Isparta mutfak kültürü detaylı olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak; yöreye has olan gastronomi ürünlerinin coğrafi işaret alması, gastronomi ürünlerinin sonraki kuşaklar tarafından tanınmasını sağlamış, şehir tanıtımı noktasında önemli bir hale gelmiş, ürünlerin bölgeye has olduğunu tanımlamış ve şehrin ekonomisini canlandırmıştır. Çalışma kapsamında sağlanan bir başka sonuç da katılımcıların çoğunluğunun coğrafi işarete sahip olan ürünleri bilmeleri ve bu ürünlere daha yüksek ücret ödeme konusunda kararsız kalmalarıdır (Yıldız, 2021: v,5).

Temiz (2019) çalışmasında yiyecek-içecek açısından Konya'da coğrafi işarete sahip olan ürün statüsünde yer alan Kadınhanı tahinli pidesi, etli ekme ve etli düğün pilavı isimli ürünlerin tanınırlığını saptamayı ve bu ürünlerin Konya'nın gastronomi turizmine etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak; coğrafi işaret ürünü olgusunun gastronomi turizmine etki etmediği fakat coğrafi işaret kavramının bilinirliğinin gastronomi turizmi üzerinde anlamlı ve pozitif bir fark oluşturduğu görülmüştür (Temiz, 2019: vi).

Coşkun ve diğerleri (2024) çalışmalarında coğrafi işareti bulunan yiyecek-içeceklerin gastronomi turizmine etkilerini saptamayı amaçlamışlardır. Sonuç olarak; coğrafi işareti bulunan yiyecek-içeceklerin varış yerlerinin tanıtılmasında kayda değer bir rol oynadığı ve gastronomi turizmini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Coğrafi işareti bulunan yiyecek-içeceklerin varış yerlerinin gastronomi turizmi bakımından başka varış yerleriyle rekabet etme gücünü artırdığı ileri sürülmüştür. Varış yerlerinin coğrafi işaretli yiyecek-içeceklerini öne çıkaracak biçimde çeşitli faaliyet ve aktiviteler organize ederek turist çekmeye çalıştığına vurgu yapılmıştır (Coşkun vd., 2024: 203).

## **Ağrı**

Ağrı, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Murat-Van kısmında bulunan bir kenttir. Kentin ilçeleri; Taşlıçay, Eleşkirt, Tutak, Patnos, Doğubayazıt, Diyadin, Hamur'dur. Kentin batısında Erzurum ve Muş, doğusunda İran, güneyinde Bitlis, Van ve İran, kuzeyinde ise Iğdır ve Kars yer almaktadır. Kentin yüzölçümü 11376 km<sup>2</sup>'dir. Kent, Türkiye topraklarının %1,4'lük bölümünü meydana getirmektedir (Yazgan ve Kadanalı, 2012; Kocaman ve Kaya, 2014; Ceylan, 2020; Ağrı Belediyesi, 2023). Kent topraklarının %7'sini yaylalar, %18'ini platolar, %29'unu ovalar ve %46'sını ise dağlar meydana getirmektedir. Kent halkının temel geçim kaynağı hayvancılık ve tarım sektörleridir (Yazgan ve Kadanalı, 2012; Ceylan, 2020; Aslan, 2023).



Çeşitli turizm aktivitelerine (dağ, yayla, doğa, kış, mağara, inanç, termal, kültür, kuş gözlemciliği vb. gibi) olanak tanıyan, kültürel, doğal, tarihi zenginlikleri bulunan ve turistlerin ilgilerini çeken Ağrı'da gezilebilecek yerler arasında; Diyadin Kaplıcaları, meteor çukuru alanı, Hz. Nuh'un gemisinin izlerinin bulunduğu alan, İshak Paşa Sarayı, Balık Gölü, Tendürek Dağı ve Ağrı Dağı gelmektedir (Yazgan ve Kadanalı, 2012; Aslan, 2023; T.C. Serhat Kalkınma Ajansı, 2023).

Sosyo-ekonomik yönden Türkiye'nin pek gelişmemiş kentlerinden biri olan Ağrı, kalkınma endekslerinde alt sıralarda bulunmaktadır. Kırsal turizm, bu kentin gelişim göstermesi ve kalkınmasında bir araç olarak görülebilmektedir. Eğitim ve sağlık hizmetlerindeki yetersizlikler kentteki göçün belli başlı nedenlerinden olarak görülüp, kırsal turizmin de yeni iş imkânları temin ederek ve bilhassa altyapı, eğitim ve sağlık hizmetlerinin gelişmesi konusunda pozitif etkiler sağlayarak kentteki göç probleminin ortadan kaldırılması veya azaltılmasında olumlu etkiler gösterebileceği düşünülmektedir (Yazgan ve Kadanalı, 2012).

Ağrı'nın zengin mutfak kültürü vardır. Kentin; abdigör köftesi, yalancı köfte, sac kavurma (selekeli), gösteberg buğulama, erişte, haşıl, hengel, kete, çiriş ketesi, kuymak, hasude, halise, pişi (bişi) erdek, bulgur pilavı, ayran aşısı, ekmeği, lalanga, murtuğa, ağzyakan ve deveci çorbası gibi yöreye has olan yemekleri bulunmaktadır (Ağrı Belediyesi, 2023).

Ağrı'nın gastronomik ürünlerinden bazıları şu şekildedir (Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023):

- **Abdigör Köftesi:** Doğubayazıt ilçesinde yaygın olan bu köfte, içli köfteye benzemektedir. Baharatlar, bir tane yumurta, sinirsiz, yağsız, kemiksiz sığır eti, çok az oranda soğandan yapılmaktadır. Taze et hamur haline gelene dek dövülmektedir. Hamur haline gelen et, su ve soğan ilave edilerek el ile çırpılmaktadır. Çırpma işleminden sonra bir saat boyunca dinlendirmeye bırakılan köfteler pilav üstüne konulup servis edilmektedir.
- **Alabalık:** Balık Göl'ü, Cuma Çayı ve derecik sularında yer alan kırmızı pullu kızıl alabalığın iyi bir tadı vardır. Bu balık çıkık, kırık gibi ortopedik tedavilerde ilaç da olarak değerlendirilebilmektedir.
- **Ayran Aşısı:** Kabuğu alınan buğdayın iyi derecede su içerisinde kaynatılıp, ayran ilave edilerek nane ve doğranan kabağın içerisinde kaynatılmasıyla yemeye hazır duruma getirilmektedir.
- **Beyaz Bal:** Farklı renk ve kokulardaki yayla çiçeğinden sağlanan beyaz renkli balın tadı güzeldir.
- **Çiriş Ketesi:** Buğday unu kullanılarak hazırlama işlemi yapılan hamur bir süre dinlendirilmektedir. Daha sonra yufka biçiminde açılmakta ve içerisine Ağrı'da yetişen çiriş adlı bir bitki konulup sacda pişirilmektedir. Biraz dinlendirildikten sonra da içerisine tereyağı dökülüp tüketilmektedir.
- **Döner:** Ağrının bu yemeği meşhurdur.
- **Erişte:** Evde kesim işlemi gerçekleştirilen erişte ve yeşil mercimek ile hazırlanmaktadır. Önceki zamanda haşlanan yeşil mercimek, erişte ile kaynatılarak süzülükten sonra yağlanan tencerenin taban kısmına patates dizilmekte, üstüne de mercimekli karışım konmaktadır. Son olarak üstüne kızdırılan yağ gezdirilmekte ve

patatesler kırmızı renge dönmeye başlayınca dek pişirilmektedir. Ters çevrilerek servis edilen bu yemek bazı zamanlarda patates yerine lavaş ekmeğiyle de yapılmaktadır.

- Gösteberg Et: Salça, soğan, tereyağı ve gösteberg otu harmanlanarak hayvan postuna doldurulmakta, nemli toprağa gömüldükten sonra üstünde ateş yakılıp pişirilmektedir. Buna buğulama adı da verilmektedir.

- Halise: Kabuğu alınan buğdayın ve tavşan etinin tandırda kiremit kaplarda saatlerce tuz ilave edilmeden kaynatılarak hazır duruma getirildikten sonra üstüne tuz ve yağ ilave etmek sureti ile yemeye hazır duruma getirilmektedir.

- Hasude: Bu ürün, tatlı bir yiyecektir. Önce şerbet yapılmaktadır. Şerbetin içerisine çok az miktarda un atılmakta ve çırpılmaktadır. Daha sonra ise tavanın içerisinde yağ ısıtılmakta ve içerisine önceden hazırlanan şerbet ile un dökülüp karıştırılmaktadır. 5-10 dakika boyunca ateşte pişirildikten sonra yemeye hazır hale gelmektedir.

- Haşıl: Haşıl yapılıp iken ince yarma önce bulamaç biçiminde pişirilmektedir. Sonra ortası havuz gibi açılmakta ve üstüne tereyağı konmaktadır. Etrafına ise sarımsaklı yoğurt gezdirilmektedir. Haşıl ortasına açılan yağ havuzu sebebiyle ayrı tabaklara bölünmemekte ve tek kaptan tüketilmektedir.

- Hengel: Buğday unu değerlendirilerek hazırlama işlemi yapılan hamur bir süre dinlendirilmekte, yufka biçiminde ince olarak açılmakta ve kareler halinde kesilmektedir. Kaynar su içerisinde haşlandıktan sonra süzülme ve bir tepsinin içerisine alınmaktadır. Üstüne sarımsaklı yoğurt ya da hengel sosu denen Ağrı'ya özgü kurut adlı bir malzeme ezilip dökülme, yine içerisinde küçük soğan parçacıkları kavruan tereyağı dökülüp servis edilmektedir. Bu ürünün bekletilmeksizin ve soğutulmaksızın tüketilmesi gerekmektedir.

- Kete: Mayalanmış hamurun yufka biçiminde açılıp direkt olarak sacın üstünde pişirilmesi. Kuru olarak ya da yağlanarak tüketilmektedir. Bu ürün lavaştan ince, yufkadan kalın olduğu için de Ağrı iline özeldir.

- Kuymak: Bir tavaya kaymak konulmakta ve ısıtılmaktadır. Daha sonra alabildiğince buğday unu ya da mısır unu konulup devamlı olarak karıştırılmaktadır. Biraz su ilave edilerek kaymağın yağı çıkıncaya kadar karıştırma işlemi sürdürülmektedir. Bu ürün kaymağın yağı çıktığı vakit tüketilmeye hazır hale gelmektedir.

- Murtuğa: Su, süt, şeker ve un karıştırılmakta, sonra yağda kızartılarak helva biçimine getirildikten sonra içerisine ceviz içi, fındık atılabilmekte ya da bu ürünler atılmayıp sade olarak da yemeye hazır hale getirilebilmektedir.

- Pişi (Bişi) Erdek: Arzuya bağlı olmak üzere süt ya da suyla mayalanıp yoğrulan hamur bir süre bekletildikten sonra el ile hafif ekmek boyutuna getirilinceye dek çevrilmekte, yuvarlak hamur kızgın yağa atılıp kızarıncaya dek pişirilmektedir.

- Selekeli (Sac Kavurma): Taze oğlak ya da kuzu eti, tereyağı ile sarımsaklı yoğurttan yapılmaktadır. Taze et doğranmakta, içerisine tereyağı da eritilen salça konmaktadır. Bu şekilde kızartılan et indirilerek biraz dinlendirilmekte, üstüne sarımsaklı yoğurt dökülüp servis edilmektedir.

- Yalancı Köfte: Bulgur, kabuğu alınan buğdayın öğütülmüşü ve un karıştırılarak misket şekline getirilen köfteler yağ, salça, su karışımında kaynatılmak sureti ile yemeye hazır duruma getirilmektedir.

Literatüre göz atıldığında Ağrı ile ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmalar Ağrı konusunun daha iyi anlaşılması noktasında önem teşkil etmektedir. Söz konusu çalışmalardan üç tanesine aşağıda yer verilmiştir.

Şeyhanlıoğlu ve Kingir (2021) çalışmalarında alternatif turizm hususunda Ağrı destinasyonunda yaşamını devam ettiren yerel paydaşların görüşlerini ve Ağrı destinasyonunun turizm potansiyelini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma, Ağrı destinasyonunu iktisat, altyapı, girişimcilik seviyesi, toplumsal yaşantı, turizm işletmeleri, yerel el sanatları, tanıtım ve pazarlama yönlerinden incelemeyi temel almıştır. Sonuç olarak; kaliteli turizm işletmelerinin, ulaşılabilirliğin, medya kullanımının, tanıtımın, imaj çalışmalarının, faaliyetlerin ve cazibelerin artırılması hususlarına önem verilmesi gerektiğinin altı çizilmiştir (Şeyhanlıoğlu ve Kingir, 2021: 619).

Şeyhanlıoğlu (2023) çalışmasında Ağrı-Merkezde yaşamını devam ettiren yerel halkın turistler ve gastronomi turizmi kapsamındaki tutumlarının ortaya çıkarılmasını amaçlamıştır. Sonuç olarak; yerel halkın tutumlarının meslek ve eğitim seviyesine göre farklılık gösterdiğine ulaşılmıştır (Şeyhanlıoğlu, 2023: 34).

Köksal ve diğerleri (2023) çalışmalarında yerel mutfağın turizme dâhil edilmesine dair Ağrı-Merkezde yaşamını devam ettiren yerel halkın yerel mutfak kültürüne yönelik algılarını demografik özelliklere göre saptamayı amaçlamışlardır. Çalışmanın sonuçları, kadınların erkeklere kıyasla sosyo-kültürel yönden yerel mutfak kültürüne daha çok önem verdiklerini göstermiştir. Yine yerel mutfağın turizme dâhil edilmesinin iktisadi açıdan Doğubayazıt İlçesine kişi başı 395 Türk lirası, Ağrı-Merkeze kişi başı 331 Türk lirası, Taşlıçay İlçesine ise kişi başı 216 Türk lirası destek olduğu görülmüştür (Köksal vd., 2023: 1456).

## Yöntem

Bu çalışmanın yöntemi, derlemedir. Çalışma kapsamında derlemenin alt kollarından biri olan geleneksel derleme yöntemine başvurulmuştur. Çalışmanın problemi, Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin söz konusu şehrin gastronomi turizmi konusundaki potansiyeli ve öneminin yeterince bilinmediğinin düşünülmesidir. Bu çalışmayla beraber söz konusu yeterince bilinmediği düşünülen durum bir nebze de olsa ortadan kaldırmak istenmiştir. Ayrıca Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin bilinmesinin, söz konusu şehrin marka ve imajının daha iyi tanınmasına, gastronomi turizmi konusunda da bir popülerlik elde etmesine yardımcı olabileceği düşünülmüştür. Çalışmanın amacı, gastronomi turizmi kapsamında Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerini incelemektir. Çalışma, Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin tanınması ve gastronomi turizminde daha iyi bir konuma erişmesi yönünden önemlidir. Ayrıca çalışma, Ağrı İli genelinde ve özelinde önem taşımaktadır. Çalışma hem gastronomi hem de turizm uygulama alanlarına fayda sağlamakta, literatürün zenginleşmesine ve gelişmesine destek olmakta, araştırmacıların yararlanabileceği bir kaynak olma görevi

üstlenmekte, coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi kapsamında önem taşıdığına işaret etmekte, konuyla ilgili mevcut ve olası merakları gidermeye yardımcı olmaktadır. Çalışmanın kapsamına Ağrı İli dâhil edilmiştir. Diğer il veya iller çalışmanın kapsamına dâhil edilmemiştir. Çalışma, konuyla ilgili verilen genel olarak teorik bilgilerle sınırlıdır.

## Bulgular ve Analiz

Öncelikle Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünleri aşağıda tablo halinde (tablo 1) verilmiştir.

Tablo 1. Ağrı'nın Coğrafi İşaretli Ürünleri

Coğrafi İşaret	Başvuru Yılı	Tescil Yılı	Tescil Numarası	Türü	Ürün Grubu
Ağrı Geven Balı	2020	2022	1050	Menşe Adı	Bal
Ağrı Haşıl Yemeği	2021	2022	1260	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
Ağrı Yaprak Döneri	2021	2022	1271	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
Doğubayazıt Abdigör Köftesi	2017	2017	310	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar

**Kaynak:** Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK], 2023a.

Tablo 1'e göre; Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin %50'si için 2021 yılında, %25'i için 2020 yılında ve %25'i için de 2017 yılında başvuru yapılmıştır. Bu ürünlerin %75'i 2022 yılında, %25'i de 2017 yılında tescil edilmiştir. Yine bu ürünlerin %75'inin türü mahreç işareti, %25'inin türü de menşe adıdır. Yine bu ürünlerin %75'i yemekler ve çorbalar isimli ürün grubunda, %25'i de bal isimli ürün grubunda yer almaktadır.

Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinden biri, Ağrı geven balıdır. Ağrı geven balının tescil işlemini yaptıran kurum Ağrı İli Arı Yetiştiricileri Birliğidir. Ağrı geven balı, coğrafi sınır içerisinde yetişen geven bitkilerinden sağlanan monofloral süzme balıdır. Rengi açık sarıdan turuncuya doğru değişmektedir. Ayrıca koyu kıvama sahiptir. Hafif rahiyalı bulunmaktadır. Lakin tüketildiği zaman boğaz içerisinde yanma hissi meydana getiren bir tadı bulunmaktadır. Ağrı geven balı Kafkas arısı (*Apis mellifera caucasia*) kolonilerince üretilmektedir. Ağrı geven balı polen profilinde üretim işleminde yörenin coğrafi niteliğine geven bitkisi gibi adaptasyon sağlamış *Apiaceae* familyasından da polen yer almaktadır. Ağrı geven balında bu bitki polen ve nektarlarının da yer alması ayırt edici bir niteliklidir. Ağrı geven balının üretimi iklim şartlarına bağlı olmak üzere nisan ayının sonunda başlayarak ağustos ayının ortalarına dek sürmektedir. Ağrı geven balı 15 Ağustos-10 Eylül arasında olmak üzere senede bir defa ve kovanın üst katından hasat edilmektedir. Kovanın alt bölümünden (kuluçkalıktan) ise hasat edilmemektedir. Ağrı İlinde arıcılık kayda değer bir geçim kaynağıdır. Bu ilde her sene hasat sonunda yapılan geleneksel bal festivalleri ve tadım

şenlikleri, yöre halkını ve arıcıları buluşturan toplumsal aktiviteler haline gelmiştir (TPMK, 2023b).

Bu bilgilerden hareket ederek Ağrı geven balının gastronomi turizmi kapsamında bir potansiyel ve önem taşıdığı düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; Denk (2023), Ağrı geven balının Ağrı mutfağında önemli bir yere sahip olduğunu, hem yöre halkı hem de konuklar tarafından sevilerek tüketildiğini düşünmektedir. Yine konuyla ilgili olarak; Akar Şahingöz ve İnci (2018) de balların hem gastronomik hem de turistik yönden önem taşıyabilen bir ürün olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca bal kullanılarak çok fazla gastronomik ürün oluşturulabileceği (Pehlivan, 2023), bunun da gastronomi turizmi ürün ve hizmet çekiciliği bağlamında kent destinasyonlarına önemli pozitif etkiler sağlayabileceği tahmin edilmektedir.

Ağrı geven balının üretim yöntemi ile ilgili şu bilgilerin maddeler halinde verilmesinin uygun olduğu ve önem taşıdığı düşünülmektedir (TPMK, 2023b):

- Hasat, Sağım ve Stoklama: Arılar polen ve nektar toplamaya başladığı zaman ballıklara, kendi üretimleri olan bal mumu çerçeveleri yerleştirilmektedir. Söz konusu çerçevelerin tümü ya da 2/3'ü sırandıktan sonra hasada alınmaktadır. Hasat vakti toplanacak bal, arı kovanın ballık bölümünden alınmaktadır. Kuluçkalık bölümünden hasat yapılmaz. Kovanlardan sağlanan ballar, arıcının işletmesinin olduğu alandaki arı kışlatma ve bal sağım odası olarak isimlendirilen alana taşınmaktadır. Loş, mevsime göre değişim göstermekle beraber iç sıcaklığı 4-20°C olan ve havalandırılmaya uygun olan bu üniteye petek ballar ısıtma gerçekleştirilmeksizin (soğuk santrifüj) santrifüj edilmektedir. Süzme işlemi gerçekleştirilen ballar işletmenin büyüklüğüne göre sağlanan 100-200 litrelik krom bal kaplarında biriktirilmektedir. Biriktirme işlemi yapılan ballar stoklama alanında üç gün kadar bekletilip, büyük partiküllerin çökmesi ve hava kabarcıklarının sönmeye sağlanıp bala homojen görüntü kazandırılmaktadır. Uygun olarak görülen ballar T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından izin verilen ve Ağrı Arı Yetiştiricileri Birliği tarafından belirlenen bal dolum kuruluşlarında ambalajlanmaktadır. Gıda ile temasa uygun olan 500 ve 1000 mililitrelik cam kavanozlarda ya da 1-2 kilogramlık laklı tenekelerde ambalajlanıp bu odalar içerisinde stoklanmaktadır. Ambalajlarda menşe adı amblemi, Ağrı geven balı ibaresi, hologramlı logosu yer almaktadır.

- Kışlatma: Arılar havanın haline göre kasım ayının ortasından aralık ayının başına doğru kışlatmaya alınmaktadır. Kapalı kışlatma gerçekleştirilmesi halinde değerlendirilecek kışlatma odalarının kerpiçten ya da ısı değişiminden etkilenmeyen, sessiz, karanlık, doğal havalandırılmalı, içinde su donmayacak ve sıcaklığı 10°C'yi geçmeyecek biçimde olması gerekmektedir. İklimle bağlı olmak üzere kışlatma odasının sıcaklığı 10°C'nin üzerine çıktığı zaman kapısı açılıp soğutulmaktadır. Kışlatma odaları içerisinde kovanlar duvara çok yaklaştırılmadan kovanın ön bölümü yere hafif eğimli olarak bırakılmaktadır. Açık alanda kışlatma gerçekleştirilmesi halinde kovanlar doğal koşullara bırakılmakta, kış süresince kar altında kalmaktadır. Bu kışlatma şeklinde uygun havalandırma, kovan üstünde sıkı bir izolasyon yapmak sureti ile gerçekleştirilmektedir. Dışarıda kışlatılan kovanlarda giriş deliğinin yaklaşık olarak yirmi beş santimetre üzerinden beş santimetre çapında bir delik açılmaktadır. Kış mevsiminde bu delik açık bırakılıp kovanlara taze hava girişi sağlanmaktadır.

Kovanlar kar ile örtüldüğü zaman ön bölümlerinin karı temizlenip kovana hava girişi temin edilmektedir. Yalnızca kışlatma işlemi hava koşullarının coğrafi sınır içerisinde uygun olmaması halinde Iğdır Ovası'nda yapılabilmektedir. Arıların kışın beslenmesi ve kışı rahat bir biçimde geçirmesi amacıyla kovanın alt bölümüne bal hasadında yeteri oranda Ağrı geven balı bırakılmaktadır. Arılar diğer bölgelerin balları ile beslenmez. Kış soğuklarının uzama göstermesi halinde kovanda yer alan bal ve polenler arılar tarafından bitirildiğinde arıcular bal şurubuyla besleme yapmaktadırlar. Şeker şurubu değerlendirilmez. Arılar havalar soğuduğu vakit kovanlardaki çatlak ve delik yerleri propolis ile kapatmakta, giriş deliğini propolis ile daraltmaktadırlar. Sonbahar mevsiminde kovan içerisinde biriken propolisler kovanın ısı stabilitesini muhafaza ettiği için temizlenmemektedir. Propolis temizliği bahar zamanında arılar doğaya çıktığı vakit gerçekleştirilmektedir.

Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinden bir diğeri, Ağrı haşıl yemeğidir. Ağrı haşıl yemeğinin tescil işlemini yaptıran kurum Ağrı İl Özel İdaresidir. Ağrı haşıl yemeği, bulgur ya da yarma, tuz, tereyağı, su ve tercihen çiriş otu (*Asphodelus aestivus* L.) değerlendirilerek hazırlanan yemektir. Çiriş otu, coğrafi sınır içerisinde gulik otu olarak da bilinmektedir. Yetiştigi nisan ve mayıs aylarında taze olarak değerlendirilirken, temizlenip sıcak su içerisinde yaklaşık olarak 10-15 dakika süresince kaynatıldıktan sonra dondurulup korunulan hali ile her devir kullanılmaktadır. Ağrı haşıl yemeğinin geçmişi eski zamanlara dayanmaktadır. Bu yemek Ağrı'nın mutfak kültüründe kayda değer konuma sahiptir. Bu nedenlerden dolayı coğrafi sınır ile ün bağı vardır. Ağrı haşıl yemeğinin üretiminde değerlendirilen tereyağı ve çiriş otu tercihen coğrafi sınır içerisinde sağlanmaktadır. Ağrı haşıl yemeğinin bileşenleri (on kişilik); 1 litre su, 30-40 gram tuz, 90-120 gram tereyağı, 800 gram bulgur ya da yarma ve (arzuya bağlı olarak) 1,25 kilogram çiriş otudur. Ağrı haşıl yemeğine arzuya bağlı olmak üzere ilave edilecek çiriş otunun; yapraklarının birleştiği dip bölümünde yer alan zar (şeffaf çanak yaprak) sıyrılmakta, dip bölümü kesilerek atılmakta, var ise sararan yaprakları ayıklanmakta ve yaprakların uç bölümünde sararan bölümler bulunmakta ise kesilerek atılmaktadır. 2-3 defa yıkanıp temizlenmekte ve 2-4 santimetre uzunlukta doğrandıktan sonra yemeğe eklenmekte veya yaklaşık olarak 10-15 dakika kaynatıldıktan sonra dondurulup korunmaktadır. Bulgur ya da yarma minimum yarım saat sıcak su içerisinde bekletilip yumuşatılmaktadır. Süzme işlemi yapıldıktan sonra sıcak suya konup yumuşayınca dek yaklaşık olarak 15 dakika boyunca gıda ile temasa uygun tahta kaşıkla karıştırılıp kaynatılmaktadır. Bu etapta arzuya bağlı olmak üzere çiriş otu eklenmekte ve 15-20 dakika pişirilmektedir. Tencere içindeki su azalma gösterdiğinde önce 60-80 gram tereyağı, sonra da bir miktar sıcak su ilave edilip 15-20 dakika karıştırılıp pişirme işlemi sürdürülmektedir. Yemek ne çok katı ne de çok sulu olmayan bir kıvam aldığında tuz ilave edilerek ocaktan alınmaktadır. Bir tavada 30-40 gram tereyağı eritilmektedir. Ağrı haşıl yemeğinin servisi, tabağa konarak üstü eritilmiş tereyağı gezdirildikten sonra gerçekleştirilmektedir (TPMK, 2023c).

Bu bilgilerden hareket ederek Ağrı haşıl yemeğinin gastronomi turizmi kapsamında bir potansiyel ve önem taşıdığı düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; Denk (2023), Ağrı haşıl yemeğinin Ağrı mutfağında önemli bir yere sahip olduğunu, hem yöre halkı

hem de konuklar tarafından sevilerek tüketildiğini düşünmektedir. Yine konuyla ilgili olarak; Ağrı haşıl yemeğinin lezzetli, yapımının kolay ve doyurucu olmasından dolayı Ağrı'da çok tercih edildiği düşünülmektedir (Turkey Outdoor, 2021).

Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinden bir diğeri, Ağrı yaprak döneridir. Ağrı yaprak dönerinin tescil işlemini yaptıran kurum Ağrı İl Özel İdaresidir. Ağrı yaprak dönerinin geçmişi eski zamana dayanmaktadır. Bu yemek Ağrı'nın ekonomisinde ve mutfak kültüründe kayda değer konuma sahiptir. Bu nedenlerden dolayı coğrafi sınır ile ün bağı vardır. Ağrı yaprak dönerinin üretim işleminde değerlendirilen etler coğrafi sınır içerisinde yetişen ve maksimum bir yaşında bulunan sığırlardan sağlanmaktadır. Coğrafi sınır içindeki hayvancılık etkinlikleri meraya dayalı olduğundan dolayı hayvanlar yazın taze otla beslenmektedir. Hayvanların kışın beslenmesi için ise saman, arpa ve fabrika yemi tercih edilmektedir ve silaj ile besleme yapılmaz. Ağrı yaprak dönerinin bileşenleri; %0,1-0,5 karabiber, 8-10 kilogram kuyruk yağı, %1-2 oranında tuz, 2-2,5 kilogram kuru soğan, 2-3 litre süt ya da 2-2,5 kilogram yoğurt, 100 kilogram but etidir (but altı, bonfile, traç, nuar ve yumurtalık bölümleri). But eti, uzun döner bıçağıyla en çok beş milimetrelik ince yaprak biçiminde kesilmektedir. Süt ya da yoğurt, ince kıyılmış (2-3 milimetre) kuru soğan, tuz ve karabiber karıştırılıp etin terbiyesi hazırlanmaktadır. Kesilen etler, terbiyeye iyi derecede bulandıktan sonra üç gün boyunca buzdolabının içerisinde marine edilmektedir. Kuyruk yağı, beş milimetre kalınlığında ve şişe dizilen etleri örtecek büyüklüğe sahip yatay biçimde dilimlenmektedir. Terbiyesi yapılan etler, 3-4 kat et ve 1 kat kuyruk yağı olacak biçimde şişe dizilip döner bloğu meydana getirilmektedir. Şişin en üst ve en alt bölümlerine kuyruk yağı geçirilmektedir. Hazırlama işlemi yapılan döner bloğu aynı gün içerisinde pişirilmektedir. Aksi halde ise -40°C'de dondurulduktan sonra -18°C'de en çok altı aya değin korunabilmektedir. Hazırlama işlemi yapılan döner bloğu döner ocağına dikey şekilde yerleştirilmekte ve kendi ekseninde döndürülüp orta ateşte pişirilmektedir. Pişirme işleminde etin kurumadan pişirilmesine ve yanmamasına dikkat edilmektedir. Pişen etlerin şerit biçiminde ve en çok 2-3 milimetre kalınlığında olacak biçimde döner bıçağıyla yukarıdan aşağıya doğru kesimi yapılmaktadır (TPMK, 2023d).

Bu bilgilerden hareket ederek Ağrı yaprak dönerinin gastronomi turizmi kapsamında bir potansiyel ve önem taşıdığı düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; Denk (2023), Ağrı yaprak dönerinin Ağrı mutfağında önemli bir yere sahip olduğunu hem yöre halkı hem de konuklar tarafından sevilerek tüketildiğini düşünmektedir. Yine konuyla ilgili olarak; Ağrı yaprak dönerinin hem kaliteli hem de lezzetli olduğuna vurgu yapılmaktadır (TRT Haber, 2022).

Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinden bir diğeri, Doğubayazıt abdigör köftesidir. Doğubayazıt abdigör köftesinin tescil işlemini yaptıran kurum Doğubayazıt Ticaret ve Sanayi Odasıdır. Ağrı'nın en kayda değer tarihi yapılarından biri olan İshak Paşa Sarayı'nın inşasında görevli olan Çolak Abdi Paşa adına yapılmış olması ile tanınmıştır. Ayrıca mideyi rahatsız etmeyen et yemeği olması ile de meşhurdur. Bu köfte, Ağrı dendiği zaman akla ilk gelen yemeklerdendir. Şifalı olduğuna inanıldığından dolayı evlerde sık sık hazırlanmaktadır. Bu köftenin yapımı zor olup, söz konusu köfte yaklaşık olarak yarım gün içerisinde hazırlanmaktadır. Bu köftenin

Türkiye’de sıklık ile yapılan başka köftelerden farkı, içeriğinde değerlendirilen sınırları alınmış etin macun halini alana kadar sal olarak isimlendirilen taş tezgâhlarda saatler boyunca dövülmesidir. Bu köftenin malzemeleri; tuz, on gram un, bir tane rendelenmiş orta boy kuru soğan (yüz gram), bir tane yumurta, kemiksiz ağırlığı bir kilogram bulunan yağsız sığır but eti ve yüz mililitre sudur. Et, sal denen taş tezgâhın üzerine yayılmakta ve bir tutam tuz atılıp ahşap tokmak ile dövülmektedir. Et dövülür iken çıkan sınırlar ayıklanmaktadır. Bir saat boyunca et dövme işlemi sürdürülmektedir. Et, macun kıvamına gelinceye dek dövülmektedir. Rendelenmiş soğan ilave edilerek, soğan ile et özdeşleşene dek dövülme işlemi sürdürülmektedir. Et on beş dakika boyunca dinlendirilmekte ve sonrasında ise bir kabın içerisine alınmaktadır. Su ve yumurta ilave edilmekte ve karıştırma işlemi gerçekleştirilmektedir. Tencerede yaklaşık olarak üç litre su kaynatılmakta ve tencereye on beş gram tuz ilave edilmektedir. Et karışımından küre şeklinde toplar meydana getirilerek bu kaynamış tuzlu suyun içerisine yavaş biçimde bırakılmaktadır. Köfteler pişene dek hafif ateşte kaynatılmaktadır. Sonrasında ise suyun içerisinden çıkarılıp sade pirinç pilavı eşliğinde sıcak olarak servis edilmektedir (TPMK, 2023e).

Bu bilgilerden hareket ederek Doğubayazıt abdigör köftesinin gastronomi turizmi kapsamında bir potansiyel ve önem taşıdığı düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak; Denk (2023), Doğubayazıt abdigör köftesinin Ağrı mutfağında önemli bir yere sahip olduğunu hem yöre halkı hem de konuklar tarafından sevilerek tüketildiğini düşünmektedir. Yine konuyla ilgili olarak; Doğubayazıt abdigör köftesinin hem lezzetli hem de meşhur olduğu öne sürülmektedir (Turkey Outdoor, 2021).

## **Tartışma, Sonuç ve Öneriler**

Son dönemlerde gastronomi ve coğrafi işaret kavramlarının yaygınlık kazanmasıyla beraber insanlar yolculuk yaptıkları bölgede o bölgenin kültürel ve tarihi değerlerinin yanında alana ait yiyecek ve içecek gibi ürünleri de merak etmeye başlamışlardır. Böylelikle hem yeni alanların keşfedilmesi gereksinimi hem de bu yeni alanlara has olan çeşitli yiyecek ve içeceklerin tecrübe edilmesi öne çıkmaya başlamıştır. Ayrıca yine böylelikle varış yerlerine ait olan ve coğrafi işaretle tescillenen ürünler varış yerlerinin tanıtımı ve imajı üzerindeki pozitif etkisini artırmıştır (Şengül ve Çilginoğlu, 2023).

Coğrafi işaretler ve gastronomi turizmi birbirinin tamamlayıcısı olarak görülmekte olup (Yenipınar vd., 2014; Akay, 2021), coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmini harekete geçirecek potansiyele sahip olduğu (Akay, 2021), gastronomi turizminde önemli motivasyon unsuru olarak görüldüğü (Durlu Özkaya vd., 2013; Yenipınar vd., 2014; Hazarhun ve Tepeci, 2018) ve gastronomi turizminin gelişimine destek olduğu (Karaca, 2016; Akay, 2021) öne sürülmektedir.

Coğrafi işaretle tescillenen gastronomik ürünler benzer nitelikte bulunan diğer ürünlerden doğallık, kalite, lezzet ve karakteristik bakımından ayrılmakta ve tüketicilere güven duygusu aşılacaktır. Bu güven hem ulusal hem de uluslararası sınırlar içerisinde meydana gelebilmektedir. Coğrafi işaretler bu durumun sonucunda ise gastronomi turizminin gelişimi konusunda ulusal ve uluslararası anlamda



ilerlemeler kaydederek ilgili bölgenin kalkınmasında kayda değer rol oynamaktadır (Akay, 2021).

Mevcut ve olası gastronomi turizmi potansiyel ve cazibesinin bulunması münasebetiyle coğrafi işareti bulunan ürünler varış yerlerine turist çekmektedir. Turistler coğrafi işareti bulunan yerel yiyecek-içecekleri tecrübe etmek amacıyla varış yerlerine yolculuk yapmaktadırlar (Hazarhun ve Tepeci, 2018). Coğrafi işaret sayesinde yerel gastronomik mirasın muhafaza edilmesi, tanıtılması, pazarlanması ve sürdürülebilmesine katkı sağlanmakta (Ören ve Şahin Ören, 2019; Akay, 2021) ve varış yerlerindeki turizm hareketliliğinin, özellikle de gastronomi turizmi hareketliliğinin artmasına destek olunmaktadır (Şengül ve Çılgınoğlu, 2023).

Bu bilgilerden hareket ederek genel olarak kentlerin hem gastronomi turizmi hem de coğrafi işaretler açısından önemli bir kaynağa ve hareketliliğe sahip olabileceği düşünülmektedir. Ağrı da bundan kendine düşen payı almaktadır. Bununla birlikte Ağrı'nın zengin mutfak kültürüne ve kendine özgü yemeklere sahip olduğu (Ağrı Belediyesi, 2023) ancak az sayıda (dört) coğrafi işaretli ürüne sahip olduğu, bu coğrafi işaretli ürünlerin de Ağrı'nın mutfak ve yemek kültürü ile gastronomisinde önemli bir yerinin bulunduğu kanısına ulaşılmıştır. Ağrı'nın; Ağrı geven balı, Ağrı haşıl yemeği, Ağrı yaprak döneri, Doğubayazıt abdigör köftesi olmak üzere toplamda dört adet coğrafi işaretli ürünü vardır. Öne sürülen bu bilgiden de anlaşılacağı üzere Ağrı'nın coğrafi işaretli ürün sayısı azdır. Bu düşünceye paralel olarak da coğrafi işarete sahip olan ürünlerin sayısının az olmasında coğrafi işaret tescilinin öneminin anlatılamamasının yanında Türkiye'de uygulaması yapılan tescil prosedürünün nispeten maliyetli ve zahmetli olmasının (Tanrıku, 2007; Çılgınoğlu ve Güner, 2021) da bir payının olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın çıkarımları, Ağrı İlinin dört adet coğrafi işaretli ürününün olduğunu, bu ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında bir potansiyel ve önem taşıdığını, yine bu ürünlerin Ağrı mutfak ve yemek kültüründe önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç itibarıyla verilen öneriler şu şekildedir:

- Ağrı'nın coğrafi işaretli ürün sayısı artırılabilir.
- Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin ulusal, bölgesel ve yöresel mutfaklardaki yeri ve önemi araştırılabilir.
- Ağrı'nın altyapı ve üstyapı yatırımlarının zenginleştirilmesi ve gastronomi alanında gerçekleştirilen teorik çalışmaların ve uygulama çalışmalarının geliştirilmesi önemli olarak görülmektedir.
- Sonraki çalışmalarda Ağrı İli ve buna komşu olan illerin coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi konusundaki avantaj ve dezavantajlarının karşılaştırmalı analizi tabii tutulması tavsiye edilmektedir. Yine sonraki çalışmalarda Ağrı İlinin coğrafi işaretli ürünlerinin ekonomik etkileri yerel halk ve turistlerin görüşlerine başvurularak çözümlenebilir.

Bu çalışmanın literatüre ve uygulamaya katkıları vardır. Söz konusu çalışma literatürün zenginleştirilmesi ve geliştirilmesi bağlamında katkılar sağlamaktadır. Ayrıca bu çalışma Ağrı İli özelinde gastronomik anlamda önemli teorik bilgilerin aktarımını sağlayarak söz konusu ilin gastronomik ve turistik yönlerden tanınmasına

yardımcıdır. Bununla birlikte gastronomi turizmi konusunda önem taşıyan ve dikkat çeken bir unsur olan coğrafi işaretlerin doğrudan veya dolaylı yoldan kent destinasyonlarında önemli bir tanıtım ve pazarlama temelli katkıları olduğunu göz önüne sermektedir. Yine söz konusu çalışma gastronomi turizmi odaklı merak ve dikkatleri üzerine çekerek uygulamanın geliştirilmesi, zenginleştirilmesi ve çeşitlendirilmesi noktasında katkılar sağlamaktadır. Ayrıca söz konusu çalışma gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlere daha fazla ağırlık verilerek uygulama etkinlik ve aktivitelerinin gerçekleştirilebileceğini düşündürmektedir. Bu durum da yerel ve ulusal mutfakların gastronomi anlamında daha fazla popülerlik elde edebileceğini akıllara getirmektedir. Yine söz konusu çalışma Ağrı'nın coğrafi işaretli ürünlerinin tanınması konusunda söz konusu ile avantaj ve olumlu etkiler sağlayabilmektedir. Bu da gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlere önem veren ve bu doğrultuda gastronomik hareketlerine yön verebilen turistler üzerinde Ağrı'ya seyahat etmeye yönlendirici bir etki oluşturulmasına ön ayak olabileceğini akıllara getirmektedir.

## Kaynakça

- Akar Şahingöz, S. ve İnci, F. (2018). Bolu İlinde Üretilen Arı Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 519-533.
- Akay, E. (2021). Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Alyakut, Ö. (2016). Kültürel Ürünlerde Coğrafi İşaretleme Konusunun Medyaya Yansıması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 675-686.
- Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 1-8. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1106011>.
- Ayber, İ. (2005). Sınai Mülkiyet Hakları ile İlgili Uluslararası Kuruluşlar (WIPO DTÖ, AB, TPE), Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 3-17.
- Baran, Z. ve Karaca, Ş. (2021). Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(2), 253-263.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 917-928.
- Bowen, S. ve Zapata, A.V. (2009). Geographical Indications, Terroir and Socio Economic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108-119.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü.E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Ceylan, N. (2020). 2019 Yılı Ağrı İli, Patnos İlçesi Yüzey Araştırması. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 360-373.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing the Evolution of Singapore’s World Gourmet Summit: an Example of Gastronomic Tourism. *International Journal of Hospitality Management*, (31), 309– 318.
- Coşkun, C., Bişiren, A. ve Gençer, K. (2024). Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-217.
- Çağlı, İ.B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, O. (2013). Gastronomic Identity in Terms of Destination Competitiveness and Travel Motivation. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39–51.
- Çam, O. ve Çilginoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Çelik, S. (2018). Şırnak İlinin Gastronomi Turizm Potansiyeli. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2), 41-51.
- Çilginoğlu, H. ve Çam, O. (2021). Gastronomi Turizmi ve Kültür İlişkisi. S. Kılıç (Ed.). *Halkbilimi Bağlamında Türkiye’de Yeme-İçme Kültürü içinde* (135-166). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çilginoğlu, H. ve Çilginoğlu, Ü. (2022). Nörogastromi ve Duyuların Lezzet Algısına Etkisinin Yarı Yapılandırılmış. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 837-855.

- Çılginoglu, H. ve Güner, D. (2021). Kastamonu Gastronomik Ürünlerinin Nuh'un Ambarı Projesi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 2874-2892.
- Denk, E. (2023, 13-15 Ekim). Kış Koridoru Gastronomi Koridoruna Dönüşebilir Mi? Bir Gastronomi Rota Denemesi. H. Hüseyinova (Ed.). *Karadeniz 14th International Conference on Social Sciences içinde* (171-184). Gürcistan-Batumi: Academy Global Conferences.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Eren, D. (2011). Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Hamlacıbaşı, F.Ü. (2008). Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada'nın Kaynakları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 371-389.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karaca, O.B. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Kelemci Schneider, G. ve Ceritoğlu, A.B. (2010). Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi - İstanbul İlinde Bir Uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 29-52.
- Kocaman, S. ve Kaya, F. (2014). Ağrı İlinin Turizm Coğrafyası. *Erzurum*.
- Köksal, Y., Şeyhanlıoğlu, H.Ö. ve Oğuz, O. (2023). Yöresel Mutfak Kültürünün Bölgesel Kalkınmadaki Rolü ve Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Ağrı Örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(3), 1456-1476.
- Köşker, H. (2020). Coğrafi İşaret Konusunda Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.

- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Ören, V.E. ve Şahin Ören, T. (2019). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sürdürülebilirlik: Ebem Köftesi Örneği. *Turkish Studies-Social Sciences*, 14(1), 151-162.
- Özdemir, G. ve Dülger Altner, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Pehlivan, T. (2023). The Importance and Antioxidant Potential of Chestnut Honey in Gastronomy. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 11(1), 88-96.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö. ve Adalet Akpulat, N. (2017). Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132-140.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption*. A.M. Hjalager ve G. Richards (Ed.). *Tourism and Gastronomy içinde* (3-20). London: Routledge.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sarışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Saygılı, D., Demirci, H. ve Samav, U. (2020). Coğrafi İşaretli Türkiye Peynirleri. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 11-21.
- Sevimli, Y., Tatlı, M. ve Kızıldemir, Ö. (2021). Göbeklitepe’nin Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118.
- Şengül, A. ve Çılğınoğlu, H. (2023). Coğrafi işaretli Yozgat Çanak Peynirinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 103-118.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (Özel Sayı 1), 86-99.
- Şeyhanlıoğlu, H.Ö. (2023). Gastronomi Turizmine Karşı Yerel Halkın Bilgi ve Tutum Düzeyinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma: Ağrı İli Örneği. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(Türk Turizminin Geçmiş ve Gelecek Yüzyılı), 34-45.
- Şeyhanlıoğlu, H.Ö. ve Kınır, S. (2021). Ağrı destinasyonunun alternatif turizm potansiyeline ilişkin yerel paydaşların bakış açısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 619-634.
- Tanrıkulu, M. (2007). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.
- Temiz, T. (2019). Konya Örneğinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Teuber, R. (2011). Consumers’ and Producers’ Expectations Towards Geographical Indications Empirical Evidence for a German Case Study. *British Food Journal*, 113(7), 900-918.
- Yazgan, Ş. ve Kadanalı, E. (2012). Ağrı İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 5-10.
- Yenipinar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.

Yıldız, M. ve Yılmaz, M. (2019). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, (4), 51-60.

Yıldız, M.H. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Bilinirliğinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Isparta Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Yüncü, H.R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayını, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-34.

Zografos, D. (2008). Geographical Indications and Socio-Economic Development. United Kingdom: Working Paper 3.

## İnternet Kaynakçası

Ağrı Belediyesi (2023). Coğrafi Konum. <https://www.agri.bel.tr/sayfa/cografik-konum/>

[Erişim Tarihi: 15.11.2023].

Ağrı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023). Ne Yenir? <https://agri.ktb.gov.tr/TR-122244/ne-yenir.html>

[Erişim Tarihi: 15.11.2023].

Aslan, Y. (2023). Ağrı İli ve Tarihi. Ağrı Basın, <https://www.agribasin.com/agri/agri-ili-ve-tarihi-h2145.html>

[Erişim Tarihi: 15.11.2023].

T.C. Serhat Kalkınma Ajansı (2023). Ağrı’da Gezilecek Yerler. <https://www.serhat.gov.tr/bolgemiz/agri/agri-da-gezilecek-yerler>

[Erişim Tarihi: 15.11.2023].

TRT Haber (2022, 26 Aralık). "Ağrı Yaprak Döneri"nin Ünü Tescille Daha Da Yayılacak. <https://www.trthaber.com/haber/guncel/agri-yaprak-donerinin-unu-tescille-daha-da-yayilacak-733454.html>

[Erişim Tarihi: 27.03.2024].

Turkey Outdoor (2021, 13 Ekim). Ağrı Yemek Rehberi. <https://turkeyoutdoor.org/2021/10/13/agri-yemek-rehberi/2/>

[Erişim Tarihi: 27.03.2024].

Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK] (2023a). Veri Tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>

[Erişim Tarihi: 15.11.2023].

Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK] (2023b). Ağrı Geven Balı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/e746df26-c097-4e02-ac4e-cb7efbc12d70.pdf>

[Erişim Tarihi: 16.11.2023].

Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK] (2023c). Ağrı Haşıl Yemeği. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/340e201f-56ca-41ce-b7fb-403f962fd0c8.pdf>

[Erişim Tarihi: 16.11.2023].

Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK] (2023d). Ağrı Yaprak Döneri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/d2c207f2-28c1-4b6c-8a23-4a2040b64230.pdf>

[Erişim Tarihi: 16.11.2023].

Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK] (2023e). Doğubayazıt Abdigör Köftesi. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/310.pdf>

[Erişim Tarihi: 16.11.2023].