

ARDAHAN VE KARS KENTLERİNİN GASTRONOMİK KİMLİĞİNİN OLUŞMASINDA BAL VE KAŞARIN KONUSU



THE POSITION OF HONEY AND KASHAR CHEESE IN THE FORMATION OF THE GASTRONOMIC IDENTITY OF ARDAHAN AND KARS CITIES

Serkan BALCI*

ÖZ: Fiziksel ve biyolojik bir ihtiyaç olan beslenme, toplumların özellikleri ve kültürel kodlarını yansıtan “gastronomi” adı verilen yeni bir bilim ve sanata dönüşmüştür. Bu dönüşüm zamanla “çevre (konum, iklim)” ve “kültür (geleneksel ekolojik bilgi)” gibi birtakım faktörler yardımıyla kentlerin “gastronomik kimlik”lerini oluşturmuştur. Ayrıca, bu faktörler kimlikleri oluşturmanın yanında kimliği oluşturan ürünlerin korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlamıştır. Konum ve iklim itibarıyla Ardahan ve Kars, büyükbaş hayvancılık ve bal üretiminde önemli bir merkez konumundadır. Bunun yanında, gelecek nesillere aktarılan uygulamalar ile kaşar ve bal bu kentler için “gastronomik kimlik” unsuru olmuştur. Bu gerçeklerden hareketle çalışmamızda ilk olarak bu oluşum sürecinin temel bileşenleri olan “çevre (konum, iklim)” ve “kültür (geleneksel ekolojik bilgi)” faktörleri ve bunlar arasındaki ilişkisi tespit edilmiştir. Ardından kaşar ve bal özelinde bu faktörlerin Kars ve Ardahan’ın gastronomik kimliğinin oluşumundaki etkisi açıklanmıştır. Son bölümde ise Ardahan ve Kars’ın gastronomik kimliğini oluşturan bal ve kaşar “kültür ekonomisi (festivaller, müzeler, coğrafi işaret tescili)” boyutuyla incelenmiştir ve şu sonuçlara ulaşılmıştır: 1. Bal ve kaşar, Kars ve Ardahan’ın gastronomik kimliğini oluşturmada başat ürünlerdir. Bu ürünlerin başat ürün olmasında “çevre (konum, iklim)” ve “kültür (geleneksel ekolojik bilgi)” birincil derecede etkili olmuştur. 2. Bu faktörler kaşar ve bal üretiminde kentlere özgün bir nitelik kazandırmıştır. Kentlerin coğrafi ve iklimsel özelliklerine uyumlu “Kafkas arı ırkı”na sahip olması kentlerde üretilen balı özgünleştiren bir diğer faktördür. 3. Düzenlenen festivaller, kurulan müzeler ve coğrafi işaret tescili; ürünlerin tanıtılmasına katkı sağlayarak turist sayısını arttırmaktadır. Ayrıca, kentlerin “imge” oluşturmaya katkıda bulunmaktadır. 4. Yapılan bu çalışmalar, ürünlerin markalaşarak ekonomik değere dönüşmesinin yanında kentlerin gastronomik kimliklerinin gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ardahan, Kars, gastronomi, gastronomik kimlik, kültür ekonomisi.

ABSTRACT: The evolution of nutrition from a basic physiological necessity to a sophisticated domain known as “gastronomy” signifies a profound intersection of science and art, encapsulating the unique attributes and cultural nuances of societies. This transition has engendered the delineation of “gastronomic identities” for various locales, shaped by multifaceted influences including environmental parameters such as geographic location and climate, as well as cultural elements encompassing traditional ecological knowledge. Beyond mere identity formation, these factors serve as instrumental agents in safeguarding and

* Dr. Öğr. Üyesi-Ardahan Üniversitesi Ardahan İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Ardahan-serkanbalci@ardahan.edu.tr (0000-0002-6765-4530)

transmitting the quintessential products underpinning such identities to successive generations, thus perpetuating culinary heritage and legacy. Given their geographical location and climatic conditions, Ardahan and Kars emerge as pivotal hubs for both livestock husbandry and apiculture, notably contributing to the production of kashar cheese and honey. These gastronomic elements have ingrained themselves as integral components of the regional "gastronomic identity," perpetuated through intergenerational transmission practices. In our research, we initially delineate the foundational components of this identity formation process, namely the environmental attributes such as geographic location and climate, alongside cultural elements encompassing traditional ecological knowledge. Subsequently, we delve into the intricate interplay between these factors and their influence on the gastronomic identity formation specific to Kars and Ardahan, particularly focusing on the emblematic products of kashar cheese and honey. In the final segment of our study, we conduct a nuanced analysis of honey and kashar cheese, elucidating their significance within the cultural economy paradigm. This analysis encompasses various dimensions such as the role of festivals, museums, and geographical indication registrations in bolstering the cultural and economic valorisation of these gastronomic products. Through this comprehensive examination, we arrive at insightful conclusions regarding the multifaceted impact of honey and kashar cheese on the gastronomic identity and socio-economic landscape of Ardahan and Kars. 1. Honey and kashar cheese play a central role in shaping the gastronomic identity of Kars and Ardahan. Factors such as the environmental conditions (location and climate) and cultural heritage (traditional ecological knowledge) have significantly contributed to the prominence of these products within the regional culinary landscape. 2. The unique characteristics of kashar cheese and honey production in these cities are attributed to several factors. One notable factor is the presence of the "Caucasian bee breed," which is well-suited to the geographical and climatic conditions of the region, thereby contributing to the distinctiveness of the honey produced. 3. The organization of festivals, the establishment of museums, and the registration of geographical indications play a significant role in promoting these products and attracting tourists. Additionally, these initiatives contribute to the development of a distinct "image" for the cities. 4. These efforts not only ensure the preservation and transmission of the cities' gastronomic heritage to future generations but also facilitate the transformation of these products into economic assets through effective branding strategies.

Keywords: Ardahan, Kars, gastronomy, gastronomic identity, cultural economy.

Giriş

İnsanoğlunun fiziksel ve biyolojik yapısı/doğası gereği hayatta kalabilmesi için beslenmeye ihtiyacı vardır. Beslenme, insanın karnını doyurup hayatta kalması için gerekli biyolojik bir ihtiyaç olmasının yanında toplumların karakteristik özelliklerini ve kültürel kodlarını yansıtan "gastronomi" adı verilen yeni bir bilim ve sanatın nüvesi hâline gelmiştir.

"Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden oluşan 'gastronomi' sözcüğü sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli yemek düzeni ve sistemi, kısaca yeme-içme ve sofraya kurma bilim ve sanatı anlamına gelmektedir" (Tez, 2021: 9). Gastronomi her ne kadar güzel ve nitelikli yemek yeme sanatı anlamında kullanılmış olsa da genel manasıyla gıdaların "ne kadar, nasıl, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi kombinasyonlarda yeneceğinin tavsiye veya rehberliğidir" (Santich, 2004: 16). Ancak, gastronomi "tek başına tüketim faaliyeti olmaktan ziyade sohbet amaçlı bir faaliyet olduğu için gastronominin sosyal ve iletişimsel" (Santich, 2004: 17) boyutu da vardır.

Toplumların “kültür yaratma eyleminin kökeninde daima psikolojik ve sosyolojik etkenler” ile birlikte “kültürel iletişim yaratma ve aktarma eylemleri büyük ölçüde söz/dil ile” (Keskin, 2019: 934) gerçekleştirilir. Gastronomi ise bu “kültürel iletişim yaratma ve eylemlerinin” bir başka boyutunu teşkil etmektedir.

Gastronominin bilim ve sanat şekline dönüşmesinde, “mutfak” kavramı da birtakım işlevler üstlenmiştir. Mutfak, “beslenme ihtiyacının giderilmesinde bir geçiş alanı olarak”, ateşin kontrol edilmesi ve ısınma ihtiyacı sağlanmasının (Nahya, 2012: 9) yanında, “beslenme kurallarının, düzeninin, yaşam biçiminin hatta sosyal ilişkileri” (Nahya, 2012: 11) düzenleyici işlevleri sayesinde sembolik anlamlar kazanmıştır.

Tarihsel süreç içerisinde beslenme ve mutfak kavramları, kazandıkları sembolik anlamlar neticesinde evrensel bir niteliğe ulaşmıştır. Ancak, “çevre (coğrafya ve iklim) ve kültür (tarih ve etnik etkiler)” gibi bölgesel farklılıklar, bölgelere has gastronomik kimliklerin oluşmasını (Harrington, 2005: 150) sağlamıştır. Ancak, “bölgelerin gastronomik kimliklerinin oluşması için, bölgenin kültürel ve çevresel değerleri ile pişirme teknikleri ve malzemeler arasında bir dengenin var olması” (Harrington, 2005: 151) gereklidir.

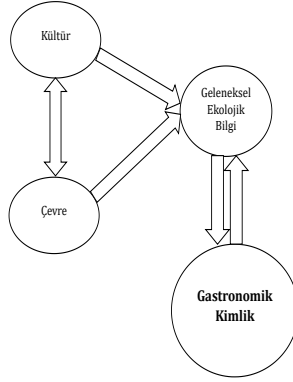
Gastronomik kimlikler, bölgelerin kendine has özelliklerinin ve farklılıklarının ne olduğunu ifade eden bir dildir (Carlos ve Ezequiel, 2022: 2). Yukarıda bahsettiğimiz üzere, gastronomik kimliğin ve gastronomik dilin oluşması ve varlığını sürdürebilmesi için iki önemli etken vardır: Kültür ve çevre. En basit tanımıyla kültür;

“İnsanların biyolojik kalıtlarının ötesindeki ihtiyaçlar, doyular ve doyumsuzlukların şekillendirdiği ve insanların öğrenme yoluyla kazandığı, edindiği, inşa ettiği maddi ve manevi birikimi, değerleri, yönelimleri, duyu ve düşünce dünyaları, sosyal davranışları, teknolojileri ve sanatlarının tamamını ifade eden ve doğaya (nature) eklenmiş yaratmalar, donatmalar bütünüdür” (Çobanoğlu, 2019: 20).

Kültür, kentlerin gastronomik kimliklerinin oluşmasında ve varlığını sürdürmesinde kritik bir öneme sahiptir. Gastronomik kimlikler dinamik ve gelişen bir şekilde, bölgelerde sürekli inşa edilir (Carlos ve Ezequiel, 2022: 2). Bu inşa sürecinin kaynağını, bölgelerin gastronomik kültürel kodları oluşturur. Bu kodların oluşumunda insanoğlunun semboller yardımıyla doğayı anlamlandırma çabası yatmaktadır. Semboller yiyeceklere birtakım anlamlar yükleyerek gastronomik kimliğin oluşum sürecini dinamikleştirmektedir.

Gastronomik kimliğin oluşum sürecinde çevre (coğrafya ve iklim) de kültür kadar önemli bir yere sahiptir. Bir bölgenin coğrafi konumu ve iklim koşulları orada yaşayan insanların beslenmesini doğrudan etkileyip şekillendirmektedir. Bununla beraber, kültürel ve çevresel faktörler yiyeceklere sembolik anlamlar yüklemenin yanında bölgelerin “geleneksel ekolojik bilgi”sini oluşturur. Mehmet Ali Yolcu ve Mehmet Aça (2019: 863), geleneksel ekolojik bilgiyi (GEB) “insanların kültür-çevre ile ilişkisiyle

bağlantılı, kuşaktan kuşağa aktarılan kümülatif bilgi, inanç ve uygulamalar olarak” tanımlamakta, ayrıca geleneksel ekolojik bilginin “gerek bölgesel düzeyde gerek ulusal düzeyde topluluk üyelerine kişisel aidiyet ve anlamlar” yüklediğini belirtmektedir. Bölgelerin “geleneksel ekolojik bilgi”leri gastronomik kimliklerin temel bileşenlerini oluşturmakta ve sürekliliğini sağlamaktadır. Aşağıdaki şekil “kültür/çevre”, “kültür, çevre/geleneksel ekolojik bilgi” ve “geleneksel ekolojik bilgi/gastronomik kimlik” arasındaki bağlantıyı göstermektedir:



Şekil 1: Gastronomik kimliğin oluşum şeması¹

Yukarıda şematize ettiğimiz bu ilişki, gastronomik kimlik bağlamında kent “imge”lerinin oluşum sürecine de doğrudan etki etmiştir. İmge, “insan zihninin tabiattan veya hayattan aldığı malzemeyle özgün bir şekilde meydana getirdiği, insanın duygularına hitap eden bir mana ve tertiptir” (Çoşkun, 2007: 342). Zihinsel bir algı olan “imge” farklı alanlarda (şiir, resim, müzik vb.) insanın duyu ve düşüncelerini somutlaştırarak dile getirmesi için bir araç olarak kullanılmaktadır. İmge ekseriyetle yazılı ve görsel sanatlar için kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmasına rağmen insan zihninin algıladığı her durum/olay/yer imgeleştirilmeye müsait bir konumdadır. İnsanların yaşadığı kentlere yüklemiş olduğu anlamlar/değerler “kent imge”lerinin oluşmasına kaynaklık etmektedir. “Doğal, tarihi ve kültürel kent belleğinden beslenilerek tasarlanan yeni somut ya da soyut yaratmalar/görüntüler” (Özdemir, 2011: 47) olarak tanımlanan “kent imge”leri, kentlere farkındalık kazandırması bakımından önemli bir işleve sahiptir.

Bu çalışmada, yukarıda bahsettiğimiz ilişkilerden hareketle ilk önce bal ve kaşarın Ardahan ve Kars kentlerinin gastronomik kimliğinin unsuru olarak şekillenmesinde “çevre” ve “kültür”ün rolü tespit edilecek; ardından bu ürünler “kültür ekonomisi”nin temel bileşenleri olan “festivaller”,

¹ Şekil, Harrington’un (2005) “Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components” adlı makalesinin 133. sayfasındaki “Gastronomic Identity Model” adlı şeklin yeniden düzenlenmesiyle oluşturulmuştur.

“müzeler” ve “coğrafi işaret tescili” boyutlarıyla incelenecektir. Çalışmada, bu iki kentin birlikte alınmasının sebeplerini şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Kars ve Ardahan’ın gastronomik kimliklerinin oluşumunda bal ve kaşar önemli bir konumdadır.
2. Her iki kent gerek çevresel (konum, iklim) gerekse kültürel (geleneksel ekolojik bilgi) faktörler bakımından benzerlik göstermektedir.
3. Bahsi geçen kentlerde, bu ürünlerin markalaşması ve ekonomik bir değere dönüşmesi ile ilgili yapılan çalışmalar (düzenlenen festivaller, coğrafi işaret tescili) paralellik göstermektedir.

Bal ve Kaşarın Gastronomik Kimlik Unsuru Olmasındaki Çevresel ve Kültürel Faktörler

Bal ve kaşarın gastronomik kimlik unsuru olma sürecinde “çevresel (konum, iklim)” ve “kültürel (geleneksel ekolojik bilgi)” faktörler ile faktörlerin birbirleriyle bütünleşmesi önemli bir yere sahiptir. Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi’nin kentlerinden olan Ardahan ve Kars coğrafi konum bakımından yüksek bir rakıma sahiptir. Bölgede, “kış ayları çok soğuk ve uzun, yaz ayları kısa, serin ve kısmen yağışlı sert karasal iklim karakteri” (Demir, 2014: 213) hâkimdir. Bu iklim karakteri, “bitkisel tarım faaliyetlerini kısıtlı” hale getirmiş “beşerî ekonomik faaliyetler mayıs ayı ile beraber yeşeren ve ağustos ayına kadar yeşil kalan Alpin çayırların varlığına bağlı olarak” (Demir, 2016: 39) gelişen hayvancılığı ön plana çıkartmıştır. Hayvancılığa dayalı bir yapının olması ekonomik, toplumsal ve sosyokültürel ilişkileri şekillendirmiş, söz konusu iki kentin kendine has imge, sembol ve kimlik yaratmasını etkilemiştir.

Konum özellikleriyle beraber bölge, “jeolojik, morfolojik ve klimatolojik farklılıklar” (Demir, 2014: 217) göstermektedir. Bu farklılıklar, “arıcılık faaliyetleri için temel kaynağı oluşturan bitki varlığı”nı (Demir, 2014: 217) doğrudan etkilemiştir. Bölgenin, “ender rastlanan çeşitli çiçek ve bitki türünü” barındırması, bölgeyi “arıcılık ve ürünlerinin üretimi için uygun” (Demir, 2014: 212) hale getirmiştir.

Yukarıda bahsedilen özelliklerin yanı sıra bölgede üretilen balın kendine özgü bir yapıda olmasını etkileyen diğer faktörlerden biri de bölgenin “Kafkas arı ırkına” sahip olmasıdır:

“Kafkas arısı ırkı en uzun dile (6,7-7,2 mm) sahip bal arısıdır. Bu özelliği ile Ardahan’ın geneline hâkim olan derin tüplü çiçeklerin nektar kaynaklarını (ağırlıklı olarak Boraginaceae ve Fabaceae familyaları) en iyi şekilde değerlendirmekte ve Ardahan’da yaygın, derin tüplü bir bitki olan üçgül çiçeğinden çok iyi yararlanmaktadır. Düşük sıcaklıkta ve elverişsiz iklim koşullarında çalışabilir. Düzensiz-köprü petek yapma eğilimi vardır. Petek gözlerini sırlarken bal ve sır arasında hava boşluğu bırakmadığı için petekli balı koyu ve nemli bir görünüme sahiptir” (URL-1).

Bölgenin coğrafi konumu ve iklimsel yapısı ile ilgili yukarıdaki ifadeler, bal ve kaşarın Ardahan ve Kars kentlerinin gastronomik kimlik

inşasında ve bu kimliklerin varlığını sürdürmesinde çevresel faktörlerin ne denli belirleyici olduğunu göstermektedir. Kimliğin inşasında çevresel faktörlerin yanında belirleyici bir başka başat unsur da Ardahan ile Kars balının ve kaşarının üretim aşamasındaki geleneksel ekolojik bilgidir.

Bal ve kaşar “bilgi ve deneyim kalıplarıyla geçmişten bugüne, ilgili kalıpların eleştirel yaratıcı yaklaşımlarla güncellenmesi ve dönüştürülmesiyle de geleceğe” (Özdemir, 2018: 8) aktarılan ürünler olarak karşımıza çıkmaktadır. “Kars kaşar peyniri Mayıs-Ağustos (mera döneminde) ayları arasında belirtilen coğrafi alanda bulunan mera bitkilerini tüketen hayvanların köy ve yaylalardan toplanan sütü ile” (URL-2) yapılmaktadır. Kaşarın mera döneminde elde edilen sütlerle yapılması hem çevresel (konum, iklim) hem de üretim aşaması (geleneksel bilgi) hakkında bilgi vermesi bakımından önem arz etmektedir.

Kaşarın üretim aşamalarından olan “sütlerin mayalanması, suyunun aktarılması, pıhtının süzülmesi ve baskıya alınması, telemenin olgunlaştırılması, kalıpların hazırlanması, telemenin haşlanması ve göbek bağlama”da geleneksel yöntemlerden sıkça yararlanıldığı görülmektedir. Sütlerin mayalanmasında “ustaların sütün mayalandığını anlamak için ‘parmak basma’sı, ‘bıçak atma’sı; ‘pıhtının kontrol edilmesi’, ‘pıhtının süzülmesi ve baskıya alınması’nda, baskı tahtasının kullanılması, baskı tahtasının üzerine de ağırlık koyarak peynirin baskıya alınması ve böylece kalan suyun tamamen çıkmasının sağlanması” (URL-2) gibi uygulamalar kaşar üretiminde geleneksel ekolojik bilginin varlığına örnektir. Bal üretiminde de geleneksel ekolojik bilgi önemli bir yere sahiptir. “Kovanda azalan balın yarattığı stresi gidermek ve ana arının yumurta atmasını teşvik amacıyla koyu şurupla azar azar besleme” yapılması ve “bu beslemeye her gün bir defa olmak üzere on beş gün boyunca devam edilmesi” (URL-1) vb. uygulamalar örnek gösterilebilir².

Gastronomik Kimlik ve Kültür Ekonomisi Boyutuyla Bal ve Kaşar

Algısal bağlamda dünya sıkışmakta, küçülmekte, ulusal olan her şey anlamını yitirmekte ve “tek bir mekân olarak” (Tutar, 2000: 17-18) algılanmaktadır; yani dünya “küresel bir köy hâline” (Robertson, 1998: 22) gelmektedir. Küreselleşme, “uzak ile yakın mekânlar arasındaki mesafe gözardı edilerek” (Kıvılcım, 2013: 219) dünya çapında “sosyal hayatın büyük bir bölümünün küresel süreçler tarafından” şekillendirilmesi yoluyla, “ulusal kimliklerin, ekonomilerin ve sınırların” yok edilerek “dünya toplumlarının birbirlerine benzemesi” (Aydemir ve Kaya, 2007: 261) şeklinde tanımlanabilir.

Küreselleşen dünya düzenine karşın, “kültür” ve “ekonomi” kavramlarıyla oluşan kültür ekonomisi, “kültürel yayılcılığın ve

² Bal ve kaşar üretim aşamalarındaki “geleneksel ekolojik bilgi” hakkında ayrıntılı bilgi için bk. (URL-1; URL-2).

tektürleştirmenin, diğer taraftan da yerelin, ulusalın, yöresel ve ulusal zenginliğin, özgünlüğün, hazinenin, belleğin küresel taşınmasını da olanaklı hâle” (Özdemir, 2009: 84) getirmektedir. Kültürel belleğin tektürleşmeden küresel düzleme taşınmasını sağlayan temel kavram; “kültürü bilim, teknoloji ve ekonomiyle bir araya getiren ‘yaratıcılık’”tan (Özdemir, 2009: 78) kaynaklanır. Yaratıcılık, gastronominin bilim ve sanat formuna dönüşmesinde birincil derecede etkilidir. Gastronomik kimliklerin inşasının arka planında bölgelerin kültürel ve çevresel yapıları kadar üretim ve sunum ile ilgili “yaratıcılık” da bir rol oynamaktadır.

Kültür ekonomisi kentlerin gastronomik kimliğinin inşasında ve korunmasında, geleneksel bilgi ile üretilen ürünlerin metalaşarak markalaşmasını sağlar. Markalaşan bu ürünler ekonomik katkı sağlamanın yanında kentlere farkındalık kazandırır ve “kent imgeleri”nin oluşmasını sağlar. “Küreselleşme ve kapitalizm karşısında gelenek kökenli kent imgeleri, kültürel direnç noktalarından birisini teşkil etmektedir” (Avcı, 2021: 272). Örneğin, Ardahan kent merkezinde bulunan ve üzeri arı figürüyle süslenmiş olan görseldeki tabela Ardahan’daki arıcılığa vurgu yapması, kentin gastronomik kimliği hakkında bilgi vermesi bakımından dikkate değer bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır:



Görsel 1: Ardahan kent merkezindeki tabela (Fotoğraf kişisel arşivimizdedir).

“Biçimsel belirginlik ve uyumluluk sayesinde güçlü bir biçimde algılanacak görünüş gereksinimini karşılayacak” (Lynch, 2022: 10) kentsel imgeler inşa etmekle ürünleri sadece metalaştırarak markalaştırmaya çalışmak eksik kalacaktır. Markayı oluşturmak, markanın tanınırlığını arttırmak ve bu yolla kentsel kalkınmayı sağlamak için kentlere gelen turist sayısını arttırmak gerekir. “Turistin tatil deneyiminde kültürel ve yerel tatları, kokuları ve dokuları tanıma ve yaşama olanağı sunarak onlara benzersiz bir yiyecek ve içecek deneyimi” (Çalışkan, 2013: 41) sağlamak, “yemeğin üretim aşamalarını görmek, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranlarını” ziyaret etmek gastronomi turizminin ana motivasyon kaynağını oluşturur (Yüncü, 2010: 29). Bunun yanında bölgeye gelen turistlerin bölgeye ilgisini arttıran başka motivasyon kaynakları da bulunmaktadır: Festivaller, müzeler, coğrafi işaretli ürünler. Bu kaynaklar yönüyle Ardahan ve Kars’taki bal ve kaşar ile ilgili düzenlenen festivaller,

kurulan müzeler ve ürünlerin coğrafi işaret ile tescil edilmiş olması Ardahan ve Kars'a gelen turist sayısına doğrudan etki etmektedir.

1. Festivaller

Latince kökenli bir kelime olan “festival”, gösteri; şenlik anlamına gelmektedir (URL-3). Dünyada ve ülkemizde kültür, müzik, spor, gastronomi vb. olmak üzere birçok temada festivaller düzenlenmektedir. Gerek dünyada gerekse ülkemizde düzenlenen festivaller içerisinde gastronomi temalı festivallerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Gastronomi festivalleri yiyeceklere anlam, önem ve değer kazandırmanın yanında insanların/toplulukların birbirleriyle sosyal bağ kurmalarını ve bölgesel ekonomiyi canlandırmalarını sağlamaktadır (Hu, 2010: 20; Chang, 2006: 1224). “Festivaller yörenin özel günlerine ya da kültürel unsurlarına odaklanılarak gerçekleştirilebildiği gibi sadece tek bir ürün” (Şengül ve Genç, 2016: 80) üzerinden de yapılabilmektedir. Bu bağlamda karşımıza çıkan ilk örnek 12-13 Ağustos 2023 tarihleri arasında Ardahan Kalesi'nde düzenlenen “20. Ardahan Ulusal Kültür ve Bal Festivali”dir. Festival, Ardahan'ın sosyokültürel unsurlarının ve balının tanıtılmasını amaçlamaktadır. Bal ve arı üretiminde (süzme bal, petek bal ve ana arı) dereceye giren üreticilere verilen ödüllerle üreticileri teşvik etmesi bakımından da kritik bir işleve sahiptir. Ayrıca, festivalin ikinci gününde “yerel sanatçılar (âşıklar) ve Türk Halk Müziği sanatçısı Musa Eroğlu”nun vermiş olduğu konserler bölgedeki köklü âşıklık geleneğini yansıtmaya ve yaşatmaya bakımından dikkate değerdir.



Görsel 2: 20. Ardahan ulusal kültür ve bal festivali davetiyesi genel ağ görüntüsü (URL-4)

Festivallerle ilgili karşımıza çıkan bir başka örnek ise 23-24 Eylül 2022 tarihleri arasında düzenlenen “Kars Peynir Festivali”dir. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kars Valiliği, Serhat Kalkınma Ajansı (SERKA) ve Ticaret ve Sanayi Odası iş birliğiyle düzenlenen festivalde medya vasıtasıyla “Kars Peynir Müzesi”nin tanıtılması amaçlanmıştır. Festivalin açılışının “Kars Peynir Müzesi”nde yapılmış olması, bu düşüncemizi destekler niteliktedir. Bu noktada altı çizilmesi gereken husus, medyanın şehirlerin gastronomik kimliklerinin oluşumunda ve tanıtımındaki katkısıdır. “Medya, kendi alanı içinde doğrudan artık değer üreten ve bunun gerçekleşmesine aracı olan

endüstriyel bir örgütlenmedir. Medyanın kapsadığı alanın genişlemesiyle de bu işlevi genel toplumsal yapı içinde gitgide daha fazla ağırlık kazanmaktadır” (Çakmur, 1998: 121). Bununla beraber, festivalin ikinci gününde peynir atölyeleri kurulmuş, çocuklar ve büyükler için birtakım etkinlikler düzenlenmiştir. Festival, Yudum konseri ile sona ermiştir. Gastronomi temalı bir festival olmasına rağmen düzenlenen etkinlikler ve konserlerle zenginleştirilmesi festivale katılanlar arasında bir bağ (iletişim) kurulmaya çalışıldığının göstergesidir. Katılımcılar hem eğlenirken hem de peynir yapım süreçlerindeki “geleneksel ekolojik bilgi” hakkında fikir edinmişlerdir. Düzenlenen “kaşar yuvarlama yarışması” (Görsel 4) katılımcılar arası kurulmaya çalışılan bağı (iletişimi) göstermesi bakımından dikkati değer bir örnektir.



Görsel 3: “Kars peynir festivali afişi” (URL-5)



Görsel 4: Kaşar yuvarlama yarışması (URL-6)

2. Müzeler

Genellikle “kentlerin özgünlük ve çekicilik kaynağı değerlerinin geliştirilerek korunduğu yaşayan kültür mekânları olarak hizmet veren” müzeler, “yerel sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayan temel kurumlardan biri olarak” (Özdemir, 2018: 17) karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda, “mutfak kültürünü tanıtmak, turizmi canlandırmak, yörenin gastronomik kimlik kazanmasını sağlamak, destinasyon pazarlamasında

yöreyi ön plana çıkartmak” (Sandıkçı vd., 2019: 1212) için kurulan gastronomi müzeleri ayrıca “ürünlerin geçmişten bugüne değişimini, yiyecek üretiminde kullanılan eski ve yeni ekipmanları, ürünlerin insanlığa etkilerini ve ürünlere dair diğer tüm özellikleri ziyaretçilerine” (Çakıcı vd., 2021: 304) aktarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, karşımıza ilk olarak Kars’ın Boğatepe köyünde 2011 yılında kurulan peynir müzesi çıkmaktadır. 2007 yılında faaliyete başlayan “Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği”³ katkılarıyla kurulan müze “ekomüze”⁴ (URL-8) hüviyetine sahiptir.



Görsel 5: Boğatepe Peynir Müzesi'nin dıştan ve içten görüntüsü (URL-8).

“Birleşmiş Milletler 100 yıl kalkınma hedefleri fonu ile mandıra binasının müzeye dönüştürülmesiyle restore edilmiştir. Üç bölüme ayrılan müzenin ilk bölümünde, Kars’ın peynir tarihini anlatan resimler ve yazılar bulunmakta ve ikinci bölüm peynirin yapılışı anlatılmaktadır. Üçüncü bölüm ise “Kadın Bakkal” ismi ile anılmakta olup, üretilen peynirlerin sunum ve tadımlarının yapıldığı, eski peynir, maya kalıpları ve tartı ağırlıklarının bulunduğu bir yer olarak tasarlanmıştır” (Mankan, 2017: 648).

Peynir ile ilgili bir başka müze ise “Kars Peynir Müzesi”dir. 2022 yılında Süvari Tabyası'nda kurulan müze, fiziksel yapı itibarıyla 1100 metrekare dolaşılabilir alana sahiptir (URL-9). Peynir üretim aşamalarını ve üretim araç-gereçlerini görseller, maketler ve bal mumu heykeller yardımıyla sergileyen müze ayrıca Kars’ın bitki örtüsü (hayvanların tükettiği endemik bitkiler ve çiçekler) ve büyükbaş hayvanları (Doğu Anadolu Kırmızısı, Zavot ve Simental) hakkında bilgi vermektedir. Hayvanların tükettiği Kars’a özgü endemik bitkiler ve çiçeklerin tanıtılması bölgenin “çevresel” (konum ve iklim) özelliklerine vurgu yapılması bakımından önemlidir. Peynir yapım süreçlerinin anlatıldığı bölüm, kentin geleneksel ekolojik bilgisi hakkında bilgi vermektedir. Bununla beraber müze, sadece kentin peynir üretim geçmişi anlatılmamaktadır. Maketleri yapılmış “Kars Garı”, “Ankara Gazi Garı” ve “Kars Evleri”nin sergilenmesi müzeye zenginlik kazandırmıştır.

³ Derneğin Kars peynirinin tanıtılması ile ilgili farklı kurumlarla birlikte yaptığı çalışmalar için bk. (URL-7).

⁴ Ekomüze hakkında bilgi için bk. (Tuna ve Erdoğan, 2013).

Geçen iki senelik süreçte 125 bin ziyaretçisiyle müze, önemli bir turistik merkez olma yolundadır (URL-9). Müze, Kars'ın peynir ile ilgili geleneksel ekolojik bilgisinin korunması ve bu bilginin gelecek kuşaklara aktarılması bakımından önemli bir işleve sahiptir. Ayrıca, Kars kaşarının markalaşıp ekonomik değere dönüşmesine katkı sağlamaktadır. Müzede ve kentin çeşitli yerlerinde bulunan kaşar satış noktaları, Kars kaşarının ekonomik değere dönüşmesine örnek olarak gösterilebilir.



Görsel 6: Kars Peynir Müzesi'nin dıştan ve içten görüntüsü (Fotoğraflar kişisel arşivimizdedir).



Görsel 7: Peynir yapım sürecini anlatan heykeller (Fotoğraflar kişisel arşivimizdedir).

3. Coğrafi İşaret

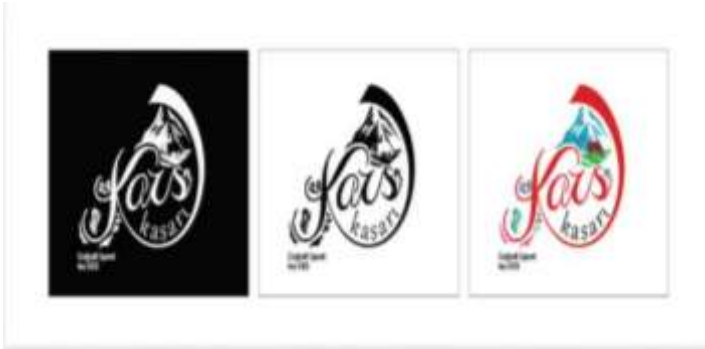
Kentlerin "kimliğinin ve markasının oluşturulması çalışmalarında gelenek kültürü, önemli bir yere sahiptir. Öncelikle geleneksel bilginin, dolayısıyla gelenek kültürünün ürünleri tescil ettirilerek kent markaları oluşturulmaya çalışılmaktadır" (Özdemir, 2018: 17). Bunun yanında, kentlerdeki coğrafi işaretlerin varlığı gastronomik kimlik ve gastronomi turizmi ile doğrudan ilişkilidir. Coğrafi işaretler, gastronomik kimlik ve

gastronomi turizmi ile desteklenirse, “tüketici ile üretici arasında bir iletişim” (Durusoy, 2017: 93) kurulur. Bu iletişim, ürünün markalaşmasını da kolaylaştırır. Ürünlerin coğrafi işaret yoluyla markalaşması, “üreticiler için ürünlerin korumasını” ve “ürünleri pazarlamada kolaylık” sağlamakta ve “sağladığı ekonomik fayda ile kırsal bölgelerde kalkınmayı” (Durusoy, 2017: 74) desteklemektedir. Bu doğrultuda, Kars Kafkas Üniversitesi'nin başvurusuyla 2015 yılında coğrafi işaretli ürün olarak tescil edilen Kars kaşarı ilk örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kars Kaşarı	
	
Coğrafi İşaret Türü	Menşei Türü
Deneyi Numarası	Coğrafi İşaret
Başvuru Tarihi	24.12.2014
Tescil Numarası	432
Tescil Tarihi	20.03.2015
Ürün Grubu	Peynirler
İ	Kars
Başvuru Yapan/Tescil Eden	Kafkas Üniversitesi Rektörlüğü
Statüsü	Tescilli
Adres	Çarşıbaşı Mah. Turan Çolak Cad. No:201 25100 Merkez/ Kars TÜRKİYE
	
	

Görsel 8: Kars kaşarı coğrafi işaret tescil belgesinin genel ağ sayfa görüntüsü (URL-10).

Kars kaşarının coğrafi işaret tescili almasıyla birlikte ürünün markalaşma süreci hızlanmıştır. Bu doğrultuda, ilk olarak Kars kaşarıyla ilgili bir logo hazırlanmıştır. Bu logo gerek ürünün markalaşma sürecini gerekse ürünler yoluyla kent imgesi yaratmada coğrafi işaretli ürünün önemini göstermesi bakımından dikkati değer bir örnektir.



Görsel 9: Kars kaşarı logosu (URL-11).

Coğrafi işaret tescili ve buna bağlı olarak hazırlanan logo, sadece kaşarın markalaşmasında ve kent imgesinin yaratılmasında bir araç olarak kullanılmamıştır. Bu durum, ürünün ekonomik bir değere dönüşmesine ve pazarlama sürecine de doğrudan etki etmesine katkı sunmuştur. Bir satış sitesinden alınan aşağıdaki görsel bu düşüncemizi destekler niteliktedir:



Görsel 10: Satış sitesindeki genel ağ sayfasının ekran görüntüsü (URL-12).

Ürünün “logo” ve “coğrafi işaretli” olduğunu gösteren ibarelerle satılması Kars kaşarının yerel sınırları aştığının bir göstergesidir. Bu yolla ürün daha çok kişiye ulaşmakta ve ürün üzerinden daha çok kazanç sağlanmaktadır. Burada altı çizilmesi gereken husus hem kaşar paketi üzerindeki logo hem de ürün açıklamasındaki “coğrafi işaret” etiketinin ürünün markalaşmasına sunduğu katkıdır. Bu vurgu, ürünü alacak olan kişilere ürünün özgünlüğü ile ilgili güven vermeyi amaçlamaktadır. Çünkü, coğrafi işaret tescili almış bir ürün “üretim, pazarlama ve satış dahil olmak üzere sürecin tüm evrelerinde denetleme komisyonunun kararıyla belli periyotlarda” (URL-2) denetlenmektedir.

Kaşarla birlikte gastronomik kimliğin markalaşması ve bu yolla ekonomik değere dönüşmesinde coğrafi işaret tescili almış diğer ürünler “Ardahan çiçek balı” ve “Kars balı”dır. Ardahan çiçek balı, 2017 yılında “Ardahan İli Arı Yetiştiricileri Birliği”, “Kars balı” ise 2018 yılında “Kars İli Arı Yetiştiricileri Birliği”nin başvurularıyla tescil edilmiştir.

Ardahan Çiçek Balı		Kars Balı	
			
Coğrafi İşaretin Adı	Mısır Arı	Coğrafi İşaretin Adı	Mısır Arı
Dosya Numarası	2012/106	Dosya Numarası	2010/112
Başvuru Tarihi	04.05.2012	Başvuru Tarihi	03.12.2010
Tescil Numarası	302	Tescil Numarası	374
Tescil Tarihi	01.08.2012	Tescil Tarihi	30.08.2010
Ürün Grubu	Bal	Ürün Grubu	Bal
İ	Ardahan	İ	Kars
Başvuru Yapan/Tescil Edilen	Ardahan İl ve İlçelerindeki Ziraat	Başvuru Yapan/Tescil Edilen	Kars İl ve İlçelerindeki Ziraat
Durum	Tescilli	Durum	Tescilli
Adres	HTTescil Çarşafı Cad. Yeşil Herkül	Adres	
	Coğrafi İşaret Sicil Belgesi		Coğrafi İşaret Sicil Belgesi

Görsel 11: Ardahan çiçek balı ve Kars balının coğrafi işaret tescil belgesinin genel ağ sayfa görüntüsü (URL-13; URL-14).

Sonuç

Beslenmenin, mutfak gibi kavramlarla bilim ve sanat formuna dönüşmesi uzun bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. Çevresel (konum, iklim) ve kültürel (geleneksel ekolojik bilgi) faktörler bu sürece doğrudan katkı sağlamış ve süreci dinamikleştirmiştir. Bir süre sonra bu unsurların katkısıyla yeme ve içmede birtakım farklılıklar meydana gelmesiyle bölgelerin/kentlerin “gastronomik kimlik”leri oluşmaktadır. Gastronomik kimlikler, çevresel ve kültürel farklılıklar üzerine temellenmektedir. Bu doğrultuda, Ardahan ve Kars kentlerinin gastronomik kimliklerinin oluşumuna bahsi geçen farklılıklar doğrudan etki etmektedir. Ardahan ve Kars’ın gastronomik kimliğinin inşasında bal ve kaşarın konumunun tespit edilmeye çalışıldığı bu makalede şu sonuçlara ulaşılmıştır:

1. Ardahan ve Kars’ın gastronomik kimliklerinin inşasında çevresel ve kültürel unsurlar birincil derecede etkili faktörlerdir. Kentler, yüksek bir rakıma sahip olmaları ve iklim özellikleri sebebiyle endemik bitki ile çiçek varlığı bakımından zengindir. Bu durum, kentleri büyükbaş hayvan üretim merkezine dönüştürmüştür. Ayrıca, bu faktörler süt ve süt ürünleri bakımından kentlere özgün bir nitelik kazandırmıştır.

2. Yukarıda bahsi geçen faktörler, süt ve süt ürünlerinde olduğu gibi kentlerdeki bal üretimine de doğrudan etki ederek üretilen bala özgünlük kazandırmıştır. Ayrıca, kentlerin “Kafkas arı ırkı” gibi “zorlu iklim koşullarına uyum sağlayan ve endemik bitki ve çiçekleri en iyi şekilde değerlendiren bir ırka sahip olması”, Ardahan ve Kars balını başka kentlerde üretilen ballardan olumlu yönde ayırmaktadır.

3. Küreselleşen dünyada yukarıda bahsi geçen faktörler ile birlikte kentlerde düzenlenen festivaller, kurulan müzeler ve coğrafi işaret tescili;

a. Bal ve kaşarın özgün bir yapı kazanmasına, ayrıca bu ürünlerin tanıtılarak yerli ve yabancı turist sayısının artmasına olumlu yönde etki etmektedir. Örneğin, “Kars Peynir Müzesi”nin açıldığı iki senelik süreçte 125 bin kişinin müzeyi ziyaret etmesi, bu olumlu yöndeki etkiyi göstermektedir.

b. Kentlerin “imge” oluşturmalarına katkıda bulunmaktadır.

c. Kentlerin gastronomik kimliğinin somutlaştırılarak tanıtılmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamaktadır.

d. Ürünlerin ekonomik değere dönüşerek markalaşmasında etkin bir rol üstlenmektedir. (URL-12)’deki görsel bu düşüncemizi destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

- Avcı, C. (2021). Kaşar: ekolojik bir kent imgesi örneği. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 9, 259-276.
- Aydemir, C.-Kaya, M. (2007). Küreselleşme kavramı ve ekonomik yönü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 260-282.
- Carlos D. P. A.-Ezequiel M. Z. (2022) How to define gastronomic identity from cultural studies: The Peruvian case. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 1-8.
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6), 1224-1234.
- Çakıcı, S.-Sırtlı, A.-Korkmaz, M. (2021). Gökçeada’ya ait gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik bir araştırma: gastronomi müzesi önerisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 5(2), 302-335.
- Çakmur, B. (1998). Kültürel üretimin ekonomi politiği: kültürün metalaşmasında genel eğilimler. *Kültür ve İletişim*, 1(2), 111-148.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çobanoğlu, Ö. (2019). *Halkbilimi kuramları ve araştırma yöntemleri tarihine giriş*. Ankara: Akçağ.
- Çoşkun, M. (2007). Sözüün büyüğü edebi sanatlar, İstanbul: Dergâh.
- Demir, M. (2014). Kars ilinin arıcılık potansiyeli ve değerlendirme durumu. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(32), 209-230.
- Demir, M. (2016). Kars ilinde büyük ve küçükbaş hayvancılık. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(35), 39-62.
- Durusoy, Y, Y. (2017). *Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars kaşarı örneği*. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: the impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4 (2-3), 129-152.

- Hu, Y. (2010). *An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors*. Canada: University of Waterloo, Recreation and Leisure Studies Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Keskin, A. (2019). Halkbilimi çalışmalarında disiplinlerarasılık: Neden, ne zaman, nerede ve nasıl? *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(28), 925-944.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme kavramı ve küreselleşme sürecinin gelişmekte olan ülke Türkiye açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 219-230.
- Lynch, K. (2022). *Kent imgesi*. (çev.: İrem Başaran), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Turkish Studies*, 12 (4), 641-654.
- Nahya, Z. N. (2012). Gaziantep'te bir kültürel mekân olarak mutfak. *Folklor/Edebiyat*, 18 (69), 9-24.
- Özdemir, N. (2009). Kültür ekonomisi ve endüstri ile kültür mirası yönetimi ilişkisi. *Milli Folklor Dergisi*, 21 (84), 73-86.
- Özdemir, N. (2011). Kentlerin gezgin imgeleri veya kent imgeleri giydirilen otobüsler. *Milli Folklor Dergisi*, 23 (89), 41-53.
- Özdemir, N. (2018). Geleneksel bilgi ve kültür ekonomisi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 18(1), 1-28.
- Robertson, R. (1998). *Küreselleşme: Toplum kuramı ve küresel kültür*. (çev.: Ümit Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Sandıkçı, M.-Mutlu, A.S.-Mutlu, H. (2019). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin turistik sunum farklılıkları açısından araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1210-1231.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Şengül, S.-Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 79-89.
- Tez, Z. (2021). *Lezzetin tarihi*. İstanbul: Hayykitap.
- Tuna, A.-Erdoğan, E. (2013). Ekolojik kültürel turizm aracı eko müzelerin kültürel peyzaj açısından irdelenmesi. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi*, 9(2), 23-37.
- Tutar, H. (2000). *Küreselleşme sürecine işletme yönetimi*. İstanbul: Hayat.
- Yolcu, M. A.-Aça, M. (2019). Geleneksel ekolojik bilgi ve folklor. *Folklor/Edebiyat*, 25(100), 861-871.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi*. (hzl.: S. Şengel), 27-34, Ankara: Detay Yayıncılık.

Elektronik Kaynaklar

- URL-1: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/502d86bf-320d-43dd-9395-608613a1bab0.pdf> (Eriřim: 27.04.2024)
- URL-2: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/190.pdf> (Eriřim: 24.04.2024)
- URL-3: "Festival". <https://sozluk.gov.tr/> (Eriřim: 03.04.2024)
- URL-4: <https://www.ardahanhaber.com.tr/baskan-demir-den-bal-festivaline-davet/23208/> (Eriřim: 03.04.2024)
- URL-5: <https://www.serka.gov.tr/haber/haberler-turkiye-nin-onlarca-peyniri-kars-peynir-festivali-nde-sergilenecek/2328> (Eriřim: 03.04.2024)
- URL-6: <https://www.dha.com.tr/foto-galeri/karsta-peynir-festivali-kasar-yuvarlarken-dustuler-yagmurda-halay-cektiler-2136145/2> (Eriřim: 03.04.2024)
- URL-7: <https://www.sivilsayfalar.org/2019/07/17/bogatepe-cevre-ve-yasam-derneği-anadolu-peynirleri-kars-bulusmasını-duzenledi/> (Eriřim: 29.04.2024)
- URL-8: <https://kars.ktb.gov.tr/TR-291137/bogatepe-koyu-peynir-muzesi.html> (Eriřim: 29.04.2024)
- URL-9: <https://www.ntv.com.tr/turkiye/turkiyenin-ilk-tematikpeynirmuzesi-iki-yilda-125-bin-ziyaretci-agirladi.tSlcTqEtKEyPsZPgPEG7fw> (Eriřim: 29.04.2024)
- URL-10: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38112> (Eriřim: 22.04.2024)
- URL-11: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/ba%C5%9Far%C4%B1-hikayeleri> (Eriřim: 22.04.2024)
- URL-12: <https://www.ciceksepeti.com/cografi-isaretli-kars-kasari-1-kg.-kcm7273290> (Eriřim: 22.04.2024)
- URL-13: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38103> (Eriřim: 22.04.2024)
- URL-14: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38240> (Eriřim: 24.04.2024)

"İyi Yayın Üzerine Kılavuzlar ve Yayın Etiği Komitesi'nin (COPE) Davranış Kuralları" çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir. / The following statements are included within the framework of "Guidelines on Good Publication and the Code of Conduct of the Publication Ethics Committee (COPE)":

Etik Kurul Belgesi/Ethics Committee Approval: Makale, Etik Kurul Belgesi gerektirmemektedir./Article does not require an Ethics Committee Approval.

Çıkar Çatışması Beyanı/Declaration of Conflicting Interests: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarların potansiyel bir çıkar çatışması yoktur. / There is no potential conflict of interest for the authors regarding the research, authorship or publication of this article.

Yazarın Notu/Author's Note: Bu çalışma "Halk Gastronomisi 21. Uluslararası Halkbilimi Sempozyumu"nda (27-29 Ekim 2022) yazarın "Ardahan ve Kars'ın Gastronomik Kimliğinin Oluşumunda Bal, Kaşar ve Kaz Etinin Konumu" başlıklı sözlü olarak sunduğu ancak tam metni yayımlanmayan bildirisinin gözden geçirilerek genişletilmesi suretiyle hazırlanmıştır./ This study was prepared by revising and expanding the oral presentation of the author titled "The Position of Honey, Kashar and Goose Meat in the Formation of the Gastronomic Identity of Ardahan and Kars" at the 'Folk Gastronomy' 21st International Folklore Symposium" (October 27-29, 2022), but the full text was not published.