Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
BAUNSOBED Haziran, 2026, Cilt:29 Sayı:55
https://dergipark.org.tr/tr/pub/baunsobed
Araştırma Makalesi / Research Article

Kimlik ve mekânsal temsil bağlamında Erzurum gastronomi kültürü (coğrafi işaretli ürünler)*

Erzurum gastronomic culture in the context of identity and spatial representation (geographical indication products)

Gönderim Tarihi / Received: 06.08.2025
Kabul Tarihi / Accepted: 05.01.2026
Doi: 10.31795/baunsobed.1759684

Şeyda DİKME[**1]
Bayram ÇETİN[2]

ÖZ: Bu çalışma, Erzurum'un gastronomi kültürünün mekân ve kimlik temsili üzerindeki rolünü coğrafi işaretli ürünler üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Kültür, bireylerin yaşadıkları çevreyle kurdukları ilişkiler doğrultusunda şekillenen dinamik bir yapı olup gastronomi bu yapının en önemli göstergelerinden biridir. Erzurum'a özgü tescilli ürünler, yalnızca yerel lezzetleri değil aynı zamanda kentin tarihsel, kültürel ve coğrafi kimliğini temsil eden semboller olarak değerlendirilmektedir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, Erzurumlu ev hanımları ve yerel işletmecilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler ve doküman analizi aracılığıyla toplanan veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin bireysel ve kolektif kimlik inşasında, mekânsal aidiyetin güçlenmesinde ve kültürel mirasın korunmasında işlevsel olduğu bulgulanmıştır. Erzurum'un özgün coğrafi yapısı ve iklim koşulları, yerel mutfağın biçimlenmesinde belirleyici rol oynamakta, bu durum yemeklerin kimliksel ve mekânsal anlamını pekiştirmektedir. Ayrıca gastronomi turizmi aracılığıyla yerel ürünlerin tanınırlığının artması, kentsel temsiliyetin kültürel ve ekonomik boyutlarını da etkilemektedir. Sonuç olarak, Erzurum mutfağı, geçmişin belleğini taşıyan, toplumsal aidiyeti pekiştiren ve mekânsal kimliği görünür kılan güçlü bir kültürel ifade biçimi olarak öne çıkmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, Erzurum, Gastronomi kültürü, Mekân-kimlik temsili

ABSTRACT: This study aims to examine the role of Erzurum's gastronomic culture in the representation of space and identity through geographically indicated products. Culture is a dynamic structure shaped by the relationships individuals establish with their environment and gastronomy is one of its most prominent indicators. The registered products unique to Erzurum are considered not only as local delicacies, but also as symbols that reflect the city's historical, cultural and geographical identity. Employing a qualitative research method, the study collected data through semi-structured interviews with Erzurum-based housewives and local business owners, as well as document analysis and analyzed the findings using content analysis. The results indicate that geographically indicated products serve a functional role in the construction of individual and collective identity, the reinforcement of spatial belonging, and the preservation of cultural heritage. Erzurum's distinctive geographical features and climatic conditions play a crucial role in shaping its local cuisine, thereby reinforcing the spatial and identity-related meanings of traditional dishes. Moreover, the growing recognition of local products through gastronomic tourism influences both the cultural and economic dimensions of urban representation. In conclusion, Erzurum's cuisine emerges as a powerful form of cultural expression that preserves the memory of the past, reinforces social belonging, and renders spatial identity more visible.
Keywords: Geographical indication, Erzurum, Gastronomic culture, Spatial-identity representation

*Bu makale, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı'nda Bayram ÇETİN danışmanlığında Şeyda DİKME tarafından hazırlanmakta olan "Toplum, Kimlik ve Mekân Bağlamında Erzurum, Bayburt ve Trabzon'da Gastronomi Kültürü" başlıklı doktora teziyle ilişkili olarak üretilmiştir.

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author
[1] Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi/Fen Edebiyat Fakültesi/ Coğrafya Bölümü/Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı, dikmeseyda@gmail.com, https://orcid.org/0000-0002-5843-1810
[2] Prof. Dr., Uludağ Üniversitesi/Fen Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü/Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı, bayramcetin@uludag.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-8237-1360

Bu makaleye atıf yapmak için / Cite this article: Dikme, Ş. & Çetin, B. (2026). Kimlik ve mekânsal temsil bağlamında Erzurum gastronomi kültürü (coğrafi işaretli ürünler). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(55), 21-44. https://doi.org/10.31795/baunsobed.1759684

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

This section examines three key conceptual areas associated with gastronomy: space, gastronomic identity, and geographical indication. The concept of space is approached not merely as a physical location but as a multilayered phenomenon shaped by individual experiences, the human body, and social relations. Space is a dynamic reality imbued with meaning, experienced by individuals, and shaped within social contexts through associations with identity, belonging, and cultural memory. Accordingly, the interaction between space, identity, and belonging is continuous; individuals perceive spaces as extensions of their social identity, and the bonds they form with places contribute to identity formation both emotionally and culturally (Relph, 1976; Grange, 1985; Bozdoğan ve Benek, 2021). Gastronomic identity, on the other hand, is a multidimensional concept that emerges from the interaction of historical, cultural, and environmental factors, encompassing the production and consumption of region-specific foods. This identity sustains social belonging and cultural continuity by including both local flavors and their modes of presentation Geographical indications contribute to both economic and cultural sustainability by preserving the quality, production methods, and regional characteristics of specific products. While ensuring the rights of local producers, these indications aim to provide consumers with authentic and reliable products (Tanrıkulu, 2014). As such, geographical indications emerge as key tools in safeguarding local gastronomic culture.

Methodology

The research employed a qualitative methodology, collecting data through semi-structured interviews and document analysis in the city center of Erzurum. Interviews were conducted with 15 housewives and 10 business owners, focusing in depth on the relationship between gastronomy, space, and identity. Housewives emphasized the cultural reflections of traditional dishes, while business owners focused on the representational power and promotion of geographically indicated products. The data were analyzed using MAXQDA 2024, and themes were categorized through content analysis. Document analysis, supported by records from the Turkish Patent and Trademark Office and academic sources, enhanced the validity and reliability of the study by contributing to data triangulation.

Findings and discussion

The findings of this study reveal that Erzurum's local gastronomy is a multidimensional structure shaped by spatial identity, cultural representation, and geographical indications. In the spatial context, Erzurum cuisine transcends mere nourishment and functions as a strong marker of identity and belonging in daily life. The statements of housewives and restaurant operators indicate that traditional dishes are shaped by geographical and cultural attributes and hold a place in spatial memory. Participants identified geographically indicated foods such as cağ kebabı, kadayıf dolması, and aşotu çorbası as tangible representations of their cultural identity. These dishes, prepared using traditional techniques and local ingredients, facilitate intergenerational transmission. This indicates that gastronomic practices carry sensory and emotional meanings beyond physical space.

Regarding gastronomic identity, the findings show that Erzurum cuisine is not only a profile of taste but also a bearer of cultural belonging, historical continuity, and collective memory. The meanings participants ascribe to dishes support the central role of gastronomy in identity formation, suggesting that food serves as a significant symbol in shaping both individual and collective identities. Additionally, the harsh continental climate and challenging geographical conditions were found to significantly influence the development of local cuisine, favoring high-calorie and durable foods as adaptations to environmental constraints. This finding confirms the reciprocal interaction between nature and culture and validates existing literature on the influence of geographic factors on gastronomy. In terms of geographical indications, Erzurum's certified products hold significant economic and cultural value. These products are embraced by the local population, carry gastronomic brand value, and contribute substantially to regional tourism. Restaurant operators emphasize authenticity and cultural representation in the presentation of traditional dishes, helping to preserve local culinary heritage and offering visitors authentic experiences. Visitors, in turn, seek to experience regional flavors through geographically indicated products, which play a key role in shaping and directing tourism preferences.

Thus, geographical indications serve not merely as economic assets but also as tools for making cultural identity and spatial belonging visible. In summary, Erzurum's gastronomy can be defined as a multilayered cultural system encompassing spatial, identity-related, and economic dimensions. This system is nourished by the interaction between traditional knowledge and environmental conditions and functions as a cultural heritage materialized through geographical indications, actively influencing both contemporary social life and tourism.

Results and recommendations

This study demonstrates that Erzurum cuisine is not merely a form of sustenance but a multilayered structure reflecting individuals' spatial belonging, cultural identity, and collective memory. The perspectives of housewives and restaurant operators reveal that traditional dishes are intergenerationally transmitted as symbols of origin, culture, and belonging. Furthermore, the region's harsh continental climate and geographical conditions were identified as decisive factors in culinary preferences, with high-calorie, meat- and dairy-based dishes adapted to such conditions. Restaurants play a critical role in preserving gastronomic identity by presenting traditional flavors with cultural authenticity, and geographically indicated products are highlighted as both economic and cultural assets. Tourists' interest in local products supports the role of gastronomy in enhancing the region's touristic appeal. The study's findings align with existing literature, emphasizing gastronomy as a vital tool in the construction of identity and belonging, and underlining the need for conscious preservation and promotional efforts to ensure its sustainability.

In this context, the recommendations include: developing systematic educational programs through collaboration between local governments, educational institutions, and vocational centers for the sustainability of gastronomic culture; accelerating geographical indication processes and increasing promotional activities on digital platforms. Strengthening the integration of tourism and gastronomy, supporting local production and raw materials, guiding younger generations toward traditional culinary culture, and reinforcing the authentic identity of gastronomic spaces are also essential. These approaches will contribute both to the preservation of cultural heritage and to economic development. Ultimately, Erzurum's gastronomy represents more than just a culinary repertoire; it is a system where individual identity, social belonging, environmental conditions, and cultural representation are deeply intertwined. As a cultural practice that preserves the past while adapting to the future, it stands out as a meaningful contribution to the literature on the relationship between culture, space, and gastronomy, and is expected to inspire future research.

Giriş

Kültür, insan topluluklarının tarihsel süreçte oluşturduğu yaşam tarzları, değer sistemleri, bilgi birikimi ile üretim-tüketim pratiklerini kapsayan dinamik bir bütündür. Maddi unsurların yanı sıra inanç, ritüel ve anlam dünyasını da içermektedir. Bu yönüyle kültür, beşeri coğrafyanın temel inceleme alanlarından birini oluşturmaktadır. Kültür coğrafyası, insanın oluşturduğu sosyal, ekonomik ve kültürel öğeleri mekânsal boyutlarıyla ele alır (Çetin ve Coşkun, 2020: 68). Coğrafya, insan-doğa etkileşimini incelerken kültür, bu etkileşimin bir yansımasıdır. Kültür, yalnızca fiziksel yerleşim değil, aynı zamanda aidiyet, kimlik ve toplumsal belleğin inşa edildiği bir mekânsal süreçtir. Mekân, kültürel üretimin gerçekleştiği, sosyal ve sembolik anlamlarla yüklü bir zemin olarak değerlendirilir (Tanrıkulu, 2014: 44). Bu noktada, kültürel yapının somut bir ifadesi olarak öne çıkan gündelik yaşam pratikleri, özellikle de beslenme alışkanlıkları, mekân ve kimlik ilişkisini görünür kılan başlıca unsurlardan biri hâline gelmektedir. Beslenme alışkanlıkları günlük pratiklerin en temel ve en belirgin olanlarındandır. İnsan var olduğundan beri yemek yemek, hayatta kalmak için temel bir ihtiyaç olmuştur (Belge, 2001: 34). Ancak yemek, yalnızca fizyolojik bir gereksinim değil; aynı zamanda kültürel, toplumsal ve simgesel bir olgudur. Bireyin neyi, ne zaman ve nasıl tüketeceği, biyolojik bir süreçten çok toplumsal normlar ve kültürel yapılarla şekillenir (Haviland vd., 2008: 71-73; Beardsworth ve Keil, 2011: 90).

Beslenme alışkanlıkları, zamanla sadece karın doyurma amacını aşarak kültürel kimliğin bir parçası hâline gelmiştir. Toplumların yemek kültürünü coğrafi koşullar, dinî inançlar, ekonomik yapı ve sosyal normlar belirler (Beşirli, 2012: 125-130). Bu bağlamda, yiyeceklerin seçimi, hazırlanışı, tüketim biçimleri ve zamanlamaları kültürel örüntülerle bütünleşir. Mutfak kültürü, yaşanılan coğrafyadaki kültürel grupların hem maddi hem manevi değerlerini yansıtarak kimlik oluşturur (Kıstak, 2013: 281). Böylece gastronomi, mekânın ve kimliğin temsili açısından güçlü bir anlatım aracı hâline gelmektedir. Bir yemek, sadece besin değil; üretildiği toprakları, orada yaşayan insanların yaşam tarzlarını, belleğini, değerlerini ve estetik anlayışını taşıyan kültürel bir metindir. Doğal çevrenin sunduğu malzeme çeşitliliğiyle, kültürün geliştirdiği pişirme yöntemleri ve sunum biçimleriyle birleştiğinde, o bölgeye özgü bir gastronomik kimlik oluşur ve bu kimlik, yerel ürünler aracılığıyla hem içeride hem de dışarıda temsil edilir. Bu çalışmanın odak noktasını Erzurum'un gastronomi kültürünün mekân ve kimlik temsili oluşturmaktadır. Erzurum'a özgü coğrafi işaretli ürünler, kentin tarihsel, kültürel ve çevresel yapısını yansıttığı gibi aynı zamanda Erzurum'un kendine özgü mutfak kimliğinin korunması, temsili ve aktarımı açısından da merkezi bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel sorunsalı, Erzurum'un gastronomi kültürünün -coğrafi işaretli ürünler üzerinden- kimlik ve mekânsal kimliği temsil yönüdür. Tescillenmiş lezzetler ekseninde Erzurum'un gastronomi kültürünün, kimlik ve mekân inşasındaki temsil durumudur. Gastronomi kültürüyle mekânın 'yer'e dönüşmesi, 'yer'lileşmesi ana sorunsalı oluşturur. Bu bağlamda araştırmanın amacı ise, tescillenmiş yerel lezzetler ekseninde Erzurum'un gastronomi kültürünün, kimlik ve mekân inşasındaki temsil gücünün belirlenmesidir. Gastronomik kimlik ile mekânsal kimliğin örtüşüp örtüşmeme sorunsalında yerel gastronomik öğelerin mekânı temsil etme biçimlerini Erzurum özelinde ortaya koymaktır. Gastronomi toplumların kültürel belleğini, toplumsal ve mekânsal aidiyetiyle birlikte kimliğini yansıtan güçlü semboller olarak varsayılırsa bu bağlamda, Erzurum'un kendine özgü gastronomi kültürü -coğrafi işaretli ürünler- ekseninde hem yerel kimliğin somutlaştığı bir kültürel alan, hem de şehre dair tarihsel ve sosyal hafızanın mekânsal boyutta temsili söz konusudur. Böylece çalışmada gastronomi kültürü üzerinden mekânsal kimliğin inşası *Erzurum, Erzurumluluk* ve *Erzurum'da yaşamak ya da bulunma farkındalığı* ekseninde ve sürecin kültürel, sosyal ve ekonomik yönleri bağlamında sorgulanmıştır.

Literatür taraması

Mekân

İlgili alan yazın incelendiğinde, mekân kavramının zamanla yalnızca fiziksel bir alan olmanın ötesine geçtiği, bireyin yaşantısı, bedeni ve toplumsal bağlamla kurduğu ilişkiler doğrultusunda çok boyutlu bir biçimde ele alınmaya başlandığı görülmektedir. Farklı disiplinlerde çeşitli biçimlerde tanımlanan mekân, sadece ölçülebilir bir zemin ya da coğrafi bir koordinat olarak değil, aynı zamanda bireyin anlamlandırdığı, deneyimlediği ve sosyal etkileşimlerle şekillenen bir varlık olarak değerlendirilir. Bu çok katmanlı yapı sayesinde mekân; kimlik, aidiyet ve kültürel hafıza gibi kavramlarla da güçlü bağlar kurar ve yalnızca içinde bulunulan bir yer değil, aynı zamanda bir hissediş ve tanımlama alanı haline gelir. Mekân, bireylerin anlam yüklediği, deneyimlediği ve toplumsal ilişkiler aracılığıyla

şekillendirdiği çok katmanlı bir olgu olarak değerlendirilir. İnsan, zihin ve beden bütünlüğü içinde çevresiyle kurduğu etkileşim aracılığıyla mekânla bağ kurar. Bu bağ, bireysel hislerin ve duyuların yerle ilişkisinde somutlaşarak, insan varoluşunu mekâna içkin kılar (Grange, 1985: 72; Bozdoğan ve Benek, 2021: 180). Edward Relph ve Yi-Fu Tuan gibi coğrafyacılar, mekânı yalnızca somut ve fiziksel bir alan olarak değil, bireylerin yaşantıları, duyguları ve algılarıyla şekillenen çok katmanlı bir kavram olarak değerlendirirler. Relph'e göre mekân, boş ya da nötr bir yüzey değil, bireyin bedensel, algısal ve varoluşsal düzeyde deneyimlediği, aynı zamanda bilişsel ve planlanmış biçimlerde kavradığı bir gerçekliktir. Bu deneyim türleri birbirinden bağımsız değil, iç içe geçmiş ve bir bütün olarak işleyen boyutlardır. Örneğin, harita üzerinden bilişsel olarak kavranan bir yer, bireyin algısını ve mekânsal ilişkilerini doğrudan etkileyebilir Dolayısıyla, Relph için mekân, insanın deneyimlediği, anlamlandırdığı ve çevresiyle ilişki kurduğu çok boyutlu bir gerçekliktir (Relph, 1976: 44-46). Birikmiş bir bellek olarak yaşanan yerler mekân haline gelir (Bozdoğan ve Benek, 2021: 188). Bireylerin yaşantıları ve deneyimleri belirli mekânlara yerleştikçe, bu mekânlar zamanla 'yer' niteliği kazanır. Yerler, kültürlerin, toplulukların ve bireylerin aidiyet duygusu geliştirdiği, kimliklerini biçimlendirdiği ve anlam yüklediği sosyal ve sembolik alanlardır. Geçmişin güçlü etkilerinden doğan 'yer duyguları', bir yere ait olma hissiyatının bir sonucu olarak ortaya çıkar. Bu yüzden yerler, "Kimliğimizi, yaşamımızın kültürünü ve coğrafyada nerede var olduğumuzu anlamamız açısından son derece önemlidir." (Anderson, 2015: 51). Bir insan yerinden zorla ayrıldığında veya yeni bir yere gittiğinde yaşadığı yabancılaşma hissinin kaynağı, o yerin kimlik, hafıza ve kültürle iç içe geçmiş yapısından kaynaklanır (Barthes, 1999: 18). Bu şekilde, yer duygusu sadece bireysel bir bağ kurma meselesi değil aynı zamanda bir yerin paylaşılan anlamlarını da içeren bir duygudur. Yani, yer bir fiziksel alan olmanın ötesinde insanlar için kimlik, hafıza ve kültürel geçmişi şekillendiren önemli bir olgudur. Bu bağlamda kimlik de sabit ve değişmez bir unsur olarak değil, mekânla etkileşim içinde süreçsel olarak inşa edilen bir yapı olarak ele alınmaktadır. Topluluklar, belirli mekânlara atfettikleri anlamlar ve bu mekânlarda sergilenen pratiklerle kendi kimliklerini kurar, sürdürür ve görünür kılarlar.

Yer, gündelik hayatın yaşandığı, fikirlerin üretildiği ve kimliğin inşa edildiği bir mekândır. Kimlik ve aidiyet, bu sosyal ve kültürel bağlam içerisinde yerle anlam kazanır çünkü yer, aidiyetin sürdürülebileceği, yenilenebileceği ve iddia edilebileceği bir alan sunar (Main ve Sandoval, 2015: 73-75). Aidiyet yalnızca coğrafi bir koordinat ya da soyut bir adresle sınırlı değildir. Somut bir yer ve o yerde kurulan sosyal ilişkiler ağıyla anlam kazanır. Kimlik, bireyin çevresiyle kurduğu ilişkiler bağlamında süreçsel olarak gelişir ve yerellik bu sürecin temel belirleyicilerindendir (Nuttall, 2001: 54-55). Mekân, kimlik ve aidiyet arasında güçlü bir ilişki vardır. İnsanlar yerleri "bizim" ya da "onların" gibi anlamlarla değerlendirir, bu algılar da toplumsal kimliklerini ve aidiyet duygularını şekillendirir. Bir yerin fiziksel özellikleri ve günlük yaşamla ilişkili pratikler, o yerin algısını ve bireylerin bağlılığını etkiler. Yerlerin anlamı tarihsel, sosyal ve kültürel bağlamlarda sürekli yeniden üretilir; bu da kimlik ve aidiyetin oluşumunda belirleyici rol oynar (Gierny, 2000: 465–468). Kimin ait olduğu, kimin hak sahibi sayıldığı ve birinin kendini evinde hissetmesi gibi unsurlar, mekân ve kimliğin ortak inşasına bağlıdır (Hopkins ve Dixon, 2006: 172). Mekân, bireyleri diğerlerinden ayıran fiziksel bir alan olarak kimliğin mekânsal boyutunu oluşturur. Bu bağlamda kimlik, bireysel deneyimlerin yanı sıra, yaşanılan yerin koşulları ve günlük yaşam pratikleriyle şekillenir (Asiliskender, 2004: 74). Dolayısıyla, bir toplumun kimliğini belirleyen unsurlar yalnızca bireylerin kişisel deneyimleriyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda yaşadıkları çevreyle kurdukları ilişkiler ve bu ilişkiler doğrultusunda gelişen yaşam biçimleri de bu kimliği inşa eden önemli faktörlerdir.

Gastronomik kimlik

Kültürel coğrafya ve gastronomi kültürü alan yazını incelendiğinde gastronomik kimlik kavramı ile ilgili en erken çalışmalardan biri Harrington (2005) tarafından yapılmıştır. Harrington (2005) çalışmasında, gastronomik kimliği, belirli bir coğrafi bölgede üretilen yiyecek ve içeceklerin ne olduğu, nasıl üretildiği, neden tercih edildiği ve ne zaman tüketildiği gibi sorulara yanıt veren temel özellikler bütünü olarak tanımlar. Ona göre gastronomik kimlik, çevre ve kültür olmak üzere iki temel faktörün etkileşimiyle şekillenmektedir. Kültürel unsur; tarih, etnik yapı, inanç sistemleri, yerel değerler, toplumsal deneyimler ve deneme-yanılma süreçlerini kapsarken, çevresel faktörler coğrafya, iklim, mikro iklimler, yerel ürünler ve bu ürünlerin bölgeye adaptasyonu gibi unsurları içermektedir. Bu bağlamda yeme-içme pratikleri, sadece yiyecek ve içeceklerin fiziksel özelliklerinden değil, onların

üretim ve tüketim süreçlerinin ardındaki tarihsel ve çevresel arka plandan da beslenmektedir. Harrington, bir destinasyonun gastronomik yapısının, sahip olduğu bu kültürel ve çevresel unsurların birleşimiyle oluştuğunu, dolayısıyla yerel lezzetlerin, tariflerin, sunum biçimlerinin ve sofra adabının bu bütünlük içerisinde değerlendirilmesi gerektiğini vurgular.

Danhi (2005) ise çalışmasında gastronomik kimliğin oluşumunu altı temel bileşen üzerinden ele alır: Coğrafya, tarih, etnik çeşitlilik, mutfak görgü kuralları, baskın tat profilleri ve tarifler**.** Bu unsurların her biri, bir ülkenin ya da bölgenin mutfak karakterinin belirlenmesinde kritik rol oynar. Coğrafya, bölgenin ürün çeşitliliği ve iklimsel özelliklerini belirlerken; tarihsel süreçler, dış etkilerle mutfakta kullanılan malzeme ve tekniklerin gelişimine zemin hazırlar. Etnik yapı ise farklı kültürlerin bir araya gelerek oluşturduğu mutfak sentezini yansıtır ve zamanla yerel mutfakta özgün tatların ortaya çıkmasını sağlar. Ayrıca Danhi, mutfak görgü kurallarının da gastronomik kimliğin ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgular; çünkü bir toplumun nasıl ve ne şekilde yemek yediği, onun kültürel kimliğini doğrudan yansıtır. Tatlı, ekşi, acı, tuzlu ve umumi olmak üzere beş temel tat özelliği ise o bölgedeki baskın tat profillerini şekillendirerek, tüketim tercihlerinde belirleyici olur. Son olarak tarifler, yerel malzemelerin, tekniklerin ve sunum biçimlerinin bir araya gelmesiyle bölgeye özgü bir mutfak karakteri ortaya koyar.

Chang ve Mak (2018) çalışmalarında, gastronomik kimliğin oluşumunda otantikliğin belirleyici bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Özellikle bir destinasyonun kültürel ve çevresel özelliklerinin özgün biçimde yeme-içme pratiklerine yansıması, ziyaretçilerin zihninde o bölgenin mutfak kültürüne dair güçlü bir algı oluşturur. Fox (2007) ise çalışmasında, gastronomik kimliği bir destinasyonun yerel mutfak mirasına dayanan, ayırt edici ve özgün bir kültürel ifade biçimi olarak ele alır. Ona göre bu kimlik; yemeğin kültürel bağlamda farklılaştırılması, estetik bir sunumla zenginleştirilmesi, otantik bir anlatıyla desteklenmesi, belirli semboller üzerinden temsil edilmesi ve geleneksel öğelerin modern beklentilere uyarlanarak yeniden canlandırılması yoluyla inşa edilir. Diker ve Deniz'in (2017) ifadesine göre gastronomik kimlik, bir toplumun beslenme alışkanlıkları, yiyeceklerin üretiminden hazırlanmasına ve tüketimine kadar uzanan süreçlerde, o toplumun kültürel yapısını ve kendine özgü niteliklerini yansıtan; aynı zamanda diğer toplumlardan ayrışmasını sağlayan bir kimlik göstergesidir. Yemek kimliğini, kültür, yeme içme pratikleri ve toplumsal alışkanlıklar arasındaki güçlü etkileşim üzerinden tanımlayan Köşker vd. (2018), toplumların beslenme biçimlerinin, yalnızca fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasıyla oluşmadığını, aynı zamanda o toplumun tarihsel, kültürel ve coğrafi özelliklerinin bir yansıması olarak gastronomik kimliğin oluştuğunu kabul eder. Bu bağlamda gastronomik kimlik, bir bölgenin kendine has tatlarını, lezzet anlayışını ve yeme içme kültürünü şekillendiren çok boyutlu bir kavramsal yapı olarak değerlendirilebilir. Benzer şekilde Reddy ve Van Dam (2020), gastronomi kimliğin sembol yönünü ön plana çıkarmış ve sosyolojik bir bakış açısıyla toplumların kültürel yapısının, inanç biçimlerinin ve dolayısıyla yaşam tarzlarının yemekler aracılığıyla sembolleştirildiğini ileri sürmüştür. Yiyecekler ve yemek uygulamaları, bireyler arasında iletişim aracı olup, belirli bir grubun sosyal kimliğinin bir parçası olarak önem kazanmaktadır. Çalışkan (2013) çalışmasında, yerel tat, doku ve tarifelerin bölgenin mutfak karakterinin oluşumunda belirleyici olduğunu ve bu özelliklerin bölgenin gastronomik kimliğini yansıtan en belirgin unsurlar olduğunu belirtmektedir.

Sosyal kimliğin oluşumunda ise yemek önemli bir araç olmakla beraber, kimliğin aktarımı için de yemeklerle ilgili semboller en güçlü malzemelerdir (Durukan, 2022: 392). Bireyin beslenme alışkanlıklarında ve kimlik inşasında kültür önemli bir etkendir. İnsanlar içinde bulundukları, doğdukları toplumun kültürel özelliklerinin yanında mutfak kültüründen de etkilenirler (Tan, 2022: 445). Bütün bu tanımlar incelendiğinde, gastronomik kimlik; bir toplumun tarihsel süreçte biçimlenen kültürel değerlerinin, çevresel koşulların ve toplumsal beslenme pratiklerinin etkileşimiyle şekillenen, o bölgeye özgü yeme-içme biçimlerinin bütüncül bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Kimlik, yalnızca belirli tatlar ya da tarifler üzerinden değil, aynı zamanda bu tatların üretim biçimleri, sunum estetiği, yerel anlamları ve taşıdığı simgesel değerler aracılığıyla kendini gösterir. Ayrıca kültürün sürekliliğini besleyen bir miras, coğrafyanın sunduğu doğal kaynaklarla bütünleşen bir pratik ve toplumsal aidiyetin kurulmasında etkili bir ifade biçimidir. Bu yönüyle hem bireysel hafızayı hem de kolektif kimliği besleyen dinamik bir yapı olarak öne çıkar.

Coğrafi işaret

Coğrafi işaretler, ürünün üretim yerini ve o bölgeye özgü niteliklerini tanımlayan bu özelliklerin korunmasını ve tüketiciye güvenli biçimde sunulmasını amaçlayan kalite göstergeleri niteliğindedir. Coğrafi işaret tescili, kalitesi, gelenekselliği ve yerel hammaddeleri ile ünlü ürünlerin korunmasını sağlamaktadır. Bu işaretler, ürünlerin belirgin nitelikleri, ünleri veya diğer özellikleri bakımından köken aldıkları yöre, bölge veya ülke ile özdeşleşmelerini sağlar. Coğrafi işaretler, "menşe adı[3]" veya "mahreç işareti[4]" olarak tescil edilir ve gıda, tarım, maden, el sanatları ile sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Bu ürünlerin üretim, işleme veya diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleştirilmesi gereklidir. Hammaddesi veya üretim, işleme aşamalarından birinin yörede gerçekleştiği ürünler mahreç işareti olarak tescillendiğinde, diğer aşamaların coğrafi alan dışında gerçekleşmesi mümkündür (Türk Patent ve Marka Kurulu, 2025).

Coğrafi işaret tescilinin temel amacı, coğrafi kaynak gösteren ürünlerin adlarını koruma altına almak, o ürüne özgü kaliteyi temsil etmesini sağlamak ve bu ilişkinin sürdürülebilirliğini korumaktır. Örneğin, Çorum'un leblebisi, Isparta'nın halısı veya Afyon'un kaymağı belirli bir kaliteyi temsil etmektedir. Tescilin diğer amaçları arasında yöredeki üreticilerin bu korumadan ilk olarak faydalanmasını sağlamak, coğrafi işarete sahip ürünün kalitesini muhafaza etmek ve bu yolla tüketicilere güvenilir bir tercih sunmak yer almaktadır (Tanrıkulu, 2014: 317). Coğrafi işaret kırsal nüfusun farklı iş alanlarında imkân bulmasına, üreticinin gelir artışı sağlamasına, aynı zamanda, kırsal turizme de katkı sağlamaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 58). Bu çerçevede, coğrafi işaret tescili yalnızca ürün isimlerinin korunmasıyla sınırlı kalmamakta, ürünlerin ait oldukları yöreyle özdeşleşen kalite, üretim bilgisi ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini güvence altına almaktadır. Coğrafi işaretli ürünler, yerel bilgi birikimi, geleneksel üretim biçimleri ve özgün tatların kurumsal düzeyde korunmasına katkı sunmaktadır.

Yöntem

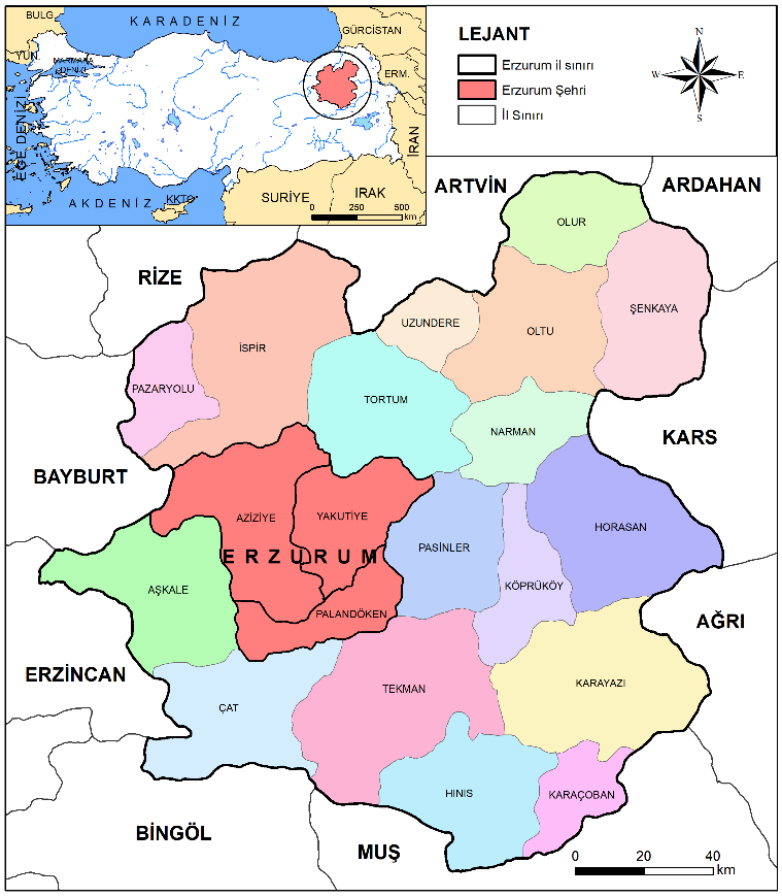
Araştırma, nitel araştırma yöntemine dayalı olarak tasarlanmış ve anlamlandırılmaya yönelik betimleyici bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Bu bağlamda, gastronomi-mekân-kimlik ilişkisini derinlemesine anlamak ve anlamlandırabilmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu sayede temel temalar etrafında esneklik sağlayarak katılımcıların kişisel anlatılarını, deneyimlerini ve düşünsel derinliklerini ortaya çıkarma imkânı olmuştur.

Mülakat sürecine geçilmeden önce, araştırma alanında pilot saha gözlemleri ve ön görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu ön aşama, hem çalışma sahasının sosyal, kültürel ve kurumsal dinamiklerini daha iyi anlamaya olanak sağlamış hem de veri toplama araçlarının geliştirilmesi sürecine katkı sunmuştur. Yapılan ön görüşmeler ve gözlemler doğrultusunda, mülakat soruları hem içerik hem de yapı bakımından yeniden değerlendirilmiş ve sahaya özgü koşulları yansıtabilecek şekilde revize edilmiştir. Bu yaklaşım, mülakat formunun yalnızca kuramsal çerçeveye değil, aynı zamanda sahadan elde edilen ilk elden gözlemlere ve geri bildirimlere de dayandırılarak oluşturulmasını sağlamıştır. Böylece araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik düzeyi artırılmış, katılımcıların deneyimlerini daha derinlemesine ortaya koyabilecek esnek ama yapılandırılmış bir mülakat süreci tasarlanmıştır. Bu mülakat formu için gerekli etik kurul izni, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 27/06/2025 tarihli ve 2025-06 oturum sayılı, 34 numaralı karar ile alınmıştır.

[3]Menşe Adı: Bir ürünün tüm veya esas niteliklerinin belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanması durumunda, bu tür coğrafi işaretlere "menşe adı" denir. Bu kapsamda tescil edilen ürünlerin üretim, işleme ve diğer işlemleri, tamamen belirlenen coğrafi alan içinde gerçekleştirilmelidir. Menşe adı ile tescillenmiş coğrafi işaretler, kaynaklandıkları yöre ile güçlü bağlara sahiptir.

[4]Mahreç İşareti: Ürünlerin belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri ile belirli bir coğrafi alan ile özdeşleştiği durumlarda, bu tür coğrafi işaretler "mahreç işareti" olarak tanımlanır (Türk Patent ve Marka Kurulu, 2025).

Şekil 1: Çalışma sahasının lokasyon haritası



Mülakatlar Erzurum şehir merkezinde gerçekleştirilmiştir. Hem temsil gücü hem de veri çeşitliliği bakımından şehir seçilmiştir. Bu tercih araştırmanın tematik çerçevesiyle doğrudan ilişkili sosyo-kültürel ve kimliksel katmanlar göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Zira Erzurum'un sosyal, kültürel ve mekânsal özelliklerini en yoğun biçimde yansıtan yer şehirdir. Merkez, hem yerel aidiyetin hem de Erzurum'a özgü yaşam pratiklerinin gözlemlenebildiği bir buluşma noktası işlevi görmektedir. Çeşitli sosyo-ekonomik ve kültürel arka planlara sahip bireylerin bir araya geldiği şehirde, Erzurumluluk bilinci ile yaşama dair deneyimlerin çok boyutlu biçimde ortaya konması mümkündür. Ayrıca şehir, ulusal ve uluslararası ziyaretçilerin Erzurum'la ilk etkileşim kurduğu ve mekân, kimlik imaj algısının oluştuğu dolayısıyla yöreyi temsil eden yerdir. Mekân aidiyeti ve kimliğin somutlaştığı temsil edildiği ve yeniden üretildiği rota olarak da düşünmek mümkündür.

Katılımcı profili, gastronomi kültürüne doğrudan temas eden iki grup etrafında şekillendirilmiştir. İlki, geleneksel yemek kültürünü sürdüren ve kuşaktan kuşağa aktaran 15 Erzurumlu ev hanımından (K1, K2, K3…olarak kodlanmıştır) oluşurken; ikincisi ise yöresel ürünleri pazarlayan, coğrafi işaretli lezzetlerin sunumu ve tanıtımı konusunda doğrudan sorumluluk taşıyan 10 yerel işletme sahibinden (İ1, İ2, İ3…olarak kodlanmıştır) oluşmaktadır. Ev hanımlarıyla yapılan görüşmelerde, geleneksel yemeklerin kültürel kimlik üzerindeki etkileri, kişisel ve kolektif hafızadaki yeri, yöresel lezzetlerin günlük yaşamdaki yansımaları ele alınmıştır. İşletmelerle yapılan görüşmelerde ise, coğrafi işaretli ürünlerin marka değeri, gastronomik kimliği temsili ile sürdürülebilirliği, korunması ve dıştan bir bakış olarak turizmin bu temsil sürecindeki rolü ele alınmıştır. Bu bağlamda yurt içi ve yurt dışından Erzurum ve çevresine gelen ziyaretçi görüşleri de işletmeciler aracılığıyla elde edilmiştir. Bulgular, temalar altında düzenlenerek MAXQDA 2024 yazılımı aracılığıyla analiz edilmiştir. Bu görüşmelere ek olarak, çalışmada doküman incelemesi tekniği de kullanılmıştır. Türkiye Patent ve Marka Kurumu'ndan alınan Erzurum'a özgü coğrafi işaret tescil belgeleri başta olmak üzere, konuya ilişkin akademik tezler, makaleler, raporlar ve kitaplar sistematik biçimde analiz edilmiştir. Görüşmelerle birlikte doküman analizinin kullanılması, veri çeşitliliğini artırarak "veri türü üçgenlemesi" (data triangulation) (Yıldırım

ve Şimşek, 2021: 170) yaklaşımına hizmet etmiş; böylece araştırmanın geçerlilik düzeyi önemli ölçüde güçlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular, nitel verilerin sistematik biçimde kodlanmasını, temalar altında gruplanmasını ve veriler arasındaki örüntülerin ortaya çıkarılmasını sağlayan içerik analizi yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 242) kullanılarak çözümlenmiştir. Dolayısıyla benzer nitelik taşıyan veriler ortak kavramlar ve temalar doğrultusunda gruplandırılmış ardından bu gruplamalar, okuyucunun kolayca kavrayabileceği şekilde yapılandırılarak analiz edilmiştir. Erzurum'un gastronomi kültürünü oluşturan tüm ürünler değil, *Erzurum, Erzurumluluk* ve *Erzurum'da yaşamak ya da bulunma farkındalığı* ekseninde kültürel ve mekânsal kimliğin gastronomik temsil gücünü yansıtan örneklerden seçilmiştir. Hem üretim biçimleri hem de tüketim pratikleri açısından Erzurum'la özdeşleşmiş; gündelik yaşamın yanı sıra özel gün ritüellerinde de yer bulan ürünlerdir. Bu seçici yaklaşım, çalışmanın temel amacı olan gastronominin mekân ve kimlik temsili bağlamındaki rolünü derinlemesine irdelemeye imkân tanımaktadır. Araştırmanın güvenirliği ve geçerliği adına öncelikle verilerin toplanması ve analiz süreçleri detaylı biçimde açıklanarak araştırmanın şeffaflığı korunmuştur. Görüşmeler sonucunda oluşturulan dokümanlar, katılımcılara sunularak içeriklerin doğruluğu kontrol edilmiş ve bu yolla katılımcı onayı alınmıştır. Son olarak, doğrulanabilirlik ve tekrarlanabilirlik ilkelerine uygun olarak, görüşme kayıtları ve ham veriler sistemli biçimde saklanarak araştırmanın izlenebilirliği güvence altına alınmıştır. Ayrıca kodlanan katılımcıların bazı ifadelerine doğrudan yer verilmiş ve böylece yorumların somut verilerle desteklenmesi sağlanmıştır.

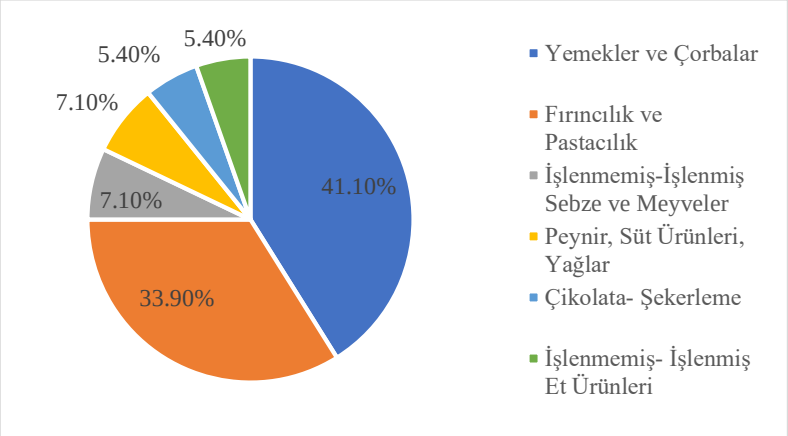
Bulgular ve tartışma

Erzurum'un tescilli tatları: coğrafi işaretli ürünlerin mekânsal dağılımı ve anlamı

Yöresel ürünler birçok ülkede yasal düzenlemeler ile koruma altına alınmıştır. Uluslararası platformlarda coğrafi işaretler koruma çerçevesinde düzenlemeler, sözleşmeler bulunmaktadır (Tekelioğlu ve Demirer, 2008: 717). Bu bağlamda, belirli bir yöre, bölge veya ülkeyle ünü, üretim yöntemi ya da diğer ayırt edici nitelikleri bakımından güçlü bir şekilde özdeşleşmiş ürünlere, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından coğrafi işaret tescili verilmektedir.

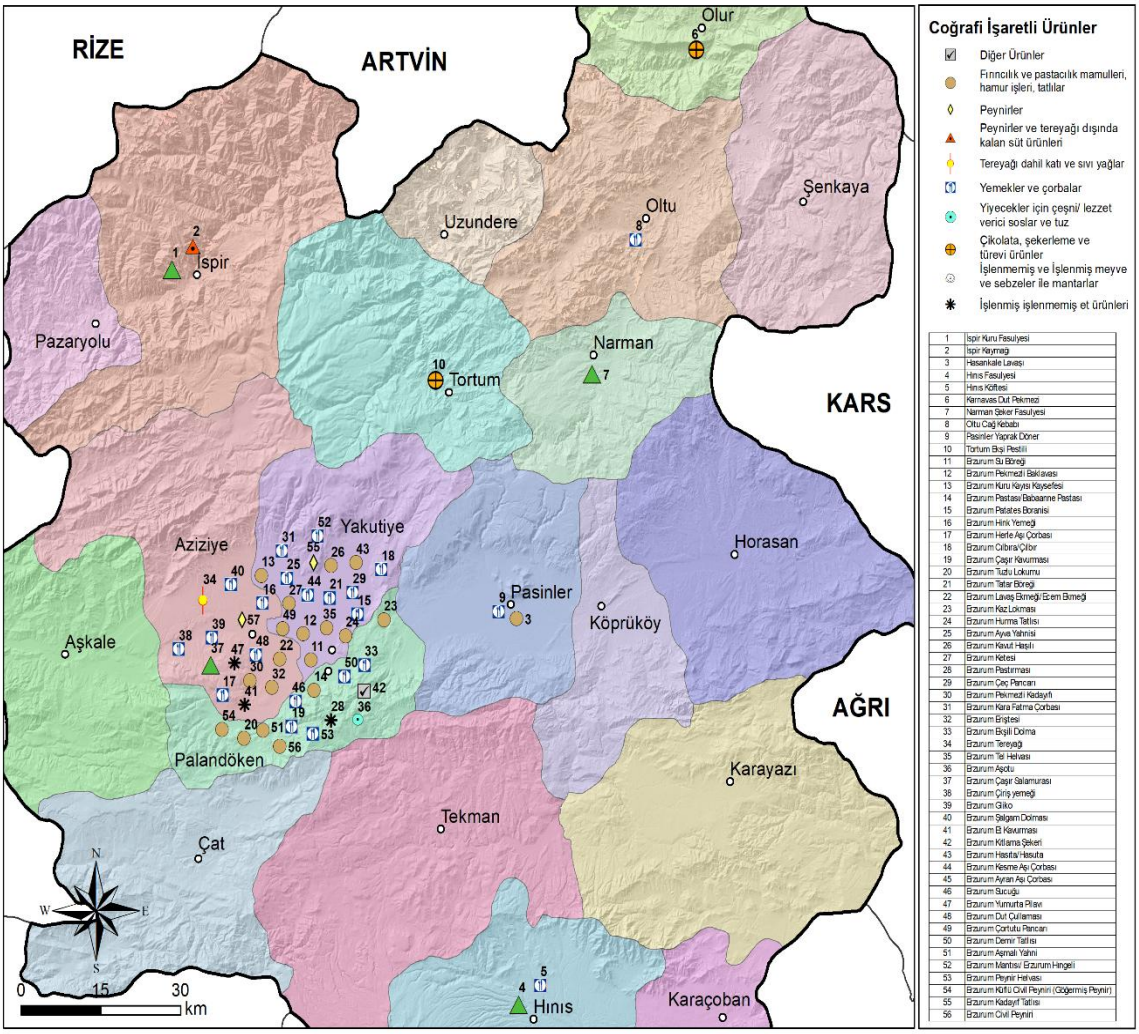
Erzurum iline ait tescilli coğrafi işaretli ürünlerin türlerine göre dağılımı incelendiğinde 56 tane üründen, en büyük payın 23 ürün ile "Yemekler ve Çorbalar" (%41,1) , 19 tane ürün ile "Fırıncılık ve Pastacılık" (%33,9) gruplarında yoğunlaştığı görülür. Bu durum, ilin gastronomik kimliğinde sıcak yemekler ile hamur işi temelli ürünlerin belirleyici rol oynadığını göstermektedir. "İşlenmiş/işlenmemiş sebze ve meyveler" grubu ile "Peynir, süt ürünleri ve yağlar" grubunda ise 4'er ürün bulunmaktadır. "Çikolata-şekerleme" ve "İşlenmiş/İşlenmemiş Et Ürünleri" nde ise 3'er ürün yer alır (Grafik 1).

Grafik 1: Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin (Erzurum ili) türlere göre dağılımı



Erzurum'un toplam 56 adet gıda coğrafi işaretli ürünü[5] bulunmakta olup, doğrudan Erzurum'un mutfak kültürünün unsurlarıdır. Coğrafi işaret türleri açısından değerlendirildiğinde, Erzurum'a ait ürünlerin 6'sı menşe adı, 54'ü ise mahreç işareti taşımaktadır. Menşe adı alan ürünler, Erzurum Aşotu, İspir Kaymağı, Narman Şeker Fasulyesi, Hınıs Fasulyesi, İspir Kuru Fasulyedir. Bu ürünler de üretimin tüm aşamalarının Erzurum sınırları içerisinde gerçekleşmesini zorunlu kılarken, mahreç işareti taşıyan ürünlerde üretimin belirli aşamalarının Erzurum'a özgü olması yeterli görülmektedir. Bu dağılım, Erzurum mutfağının büyük ölçüde geleneksel bilgi ve tekniklerle şekillendiğini ancak bazı ürünlerin belirli aşamalarının farklı bölgelerde de gerçekleştirilebildiğini ortaya koymaktadır. Mahreç işareti taşıyan ürünlerin sayıca fazla olması, Erzurum mutfağının sadece yerel halk için değil bölge dışındaki üretici ve tüketiciler açısından da önemli bir başvuru kaynağı hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Erzurum'un gastronomi kimliğiyle coğrafi işaretler arasındaki bağ dikkate alındığında, bu ürünlerin korunması ve tanıtılması ile ekonomik potansiyelinin değerlendirilmesi, hem kültürel sürekliliğin sağlanması hem de yerel kalkınmanın desteklenmesi adına önemli imkânlar sunmaktadır.

Şekil 2: Erzurum iline ait coğrafi işaretli ürünlerin ilçelere göre dağılımı



Erzurum ili genelinde coğrafi işaretli ürünlerin mekânsal dağılımı incelendiğinde (Şekil 2), Erzurum merkez ilçeleri olan Yakutiye, Palandöken ve Aziziye çevresinde yoğunlaşmaktadır. Bu yoğunluk, şehir merkezinin ekonomik, kültürel ve üretimsel kapasitesinin yüksekliğiyle açıklanabilir. Pasinler, Hınıs, Narman, Oltu, Tortum, Olur ilçelerinde coğrafi işaretli ürün sayısı sınırlı olup daha seyrek bir dağılım

[5]Erzurum'un toplam 60 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmakta olup, bunlardan yalnızca dördünü —Erzurum Burması (Erzurum Burma Bileziği), Erzurum Ehram Dokuma Kumaşı, Karnavas Bezi ve Oltu Taşı gibi gıda dışı ürünler teşkil eder.

göstermekle beraber merkez-çevre farkının ve yöresel üretim çeşitliliğinin mekânsal yansıması olarak değerlendirilebilir.

Erzurum'un gastronomi kültüründe (coğrafi işaretli ürünler) mekân ve kimlik yansımaları

Konumu, tarihi ve coğrafi özellikleri itibariyle Erzurum, özgün bir gastronomik kültürün kaynağı ve yaşam alanıdır. Gastronomik miras oldukça eski dönemlere dayanmaktadır (Belli ve Belli, 2012: 87). M.Ö. 4000'lere kadar geriye giden tarihsel süreçte bölge; Hattiler, Hititler, Hurriler, Urartular, İskender İmparatorluğu, Roma, Araplar, Gürcüler, Selçuklular, Safevîler ve Osmanlılar gibi birçok farklı medeniyetin hâkimiyetinde kalmıştır. Bu tarihi birikimde özellikle "İpek Yolu" üzerinde stratejik bir konumda bulunması Erzurum mutfağının İran, Kafkas ve Rus mutfak kültürleriyle etkileşimde kalmasını ve zengin, çok katmanlı bir yapıya ulaşmasını sağlamıştır (Sarışık ve Özbay, 2019: 176; Denk, 2023: 61). Yöre florasına özgü sebze ve doğal bitkilerle birlikte bulgur ve kırmızı et, peynir çeşitleri, yoğurtlu çorbalar, özel günlerdeki yahni yemekleri zenginlik katar (Şengül vd., 2015: 159). Bunlara dayalı olarak ulusal düzeyde ün yapmış cağ kebabı, kuru fasulyesi (İspir) gibi yemeklerle birlikte kadayıf dolması gibi tatlılar Erzurum'u temsilen sıralanabilir. Nitekim yapılan mülakatlarda, katılımcı olan ev hanımlarına en sık yaptıkları ve kendilerine özgü olarak benimsedikleri yemekleri belirtmeleri istenmiştir. Cağ kebabı, kadayıf dolması, aşotu çorbası, su böreği, hıngel, tatar böreği, giliko, ekşili dolma, etli lahana sarması, dut çullaması, hasıta, lor dolması, çaşır ve çiriş otu yemekleri gibi daha birçok Erzurum mutfağına özgü yemeklerin öne çıktığı görülmektedir. Bu yemeklerin büyük bir kısmı hali hazırda coğrafi işaret tescili almış ürünler olup, Erzurum'un gastronomik kimliğini ve kültürel mirasını temsil etmektedirler (Şekil 3'teki fotoğraflar). Katılımcılar coğrafi işaret statüsünden haberdar olmasalar da, yemekleri gündelik yaşamlarında sıklıkla üretmeleri ve sahiplenmeleri, yöresel mutfak kültürüne yönelik güçlü bir aidiyet duygusuna işaret etmektedir. Bu durum, kültürel belleğin toplumsal düzeyde içselleştirildiğini ve aktarıldığını dolayısıyla coğrafi işaretlerin yalnızca hukuki ya da ekonomik değil aynı zamanda kimliksel bir değer taşıdığını göstermektedir. Mülakat bulguları, yöresel yemeklerin fiziki beslenme nesnesi olması dışında mekânla kurulan bağın, kültürel sürekliliğin ve toplumsal kimliğin taşıyıcısı olarak da işlev gördüğünü ortaya koymuştur. Erzurum mutfağına özgü yemeklerin kadınlar tarafından sahiplenilmesi ve günlük yaşamda üretilmeye devam etmesi, mekân ve kimlik temsiline dair tespitlerin temelini oluşturmuştur.

Şekil 3: Erzurum'un yöresel yemekleri: 1**.** Erzurum mantısı (Hıngel), 2. Ayranaşı çorbası, 3. Su böreği, 4. Ekşili sarma, 5. Gliko, 6. Etli lahana sarması



Yemek kültürü, bireylerin bir mekâna duyduğu aidiyeti pekiştiren güçlü bir unsur olarak öne çıkar. Bu çerçevede, yemeğin kimlik ve mekân temsili üzerindeki rolünü ortaya koyan katılımcı görüşleri, aidiyet duygusunun ne denli somut pratiklerle beslendiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Bulgular, yemek kültürünün bireylerin hem kimliklerini hem de yaşadıkları mekâna dair algılarını nasıl şekillendirdiğini

göstermektedir. Katılımcıların ifadeleri, yemeğin sadece biyolojik bir ihtiyacından ziyade kültürel bir taşıyıcı, geçmişle bağ kuran bir hatırlatıcı ve mekânsal aidiyetin sembolü olarak işlev gördüğünü ortaya koymuştur. Katılımcılar, yöresel yemekleri "*bizim kültürümüzdür*." (K2, K15, K12) ifadesiyle doğrudan kültürel kimliğin bir parçası olarak tanımlarken, bu yemeklerin coğrafi kökenine yapılan göndermelerle mekânsal kimlik vurgusu da yapmışlardır. *"Bu yemekler bana Erzurumlu olduğumu hatırlatır... Köklerim, kültürüm, kimliğimdir."* (K4)'ün bu söylemi, yemeğin bir tür "yerel hafıza" taşıyıcısı olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda yemek, sadece fiziksel değil, sembolik bir mekân yaratmaktadır, insanın toprağına ve kültürel geçmişine bağlılığını yeniden üretmektedir. Katılımcılardan (K9), "*Yaptığım yemekler benim nereli olduğumu belirler. Kime cağ kebabı desem Erzurumlusun der.*" Bu ifadesiyle, yöresel yemeklerin mekânsal kökeni ve aidiyet üzerinden bireyin toplumsal konumunu belirlediğini vurgulamaktadır. Yine benzer biçimde, "*Yemek bizim kim olduğumuzu gösterir.*" (K6) söylemi, yemeğin kimliksel bir işaretleyici olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Kimliğin temsilinde geçmişle kurulan bağlar da önemlidir. Birçok katılımcı, çocukluk anılarının ve kuşaklar arası bilgi aktarımının yemekler aracılığıyla sürdüğünü belirtmektedir. "*Bu yemekler sonraki nesillere bırakacağımız en değerli hazinedir... evde hissettirir.*" (K7) ve "*Yöresel yemekler... anılar demek. Ben bunları yaptıkça kendi çocukluğuma geri dönüyorum*." (K3) şeklindeki ifadeler yemeğin yalnızca damak zevki ile birlikte aidiyet duygusunu, geçmişe duyulan özlemi ve ailevi bağları da yeniden üretmektedir.

Doğal çevre şartları ve kültürel coğrafya, yemek kültürü üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Doğa ile kültürü kesin çizgilerle ayırmak mümkün değildir (Oğuz, 2002: 31). İnsanların yaşadığı çevresel ve kültürel koşullar beslenme alışkanlıklarını şekillendirirken, yaşam tarzındaki değişimler de bu kültürün dönüşümünü beraberinde getirmektedir (Beşirli, 2010: 161). Bu nedenle yemek kültürü, bulunduğu coğrafyaya göre farklılık gösterir. Yere ve toplumlara göre mutfak kültürlerinin eşsizliğinden söz edilebilir (Kıstak, 2013: 281). Denize kıyısı olan yerlerde gastronomide deniz ürünleri baskın iken, et ve türevlerinin hâkim olan bölgelerin geçim kaynağını tarım ve hayvancılık oluşturmaktadır (Sağır, 2012: 2678). Bu durum yalnızca ekonomik bir tercih değil, aynı zamanda doğal çevre koşullarına bir uyum sürecinin sonucudur. Hayvancılığın uygun olduğu toplumlarda beslenme alışkanlıkları, yemek kültürü bunun çevresinde şekillenmektedir (Tan, 2022: 446). Doğu Anadolu, geçim olarak hayvancığın ön plana çıktığı bir bölge olması nedeniyle otlaklarda beslenen hayvanlardan elde edilen et ve süt ürünleri bölge mutfağının temelini oluşturur. Bölgede "katık" olarak bilinen yoğurdun yaygın tüketimi de bu coğrafi gerçeklikle ilişkilidir. Yoğurt ve gendime ile yapılan ayran çorbası bölgede birçok şehirde meşhurdur. Erzurum'da yapılan aşotlu ayran aşı bu çorbalardandır (Şengül ve Türkay, 2017: 60). Hayvansal ürünlerin pahalı olması ve sağlıklı beslenmede hayvansal proteinin mutlaka alınması gibi faktörler hayvancılığın çok önemli olduğunu ve yöre halkı için vazgeçilmez bir seçenek olduğunu ortaya koymuştur (Koday, 2005: 149-150). Yemek çeşitliliği ve yöresel mutfak unsurları kültürel tercihleri ve iklim, arazi yapısı, toprak özellikleri, su kaynakları gibi doğal coğrafi koşulların etkisiyle de şekillenmektedir (Tanrıkulu, 2014: 11). Dolayısıyla, bölgesel mutfak kültürünü anlamak yalnızca tariflere değil, bu tariflerin beslendiği çevresel ve toplumsal dinamiklere de odaklanmayı gerektirir. Bu nedenle coğrafi işaret tesciline konu olan ürünlerde, sadece üretim yöntemi değil; ürünün yetiştiği bölgenin ekolojik yapısı, iklim koşulları, toprak dokusu ve geleneksel üretim teknikleri gibi unsurlar da bütüncül biçimde tanımlanmalı ve korunmalıdır (Tanrıkulu, 2011: 176).

Deniz seviyesinden ortalama 1850 metre[6] yüksekte bulunan Erzurum'da yüksekliğin de etkisiyle yılın büyük bir bölümünde düşük sıcaklıklar görülür. Kasım ayından mart ayına kadar geçen beş aylık sürede sıcaklıklar çoğunlukla 0°C'nin altındadır. Nisan ile ekim ayları arasında ise sıcaklıklar nispeten daha yüksektir. Erzurum'da don olayları, eylül ayının sonlarından itibaren görülmeye başlamakta; kasım ayının büyük bölümü, aralık, ocak, şubat ve mart ayları ise neredeyse tamamen donlu geçmektedir. Ortalama donlu gün sayısının 162.4 gibi yüksek bir değerde olması, özellikle ilkbaharda tarımsal üretimi olumsuz etkileyen önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Kaya, 2022: 43-49). Konum ve yükseklikle

[6] Burada şehrin yüksekliği temel alınmıştır. Erzurum ili sınırları içinde Erzurum-Kars, Yalnızçam, Allahüekber gibi yaklaşık 1500-2500 m aralıklarında yer alan platoları görmek mümkündür. Erzurum Depresyonu'nda havza tabanının ortalama yüksekliği 1650 m, Horasan Depresyonu tarafında ise 1300 m civarındadır (Detaylı bilgi için bakınız Kopar, 2022: 15-26).

gelen karasallık, tarımsal gelişmeyi kısıtlamış, ürün yelpazesinin daralmasına neden olmuştur. Buna rağmen, bölgede çavdar, arpa, buğday, patates, şekerpancarı ve lahana gibi dayanıklı ürünlerin üretimi yapılabilmektedir (Bulut, 2022: 357). Bölgede uzun yıllardır önemli bir geçim kaynağı olan hayvancılık, bu iklimsel sınırlamaların bir sonucu olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, halkın beslenme alışkanlıkları büyük oranda tahıl ve et ürünleri etrafında şekillenmiştir. Erzurum'un geleneksel yemek kültürü de bu iki temel gıda grubunun izlerini taşımaktadır. Kent merkezi ve çevresinde, coğrafi şartların etkisiyle tahıl ve et odaklı bir mutfak anlayışı gelişmiştir (Kayserili, 2011: 247).

Şekil 4: Erzurum'un coğrafi işaretli süt ve işlenmiş et ürünleri



Kaynak: (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025)

Erzurum'un coğrafi işaret tescilli et ve süt ürünleri, söz konusu iklimsel ve kültürel şartların özgün birer yansımasıdır (Şekil 4). Erzurum sucuğu, et kavurması, pastırması gibi işlenmiş /işlenmemiş et ürünleri ile civil peyniri, göğermiş peynir, İspir kaymağı ve Erzurum tereyağı gibi süt ürünleri; yöre halkının bilgi birikimi ile bu ürünlerin üretildiği çevresel koşullarını da yansıtmaktadır. Bu ürünler, Erzurum'un hayvancılığa dayalı ekonomik yapısının ve sert doğa koşullarının bir sonucu olarak ortaya çıkmakta, coğrafi işaret tescilleriyle birlikte kültürel mirasın korunmasına, yerel kalkınmaya ve sürdürülebilir üretim biçimlerinin devamlılığına katkı sağlamaktadır. Coğrafi yapının Erzurum'a kazandırdığı lezzetlerden biri de peynirler, süt ürünleri ve yağlardır. Civil peyniri, göğermiş peynir (Küflenmiş çivil peynir) , Erzurum Tereyağı ve İspir Kaymağı da tescilli ürünlerdendir. Bunlar arasında civil peyniri en fazla bilinenlerdendir. Coğrafi işaretle tescillenen bu ürünler, kentin gastronomik tanınırlığı yönüyle cazibesini artırırken, kuşaktan kuşağa aktarılan bilgi ve deneyimlerin somut bir yansıması olarak Erzurum'un kültürel mirasını temsil etmektedir. Bu tescil süreci, hem geleneksel üretim bilgisinin korunmasına olanak tanımakta hem de tüketicilere özgün ve güvenilir ürünlere ulaşma konusunda önemli bir güvence sunmaktadır. Yine iklim özellikleriyle ilişkili olarak step formasyonlarının yaygın olarak görüldüğü Erzurum ve çevresinde bitki çeşitliliğinin hem mutfağa yansıdığını hem de coğrafi işaret tescili alarak kentin kültürel mirasının önemli bir parçası haline geldiğini söylemek mümkündür. Zira Erzurum'u temsil eden birçok yemek bu kültür altına alınmamış, doğal bitkilerden yapılmaktadır. Hatta Erzurum'da otlar çiğ, pişirilerek, kurutularak ya da salamura ve turşu yapılarak farklı şekillerde tüketilirler. Genellikle mart sonu, nisan, mayıs ve haziran aylarında toplanan otlar, yörenin iklim özelliklerinden dolayı geç kuruduğu için uzun süre yeşil olarak faydalanmak mümkün olmaktadır (Alpaslan, 2012: 323). Bunlardan aşotu, çaşır ve çirişotu, Erzurum mutfağında önemli yere sahiptir. Aşotu, 2022 yılında menşe adıyla coğrafi işaret almış olup; "yaprağı, tohumu, kökü ve gövdesi kullanılmakta" ve pek çok yemekte yer bulmaktadır (Çetinkaya ve Yıldız, 2018: 488). Çaşır ise geleneksel yöntemlerle toplanmakta ve soğuk suda yıkanıp haşlandıktan sonra tuzlu suya yatırılarak salamura edilmektedir ve bu haliyle "Erzurum Çaşır Salamurası" adıyla tescillenmiştir (Çetinkaya ve

Yıldız, 2018: 490). Aynı şekilde kavrulmuş formu da "Erzurum Çaşır Kavurması" olarak 2023 yılında coğrafi işaret almıştır. Zambakgiller familyasına ait çiçekli bir bitki olan çiriş, yaklaşık bir karış boyunda olup belirli yükseklik ve alanlarda yetişir. Olgunlaştığında, genellikle taban kısmından bıçakla kesilerek toplanır ve pişirilerek tüketilir. Bu bitkinin yemeklik olarak tüketilen kısımları, toprak üstünde gelişen organlarıdır (Güvenç ve Kaya, 1996: 371). 2022 yılında "Erzurum Çiriş Yemeği" olarak tescillenmiş olan bu ot, farklı yemeklerde, çorbalarda ve hatta Erzurum ketesinin iç harcında da kullanılmaktadır (Çetinkaya ve Yıldız, 2018: 491). Bu bitkiler yerel halkın günlük yaşamında hem ekonomik hem de kültürel işlevler üstlenmektedir. Bu bağlamda coğrafi işaret tescilleri, söz konusu bitkilerin hem korunmasını hem de sürdürülebilir biçimde değerlendirilmesini mümkün kılan bir mekanizma işlevi görmekte; onları yerel ekonomiye katkı sağlayan ve aynı zamanda kültürel mirası temsil eden unsurlar olarak öne çıkarmaktadır (Çetinkaya ve Yıldız, 2018: 490). Bu otların toplanması, hazırlanması ve tüketilmesi yalnızca bir gıda faaliyeti değil, aynı zamanda doğayla kurulan geleneksel bağın bir göstergesidir. Erzurum halkı için bu otlar, yaşanılan coğrafyanın sunduğu nimetler olarak görülmekte ve bu bağlamda "coğrafyaya aidiyetin önemli bir simgesi" haline gelmektedir. İlkbaharda yaylalarda ot toplama geleneği, nesilden nesile aktarılan kültürel bir pratik olarak varlığını sürdürmektedir. Dolayısıyla Erzurum'un ot kültürü, doğayla kurulan etkileşimin, coğrafi kimliğin ve toplumsal belleğin iç içe geçtiği özgün bir örnektir.

Katılımcıların ifadelerinde Erzurum'un soğuk iklimi, coğrafi yapısı ve bu çevresel koşullarının şekillendirdiği gastronomik kültür açık biçimde yansımaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yemeklerin bu iklime ve toprağa ait olduğu düşüncesi, mekânla kurulan aidiyetin önemli bir göstergesidir. Mülakatlara göre, Erzurum'un uzun ve sert kışları, beslenme pratiklerinde özellikle etli ve yağlı yemekleri ön plana çıkarmaktadır. (K7) "*Soğuk bir memleket, bu yüzden yetişen ürünler de buna göredir."* diyerek, yerel iklimin tarımsal üretim ve mutfak kültürü üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Benzer şekilde (K13) *"Her yer havasına suyuna göre yemek yapar."* ifadesiyle, yemeklerin yalnızca damak tadına değil, aynı zamanda doğrudan çevresel faktörlere göre biçimlendiğine dikkat çekmektedir. Yöresel ürünler, yemekler Erzurum kimliğinin bir parçası olarak görülmektedir. Aş otu, civil peynir, tarhun gibi yöresel malzemeler ve bu ürünlerle yapılan yemekler, yalnızca beslenme öğesi olarak değil, aynı zamanda kültürel temsil aracı olarak tanımlanmıştır. (K15) *"Tarhın, aşotu, güvermiş peynir, civil peynirle peynir helvası yaparız. Bunlar bu iklimde yetişen şeyler her yer havasına suyuna göre yemek yapar. Bu yemekleri bu iklim sağladı bize. Bunlar bizi temsil eder."* (K11) bu durumu, "*Bunlar bizim toprağımızın yemeği, bizim havamızın suyumuzun yemekleri."* sözleriyle ifade etmektedir. Soğuk havada bedenin ihtiyaç duyduğu enerjiye cevap vermesi açısından da yemekler işlevsel bir özellik taşımaktadır. (K1) "*Erzurum havası sert soğuktur, kış çok uzundur yemekler de ona göre seçilir. Etli yiyecekler, ayran aşı gibi yemekler bizim geleneklerimiz, coğrafyamızdır."* (K4) "*Soğuk memleket insanları dayanıklı yemekler yer burada. Öyle hafif yemeklerle bu coğrafyada yaşanmaz.*" diyen katılımcı, yemeklerin fiziksel direnci artırma rolüne dikkat çekmiştir. Sonuç olarak, Erzurum'un iklimsel ve coğrafi yapısı, yerel gastronomik alışkanlıklarda ve bu kimliğin oluşumunda belirleyici bir etkendir. Katılımcıların ortak görüşü, bu yemeklerin hem yaşamsal hem de kültürel düzeyde mekâna sıkı sıkıya bağlı olduğu yönündedir.

Yapılan görüşmeler sonucunda dikkati çeken bir husus da Erzurum halkının yöresel yemeklere olan bağlılığıdır. Katılımcıların tamamı, dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını çoğunlukla ayda bir veya iki kez olarak tanımlarken, bu yemeklerin genellikle evde yapımı zor olan cağ kebabı**,** İskender ve et döner gibi yöresel lezzetler olduğunu vurgulamıştır. (K1), "*Biz yerel yemekleri tercih ediyoruz. Cağ kebabı, İskender'i, döner yemeyi özlüyoruz. Bunları evde yapmadığımız için ailece daha çok bu yemekleri yemek için dışarı çıkıyoruz."* diyerek hem yerel yemeğe duyulan özlemi hem de bu yemeğin bir aile etkinliğine dönüştüğünü ifade etmektedir. Benzer biçimde, (K13) "*Evde yapamadığımız yine Erzurum yemeklerini yeriz. Dışarıda yenecekse cağ kebabı, İskender, döner yemeğe gidilir."* diyerek mekânda gerçekleşen tüketimin evde yapılamayanı telafi etme işlevine işaret etmektedir. Genç kuşakta fast-food'a yönelim gözlense de, (K8)'in ifadesiyle "*Biz yine yerel lezzetlerden devam ediyoruz.*" biçimindeki tutum, yerel tatların toplumsal kimliğin bir parçası olarak benimsendiğini göstermektedir. Bu bağlamda, Erzurum mutfağında belirli yemeklerin özellikle dışarıda tüketilme biçimi, hem geleneksel lezzetlerin mekânsal sürekliliğini hem de bireylerin bu mekânlarda kendi kültürel kimliklerini yeniden üretme biçimlerini gözler önüne sermektedir.

İşletmeci ve ziyaretçilerin bakışından mekân ve kimlik temsili yönüyle gastronomi kültürü

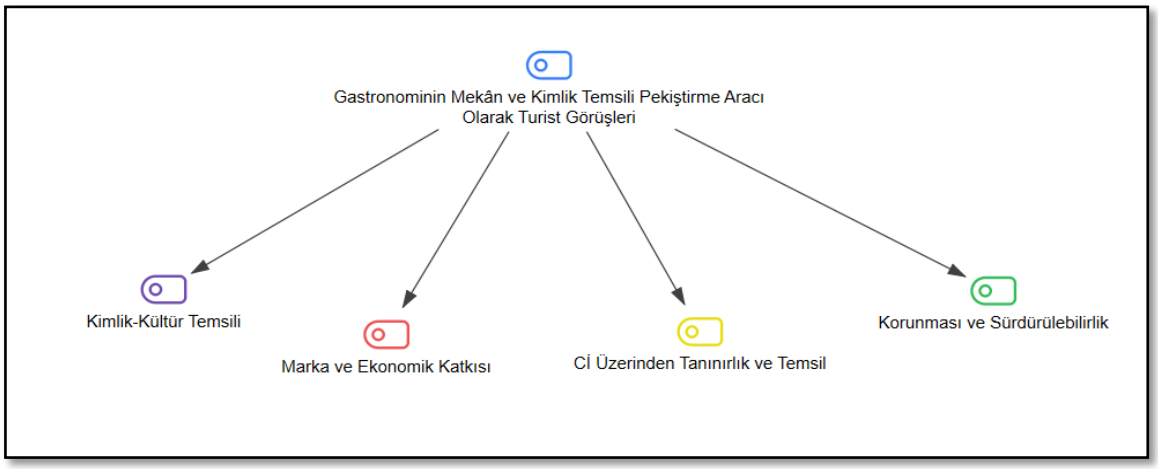
Ziyaretçilerin (yurt dışı ve içinden gelenler) deneyim arayışını yönlendiren en önemli unsurlardan biri haline gelen yöresel mutfak kültürü, gastronomi turizminin büyümesinde itici bir güç olarak kullanılmaktadır. Bu durum, bölge mutfak kültürlerine özel olan yiyecek ve içeceklerin tespiti ve özelliklerine göre sınıflandırılmasını işlevsel hale getirmektedir (Şengül ve Türkay, 2017: 33). Gastronomi, yalnızca bir yeme-içme pratiği değil; mekânla kurulan aidiyetin ve kültürel kimliğin duyumsal ve deneyimsel düzlemde inşa edildiği çok katmanlı bir temsil alanıdır. Bu bağlamda, gastronomi kültürünün turizm aracılığıyla görünürlük kazanması, mekânsal kimliklerin güçlenmesinde stratejik bir pekiştireç işlevi görmektedir. Çalışmanın bu kısmında Erzurum'da faaliyet gösteren on işletme sahibiyle gerçekleştirilen mülakatlar aracılığıyla, coğrafi işaretli yerel ürünlerin, şehir kimliği ve kültürel aidiyetin temsilinde rol üstlenme durum değerlendirilmiştir.

Şekil 5: İşletme sahipleriyle yapılan mülakatlarda en çok tekrarlanan kelimelerden oluşturulmuş kelime bulutu



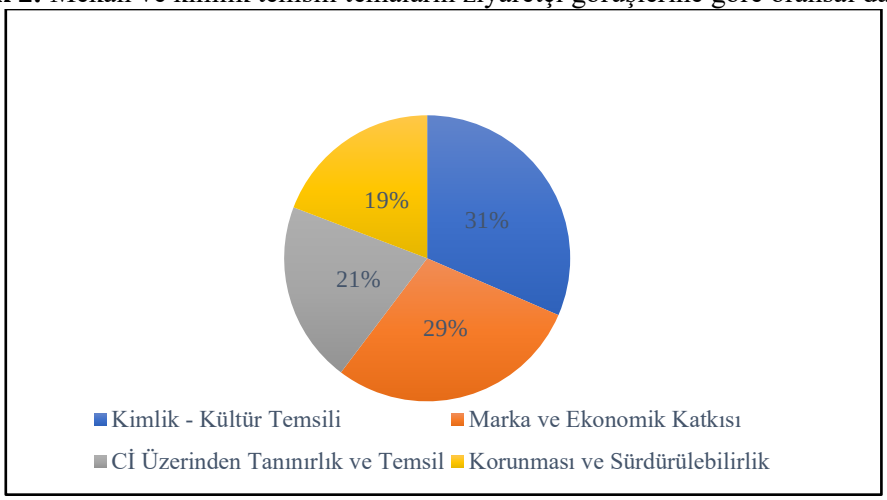
Kelime bulutu, Erzurum'da faaliyet gösteren işletmelerle yapılan mülakatlardan elde edilen ifadelerin içerik analizi sonucunda oluşturulmuştur. Görselde (Şekil 5) öne çıkan "coğrafi", "bizim", "ticari", "kültür", "marka", "tanıtım", "festivaller", "korunması" ve "kültürel" gibi anahtar sözcükler, çalışmada belirlenen dört ana temayla örtüşmektedir. Bu durum, kelime bulutunun yalnızca sıklık temelli bir görselden ibaret olmadığını, aynı zamanda gastronomi kültürünün çok katmanlı yapısını yansıtan tematik alanlarla anlamlı bir biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 6: "Gastronomi kültürünün mekân ve kimlik temsiline dair" temalar (ziyaretçi görüşleri)



Mülakat verilerinin Maxqda'daki kodlama sürecinde dört ana tema belirlenmiştir: Coğrafi İşaretlerin Kimlik ve Kültür Temsili, Coğrafi İşaretlerin Marka ve Ekonomik Katkısı, Coğrafi İşaretlerin Korunması ve Sürdürülebilirliği ve Coğrafi İşaretler Yoluyla Tanınırlık ve Temsil (Şekil 6). Bu temalar üzerinden yürütülen analiz, turizmin sadece ekonomik bir alan olmaktan öte, kültürel mirasın aktarımı, mekânsal aidiyetin sunumu ve kimliğin görünür kılınması açısından güçlü bir araç olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Turistik etkileşimler, yerel gastronomik değerlerin daha geniş kitlelerce tanınmasını sağlarken; bu değerleri mekânsal ve kültürel düzeyde yeniden üretip sabitleyerek temsilin sürekliliğine katkıda bulunmaktadır

Grafik 2: Mekân ve kimlik temsili temaların ziyaretçi görüşlerine göre oransal dağılımı



10 işletme sahibiyle gerçekleştirilen derinlemesine mülakat verilerine dair tematik kodlamalara göre oransal dağılım, dört ana temaya ilişkin kodlamaların dağılımı, gastronomi kültürünün özellikle de coğrafi işaretli ürünlerin restoranlarda tercih edilmeleri, önemi mekân ve kimlik temsili bağlamında nasıl yapılandığını tematik öncelikler üzerinden ortaya koymaktadır (Grafik 2). Erzurum şehrine yönelik kimlik-kültür temsili içerikli vurgular ön planda olmakla birlikte hemen peşinde marka ve ekonomik katkıya vurgunun yer alması birbiriyle ilişkili ve anlamlı görünmektedir. Kodlama sonuçlarına göre, Kimlik ve Kültür Temsili teması %31 oranıyla en yüksek temsil gücüne sahiptir. Bu oran, gastronominin Erzurum kimliğinin duyumsal, tarihsel ve kültürel katmanlarını temsil etme gücünü katılımcı ifadelerinde yoğun biçimde açığa çıkardığını göstermektedir. Katılımcıların Erzurum'a özgü yemekleri birer "kültürel sunum" olarak görmesi ve bu yemekleri kimlikle özdeşleştirmesi, bu temanın baskınlığını açıklayan temel etkendir. Gastronomi turizminin de kimlik ve mekânı temsil etme özelliği bulunmaktadır. Restoran sahipleri ile yapılan görüşmeler sonucunda yemeklerin sadece ticaret ve ekonomik değeri olmadığı çok net ortaya konulmuştur. Tabi ki de marka değeri olan ve tanıtımı yapılmış, tanınmış ürünlerin şehre ekonomik bir katkısı mevcuttur. Fakat bunun yanında şehrin tanınırlığı ve kültürünün temsili noktasında da anahtar konumdadırlar. Günümüzde coğrafi işaret kavramının ticari içeriğiyle de uyumlu olarak ticarileşen unsurların marka yönünün ekonomik bağlamının yanında kültür ve kimlik bağlamının güçlü olduğunu göstermektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin mekânsal kimlikteki yansıması olarak şehirde markalaşan iktisadi işletmeleri görmek mümkündür.

Erzurum'a dair coğrafi işaretli ürünler içinden hem ekonomik olarak hem kimlik-kültür temsili olarak en bilineni cağ kebabıdır. Oltu Ticaret ve Sanayi Odası'nın 14 Mayıs 2007'de yaptığı başvurunun ardından, "Oltu Cağ Kebabı" 22 Şubat 2010 tarihinde 127 tescil numarasıyla mahreç işareti kapsamında coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Sadece lezzet ve et olarak değil pişirilme yöntemi yönüyle de özgün ve meşhur bir lezzettir (Şekil 7'deki fotoğraf). Cağ kebabı sıklıkla restoranlarda ticari olarak hazırlansa da evlerde, yaylalarda, piknik ve eğlencelerinde de hazırlanmaktadır.

Şekil 7: Cağ kebabı ve yanında servis edilen tatlılar



İşletme sahipleri Erzurum'a özgü lezzetler ve coğrafi işaretli ürünler konusunda hassastırlar. Ziyaretçilerin de Erzurum'da gezilecek yerler ve yemekler, restoranlar hususunda araştırma yaparak geldiklerini dile getirmişlerdir. Özellikle bu konuda coğrafi işaretli ürünlerin ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Zira tanınmış ve güvenilir bir lezzet olarak algılanması sayesinde daha fazla ilgi görmekte ve tercih edilmektedirler. Katılımcıların büyük çoğunluğu, Erzurum'a özgü yemeklerin sadece lezzet değil, aynı zamanda bir kimlik ve kültür sunumu olduğunu vurgulamıştır. (İ1) bu durumu, *"Erzurum'a özgü bir yemeğin sunulması, yalnızca bir damak keyfi değil, aynı zamanda şehre dair bir kültürel sunumdur. Yemeğiyle aidiyet kuran bir şehir kimliğini yaşatır."* ifadeleriyle dile getirmiştir. (İ3), *"Örneğin cağ kebabı sadece bir et yemeği değil, doğal beslenen hayvanların, geleneksel üretim yöntemlerinin ve ustalığın bir temsilidir."* diyerek gastronominin kültürel arka planına dikkat çekmiştir. Katılımcıların beyanlarına göre Erzurum mutfağı, bireysel anıların ve toplumsal hafızanın taşıyıcısıdır. (İ6), *"Bu yemekler öyle sadece yemek değil, bizim geçmişimiz, kültürümüz, çocukluğumuz, misafirliğimiz, bayramlarımızdır. Her lokmasında bir hatıra vardır."* şeklinde konuşmuştur. Bu ifadeler, yemeklerin, bireysel yaşam öyküleriyle ve kolektif toplumsal hafızayla nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir. Turizmin etkili bir kültürel aktarım alanı olması gerektiği de işletmeciler tarafından vurgulanmıştır. (İ3), *"Diyelim ki bir turist buraya geldi. Tarihi yerleri gezdi, güzel... Ama bir de cağ kebabını yedi mi, kadayıf dolmasının tadına baktı mı, o zaman Erzurum'u tam anlamıyla yaşamış olur."* ifadesiyle gastronominin mekânsal deneyimle bütünleştiğini ortaya koymuştur. Geleneksel Erzurum sofralarının özgün atmosferi ve sunum şekli de kimlik temsilinin bir parçası olarak görülmektedir. (İ10), *"Bakır sinilerde, taslarda sunum yapıyoruz. Gelen her turistin mutlaka görmek istediği şeylerden biri bu."* sözleriyle bu durumu belirtmiştir. Coğrafi işaret demek bizim kimliğimiz demek ve yemekler şehrin tarihini ve kültürünü yansıtır gibi ifadeler (İ5, İ9, İ4), gastronominin hem bireysel hem de kolektif aidiyetleri pekiştiren bir unsur olduğunu açıkça göstermektedir.

İkinci sırada yer alan Marka ve Ekonomik Katkı teması (%29) ise, gastronomik ürünlerin turizm yoluyla ekonomik değer üretme potansiyelinin altını çizmektedir. Katılımcılar, coğrafi işaretli ürünlerin sadece lezzet değil, aynı zamanda ticari başarı ve markalaşma açısından da güçlü bir rol oynadığını vurgulamışlardır. Bu bulgu, yerel ürünlere dayalı markaların ziyaretçilerin bakışında kimlik temsil değerinin olduğunu göstermektedir. Bir ürünün marka değeri taşıması, onun yalnızca fiziksel özellikleriyle değil, aynı zamanda temsil ettiği sembolik anlamlar, duygusal bağlar ve toplumsal çağrışımlarla birlikte algılanması sürecini ifade eder. Marka, ürüne özgünlük kazandırdığı gibi onun hafızalarda yer edinmesini, güven oluşturmasını ve tercih edilme olasılığını artırmıştır. Bu çerçevede, bir ürünün markalaşması, onun piyasa değerini ve rekabet gücünü yükselten stratejik bir araç olarak değerlendirilmelidir. Ekonomik katkı ise bu süreçlerin somut çıktılarıyla ilgilidir. Özellikle coğrafi işaretli ürünler gibi yerel kimlik taşıyan markalar, sadece ekonomik değil, kültürel sermaye olarak da değerlendirilmekte; bulundukları bölgeye turizm, tanıtım ve yatırım gibi dolaylı ekonomik katkılar sağlamaktadırlar. Erzurum'da faaliyet gösteren işletme sahiplerinin beyanları, coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin ekonomi ile birlikte mekânsal ve kültürel temsiliyet bakımından da önemli bir araç haline geldiğini göstermektedir. Katılımcılar, cağ kebabı, kadayıf dolması gibi ürünlerin sadece "satılan bir yemek" değil, Erzurum'un ekonomik, tarihsel ve kültürel kimliğini taşıyan markalar haline

geldiğini vurgulamıştır. Bu bağlamda, coğrafi işaretin sağladığı kalite güvencesi ve özgünlük vurgusu, bu ürünleri sadece yerel düzeyde değil, ulusal ve küresel bağlamda da temsil değeri yüksek nesneler haline getirmiştir. (İ9), "*Bir yemek coğrafi işaret aldığında artık sadece bir yemek olmuyor; bir marka oluyor."* şeklindeki ifadesi, kültürel bir değerin nasıl ticarileşerek ekonomik faydaya dönüştüğünü ve aynı zamanda bu dönüşümün kimliksel temsiliyetle nasıl iç içe geçtiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Burada marka olmak, yalnızca piyasa değeri kazanmak değil, aynı zamanda Erzurum'un mekânla özdeşleşen kimliğinin gastronomi aracılığıyla temsili anlamına gelmektedir. (İ5), "*Yemeğe para harcıyor, belki arkadaşına da getiriyor, belki sosyal medyada paylaşıyor. Yani yemek, turisti sadece doyurmakla kalmıyor; şehri yaşamasını sağlıyor*." sözleriyle, gastronomi ürünlerinin yalnızca ekonomik bir nesne değil; aynı zamanda mekâna ve kimliğe ilişkin bir deneyim sunduğunu ifade etmektedir. Bu deneyim, turistin Erzurum'a dair algısını şekillendirirken, yerel ürünün tanınırlığını ve değerini de pekiştirmektedir. Turizm bu süreçte, ürünün dolaşıma girmesine katkı sağlamasının yanında Erzurum kimliğinin coğrafi işaretli bir yemek üzerinden tanınmasını da sağlamaktadır. (İ2) "*Cağ kebabı Türkiye'de birinci, dünyada dokuzuncu sırada."* ifadesiyle somutlaşan bu uluslararası başarı, bir lezzetin ekonomik değer ve kültürel temsil gücü kazandığını göstermektedir.

Coğrafi İşaretler Yoluyla Tanınırlık ve Kimlik Temsili (%21) teması incelendiğinde; Araştırma bulguları, Erzurum'a özgü coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin, şehrin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığına önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Katılımcıların ifadeleri, cağ kebabı, kadayıf dolması, su böreği ve ayran aşı çorbası gibi coğrafi işaretli yemeklerin yalnızca besin değeri taşımadığını, aynı zamanda Erzurum'un kültürel kimliğinin taşıyıcıları olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. (İ10), "*Coğrafi işaretli ürünler, yemeğin Erzurum'a ait olduğunu belgeliyor ve taklit edilmesinin önüne geçiyor."* ifadesiyle, tescil sürecinin hem kültürel sahiplenmeyi hem de gastronomik otantizmi desteklediğini belirtmiştir. Böylece coğrafi işaretli ürünler, Erzurum'un özgün mutfak değerlerini hem koruyan hem de tanıtan bir araç haline gelmiştir. Katılımcılar, dijital medya, televizyon programları ve gastronomi festivalleri gibi platformların, tanıtım süreçlerinde kritik bir rol üstlendiğini vurgulamıştır. Özellikle sosyal medya paylaşımlarının, Erzurum yemeklerini Türkiye genelinde ve hatta uluslararası düzeyde görünür kıldığı belirtilmiştir. (İ6) *"Dijital tanıtım sadece işin reklamı değil, şehrin kimliğini yansıtma biçimi aslında."* diyen bir katılımcının sözleri, yeni medyanın gastronomik kimlik temsilindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır.

Şekil 8: Restorana gelen ünlülerin fotoğraflarıyla cağ kebap ve restoran reklamları



Tanınmış restoranların duvarlarında asılı olan ünlü ziyaretçilerin fotoğrafları (Şekil 8'teki fotoğraf), Erzurum'un gastronomi kültürünü hem ticarileştiren hem de kimlik kazandıran görsel bir hafıza yaratmaktadır. Burada hem restoran kendi reklamını ve tanıtımını yapmakta hem de ünlü insanların vesilesi ile Erzurum'un lezzetleri haberlerde, sosyal medyada yer alarak lezzetin ve şehrin tanıtımı yapılmaktadır. Bunu basit bir yemek tanıtımı olarak düşünmek yanlış olur. Tanınırlık kimliğin ve gastronomik kültürün de geniş kitlelere ulaşması demektir. Coğrafi işaretli ürünlerin, şehre gelen turistlerin yemek tercihleri üzerinde doğrudan belirleyici olduğu da tespit edilmiştir. (İ1), *"Gelen turistler coğrafi işareti bilip geliyor. Yeni lezzetler korunur ve coğrafi işaret alınırsa bu da katkı sağlar*." sözleriyle, tanınırlığın gastronomi turizmine katkısını vurgulamıştır. Cağ kebabının bu kadar tanınması coğrafi işaret tescili ve etkili tanıtım faaliyetleri ile bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu başarı yalnızca bir ürünün popülerliğini artırmamış, Erzurum'un mutfak kültürünün ulusal düzeyde temsil edilebilir olmasını da sağlamıştır. Katılımcıların vurguladığı gibi, coğrafi işaretli ürünlerin her biri, şehrin kültürel hafızasında ve ekonomik kalkınmasında temel birer yapı taşıdır.

Korunması ve Sürdürülebilirlik (%19) teması Erzurum'da gastronomi kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması ve coğrafi işaretli ürünlerin korunması, hem üretim süreçlerinin hem de kültürel aktarım mekânizmalarının sürekliliği ile ilişkilidir. Katılımcıların ifadeleri, yöresel yemeklerin korunmasında yalnızca lokantalara değil, ailelere, eğitim kurumlarına ve yerel yönetimlere de önemli sorumluluklar düştüğünü göstermektedir. Birçok işletmeci, geleneksel tariflerin yaşatılmasının, usta-çırak ilişkisi içerisinde birebir aktarım yoluyla mümkün olabileceğini belirtmiştir. (İ3,) "*Biz mutfağımızda çıraklara birebir tarifleri, geleneksel yöntemleri gösteriyoruz."* diyerek işletmelerin nesiller arası aktarımdaki bilinç düzeyini ve işlevini vurgulamıştır. Geleneksel yemeklerin unutulmaması için bireysel çabaların yeterli olmadığı, sistematik bir eğitim ve tanıtım stratejisinin zorunlu olduğu görüşü hâkimdir. Bunun yanında, üretim sürecinde karşılaşılan temel sorunlardan biri olarak ham madde temini ve tarımsal üretimin gerilemesi gösterilmiştir. (İ5) *"Malzemeleri dışarıdan temin etmek zorunda kalıyoruz."* ifadesiyle, hayvancılık ve tarımsal üretimdeki gerilemenin doğrudan gastronomi kültürünü tehdit ettiğini belirtmiştir. Geleneksel Erzurum yemeklerinin çoğunlukla hayvansal ürünlere dayalı olması, bu sektörlerdeki gerilemeyi gastronomi kültürü açısından kritik bir tehdit haline getirmektedir. Katılımcıların bir diğer ortak vurgusu, kaliteli ürün ve usta yetiştirmenin giderek zorlaşmasıdır. (İ8) "*Artık gençler, özellikle aileler daha kolay para kazansınlar istiyor, meslek öğretmek zorlaşıyor."* şeklinde ifade edilen görüşler, gastronomi kültürünün sürdürülebilirliği için mesleki eğitim ve teşvik politikalarının önemine işaret etmektedir. Babadan oğula geçen geleneksel aktarım biçiminin günümüz koşullarında yetersiz kaldığı; bu nedenle kurumsal düzeyde eğitim, destek ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, fast-food kültürünün yeni nesillerde hızla yayılmasının geleneksel yemek kültürüne tehdit oluşturduğu da vurgulanmıştır. (İ9) *"Yeni nesilde fast-food ağırlıklı, onları kendi lezzetlerimizden uzaklaştırmamalıyız."* ifadeleriyle geleneksel mutfak pratiklerinin aile içi sosyalizasyon süreçlerinde yaşatılması gerektiği evlerde ve okullarda da desteklenmesi gerektiği ortaya konmuştur.

Sonuç ve öneriler

Araştırma bulgularının nihai değeri ve literatürdeki karşılığı düşünüldüğünde yemek kültürünün yalnızca bir tüketim biçimi değil; bireylerin mekânsal aidiyetlerini, yerle kurdukları duygusal bağları ve kültürel kimliklerini temsil eden çok katmanlı bir yapı olduğu gerçeğiyle karşılaşmaktayız. Erzurum mutfağına yönelik yapılan saha çalışmasında, ev hanımları, restoran işletmecilerinin görüşleri, yöresel gastronominin yalnızca damak tadıyla sınırlı kalmayan, çok boyutlu bir kültürel temsil alanı olduğunu ortaya koymuştur.

Erzurumlu ev hanımlarıyla yapılan mülakatlardan, yöresel mutfak kültürünün yalnızca bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda güçlü bir kimliksel ve mekânsal aidiyet unsuru olarak da içselleştirildiği sonucu çıkmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, cağ kebabı, kadayıf dolması, aşotu çorbası, lor dolması, çiriş yemeği gibi coğrafi işaretli veya potansiyel taşıyan geleneksel yemekleri gündelik yaşamlarında sıklıkla üretmekte ve bunları "kendi kültürlerinin bir parçası" olarak tanımlamaktadır. Bu durum, yerel gastronomi unsurlarının toplumsal hafızada nasıl yer ettiğini ve nesiller arası aktarım yoluyla nasıl yaşatıldığını açık biçimde göstermektedir. Yemeklerin yalnızca damak zevki ile sınırlı bir tercih olmadığı, aksine bireylerin kökenleriyle, geçmişleriyle ve mekânla kurdukları duygusal bağlarla

bütünleştiği görülmektedir. Katılımcıların ifadelerinde yemek, hem nostaljik bir çağrışım hem de toplumsal kimliğin bir göstergesi olarak ön plana çıkmıştır. Erzurum mutfağına özgü ürünlerin sembolik anlamlar yüklenmesi, bu yemekleri yalnızca besin değil, aynı zamanda yerel hafızanın taşıyıcısı haline getirmiştir. Katılımcıların "bu yemekler bizi anlatır", "bizim toprağımızın yemekleri" gibi ifadeleri, kültürel temsilin gastronomi üzerinden nasıl kurulduğuna dair güçlü ipuçları sunmaktadır. Ev hanımlarının görüşleri, Harrington'un (2005) "gastronomik kimlik" kavramıyla örtüşmektedir. Harrington, gastronomik kimliği belirli bir bölgede tüketilen yiyeceklerin tarihsel, çevresel ve kültürel etkileşimler yoluyla şekillendiğini ifade eder. Erzurumlu katılımcılar da yerel yemekleri yalnızca damak tadı olarak değil, "kökenin, kültürün ve aidiyetin" temsili olarak görmektedir. Bu, bireyin yaşadığı yerle kurduğu ilişkinin yalnızca fiziksel değil; duyusal, duygusal ve tarihsel bir bütünlük taşıdığını göstermektedir.

İklimsel ve diğer coğrafi koşulların kültürel yapının oluşumundaki belirleyici rolü de belirginleşmiştir. Sert karasal iklimin ve uzun kışların, yüksek kalorili, et ve süt temelli yemeklerin yaygınlaşmasına neden olduğu; yemeklerin beden direncini artırma işleviyle seçildiği görüşü dile getirilmiştir. Bu görüşler, doğa ile kültür arasındaki sıkı ilişkinin zihinlerdeki örnekleri olarak değerlendirilmelidir. Erzurum'un yüksekliği ve karasallığı ile şekillenen iklim koşulları ve yayla kültürü, mutfak tercihlerinin belirleyici çevresel faktörleridir. Bu, Beşirli'nin (2010) ve Sağır'ın (2012) belirttiği gibi, coğrafi farklılıkların mutfak kültürünü şekillendirdiğini açıkça göstermektedir. Özellikle dikkat çeken bir diğer bulgu ise bu kadınların ev içi üretim pratiklerinin dışında kalan, ancak kültürel değer taşıyan bazı yöresel yemekleri dışarıda tüketme eğilimidir. Cağ kebabı ve döner gibi yemeklerin dışarıda yenmesi, bu ürünlerin hem günlük yaşamda hem de sosyal etkinliklerde nasıl konumlandığına dair önemli bilgiler sunmaktadır. Bu bulgular, Erzurum mutfağının bir yandan doğa koşullarına uyum sağlayan pratik bir sistem olduğunu, diğer yandan ise kültürel bir anlatım biçimi olarak bireylerin kimliğinde ve toplumsal aidiyetinde merkezi bir yer tuttuğunu göstermektedir. Çalışma coğrafi işaretli ürünlerin hem ekonomik değer taşıyan birer marka hâline geldiğini, hem de Erzurum'un kültürel kimliğini görünür kılan araçlar olduğunu ortaya koymuştur. Erzurum mutfağının yerel halk ve dışardan gelen ziyaretçiler için güçlü bir çekim merkezi oluşturduğu vurgulanmıştır. Evde hazırlanması zahmetli olan ya da geleneksel teknikler gerektiren cağ kebabı, iskender, döner gibi yöresel yemeklerin özellikle dışarıda tüketilme eğilimi, restoranların yerel mutfak mirasının yaşatılmasındaki kritik rolünü ortaya koymaktadır. Katılımcıların ifadeleri, restoranların yöresel lezzetleri sunarken aynı zamanda bu lezzetlerin coğrafi ve kültürel kökenlerine referans verdiklerini göstermektedir. Bu bağlamda, geleneksel Erzurum yemeklerinin sunumu ticari bir faaliyet ile birlikte kültürel temsil biçimi olarak da değerlendirilmektedir. Yani restoranlar, geleneksel bilgi ve tatların kent belleğinde canlı kalmasını sağlayan birer aracıdır. İşletmecilerden elde edilen bulgular, Danhi'nin (2003) gastronomik kimliği oluşturan altı bileşeninden özellikle tarifler, görgü kuralları ve tat profilleri ile doğrudan ilişkilidir. Erzurum'da menülerdeki cağ kebabı, kadayıf dolması gibi ürünler yalnızca malzeme değil, geleneksel sunum biçimi, estetik anlatı ve yerel aktarımla korunmuş bilgi olarak da yer almaktadır. Bu da Fox'un (2007) yemekleri "estetik ve kültürel temsiliyet unsurları" olarak tanımladığı çerçeveyle birebir uyumludur. İşletme sahiplerinin yöresel sunumlara gösterdiği özen, yemeği sadece tüketime değil, kültürel bir sahneye dönüştürmektedir. Bu durum, mutfak kültürünün geçmişi korumakla kalmayıp, güncel temsilin de parçası hâline geldiğini göstermektedir.

Ziyaretçiler açısından bakıldığında; özellikle coğrafi işaretli ürünler Erzurum'a gelen turistler için önemli bir yönlendirme unsuru haline gelmektedir. Ziyaretçilerin çoğunluğu, şehirde nerelerin gezileceği kadar "ne yenileceği" konusunda da bilinçli tercihler yapmaktadır. Cağ kebabı, kadayıf dolması, su böreği Erzurum'un temsilini sağlayan kültürel objelerdir. Ayrıca restoranlardaki geleneksel sunumlar, yerel malzemelerle hazırlanan özel mezeler ve yöresel sunum teknikleri (örneğin bakır sinilerde servis) ziyaretçiler açısından otantik deneyim arayışını karşılayan kültürel unsurlar olarak görülmektedir. Bu durum Chang ve Mak'ın (2018) gastronomide otantiklik vurgusunun destinasyon kimliğini güçlendirdiği yönündeki görüşlerini desteklemektedir. Görüşmelerde, turistlerin Erzurum yemeklerini sosyal medya, gastronomi programları ve tanıtım etkinlikleri aracılığıyla önceden tanıdığı ve bu yemekleri tatma isteğiyle şehri ziyaret ettiği de belirlenmiştir. Bu durum, yöresel gastronominin Erzurum'un turistik cazibesiyle nasıl bütünleştiğini ve yerel mutfak unsurlarının tanınırlık kazanarak mekânsal aidiyetin dışa açılmasına katkı sağladığını göstermektedir. Bu bulgular, mevcut literatürle

büyük oranda örtüşmektedir**.** Durukan (2022) ve Tan (2022), yemeğin kimlik inşasındaki rolünü vurgularken bu çalışmada da yemeklerin bireysel ve kolektif kimliği şekillendiren güçlü bir sembol olduğu görülmektedir. Sarıışık ve Özbay (2019), Erzurum mutfağının tarihsel katmanlarını ve kültürel çeşitliliğini açıklarken saha çalışmasında katılımcıların geçmişle kurduğu bağlar, bu mirasın içselleştirildiğini göstermektedir. Çetinkaya ve Yıldız (2018) ise coğrafi işaretlerin kültürel sürdürülebilirlik açısından taşıdığı önemi belirtmiştir; bulgular da bu işaretlerin hem ekonomik hem de kültürel işlevlerini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın bulguları doğrultusunda öneriler şunlardır: Gastronomik kültürün korunması ve sürdürülebilirliği için geleneksel tariflerin ve pişirme tekniklerinin nesiller arası aktarımının bireysel çabaların ötesinde, sistematik eğitim programlarıyla desteklenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, yerel yönetimler, üniversiteler ve mesleki eğitim kurumları iş birliğiyle sertifikalı usta-çırak programları, eğitim atölyeleri ve kültürel aktarım projeleri hayata geçirilerek gastronomi kültürünün canlılığı sağlanabilir. Ayrıca, coğrafi işaret tescil süreçlerinin hızlandırılması, denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve tanıtım kampanyalarının artırılması önem taşımaktadır. Bu süreçte dijital medya ve sosyal platformların yaygın kullanımı etkin bir destek sağlayacaktır. Turizm ile gastronominin entegrasyonu güçlendirilerek, ziyaretçilerin bölgeye özgü lezzetleri deneyimleyebileceği tematik rotalar ve etkinlikler teşvik edilmeli, gastronomi festivalleri ve özellikle coğrafi işaretli ürünlere yönelik özel etkinliklerle tanınırlık ve talep artırılmalıdır. Yerel üretim ve hammadde temininin sürdürülebilir üretim politikalarıyla desteklenmesi, üreticilere yönelik teşvikler ve modern ekolojik üretim yöntemlerinin yaygınlaştırılması, kaliteli hammadde teminini güvence altına alırken yerel ekonomiye katkı sağlayacaktır. Genç nesillerin geleneksel yemek kültürüne olan ilgisi artırılmalı, fast-food kültürünün yaygınlaşmasının önüne geçmek amacıyla ailelerde ve eğitim kurumlarında gastronomik farkındalık yükseltilmeli, okullarda yöresel mutfak eğitimi ve kültürünün önemiyle ilgili programlar entegre edilmelidir. Son olarak, restoran ve lokantalar sadece ticari mekânlar olmaktan çıkarılarak, yerel kimliğin ve kültürel aidiyetin deneyimlendiği özgün mekânlar haline getirilmeli ve geleneksel sunumlar, mekânsal dizayn ve kültürel anlatımlar ziyaretçilerin deneyimini zenginleştirerek gastronomi kültürünün temsil gücünü artıracaktır.

Sonuç olarak, Erzurum gastronomisi yalnızca bir mutfak repertuvarı değil bireysel kimliğin, toplumsal aidiyetin, çevresel koşulların ve kültürel temsilin iç içe geçtiği bir sistemdir. Geçmişi korurken geleceğe uyarlanabilen bir kültürel pratik olarak öne çıkmaktadır. Kültür–mekân–gastronomi ilişkisine dair Erzurum yerelini ortaya koyan bu araştırmanın mevcut literatüre katkı sağladığı ve yeni araştırmalara da öncü olacağı kanaatini taşımaktayız.

Kaynakça

Alpaslan, İ. (2012). Kuzeydoğu Anadolu'da doğal bitkilerden yenilen ve yemeklerde kullanılanlar. O. Belli ve V. E. Belli (Ed.), *III. Uluslararası Doğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Mutfak Kültürü ve Erzurum Yemekleri Sempozyumu*. (ss. 323–332). Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Anderson, J. (2015). *Understanding cultural geography: Place and traces*. Routledge.

Asiliskender, B. (2004). Kimlik, mekân ve yer deneyimi. *Kültür ve İletişim*, 7(2)(14), 73–94.

Barthes, R. (1999). *Ara olaylar* (S. Rıfat, Çev.). Kaf Yayıncılık.

Belge, M. (2001). *Tarih boyunca yemek kültürü*. İletişim Yayınları.

Belli, O. ve Belli, G. S. (2012). Kaynak ve Seyahatnamelere Göre Erzurum Bölgesi Geleneksel Mutfak Kültürü ve Yemekleri. O.Belli ve V. E. Belli (Ed.), *III. Uluslararası Doğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Mutfak Kültürü ve Erzurum Yemekleri Sempozyumu*. (ss. 68–90). Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 11(87), 159–169.

Beşirli, H. (2012). *Yemek sosyolojisi: Yiyeceklere ve mutfağa sosyolojik bakış*. Phoenix Yayıncılık.

Bozdoğan, S. ve Benek, S. (2021). Modern coğrafi düşüncede mekân ve yer kavramlarının teorik temelleri üzerine bir değerlendirme. *Coğrafya Dergisi*, (43), 177–195.

Breadworth, A. ve Keil, T. (2011). *Yemek sosyolojisi* (A. Dede, Çev.). Phoenix Yayıncılık.

Bulut, İ. (2022). Erzurum ilinin tarım coğrafyası. S. Birinci, Ç. K. Kaymaz ve Y. Kızılkan (Ed.), *Erzurum ilinde coğrafya araştırmaları* içinde (ss. 331–382). Kriter Yayınevi.

Chang, R. C. Y. ve Mak, A. H. N. (2018). Understanding gastronomic image from tourist's perspective: A repertory grid approach. *Tourism Management*, 68, 89–100.
Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39–51.
Çalışkan, V. ve Koç, H. (2013). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılış özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193–214.
Çetin, B. ve Coşkun, M. (2020). Kültürel miras unsuru olan aba güreşine yönelik şekilsel ve işlevsel kültür bölgesi belirleme denemesi (Hatay). *Coğrafya Dergisi*, (40), 65–82.
Çetinkaya, N. ve Yıldız, S. (2018). Erzurum'un yenilebilir otları ve yemeklerde kullanım şekillerine yönelik bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 482–503.
Danhi, R. (2005). Understanding a culinary identity to create authentic products for the marketplace. *Asian Restaurant News*, February, 40–48.
Denk, E. (2023). Erzurum mutfak kültürünün sahip olduğu zenginliğin mutfak turizmi açısından farkında olmak. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 7(2), 59–79.
Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Kars kültürel ve gastronomik kimliğinde kaz. *Doğu Dergisi*, 22(38), 189–204.
Durukan, A. (2022). Kars ve yemek kültürü. A. Cihan (Ed.), *Türkiye'nin mutfak sosyolojisi* içinde (ss. 387–409). Çalış Ofset Matbaacılık.
Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 546–559.
Gierny, T. F. (2000). A space for place in sociology. *Annual Review of Sociology*, 26, 463–496.
Grange, J. (1985). Place, body and situation. D. Seamon ve R. Mugerauer (Ed.), *Dwelling, place and environment: Towards a phenomenology of person and world* içinde (ss. 71–84). Dordrecht: Martinus Nijhoff Publishers.
Güvenç, İ. ve Kaya, Y. (1996). Erzurum'da sebze olarak değerlendirilen yöresel bazı bitkiler. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(3), 369–374.
Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2–3), 129–152. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_10
Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D. ve McBride, B. (2008). *Kültürel antropoloji* (İ.D. Erguvan Sarıoğlu, Çev.). Kaknüs Yayınları.
Hopkins, N. ve Dixon, J. (2006). Space, place, and identity: Issues for political psychology. *Political Psychology*, 27(2), 173–185.
Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmesinde coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57–66.
Kaya, G. (2022). Erzurum ilinin iklim özellikleri. S. Birinci, Ç. K. Kaymaz ve Y. Kızılkan (Ed.), *Erzurum ilinde coğrafya araştırmaları* içinde (ss. 35–74). Kriter Yayınevi.
Kayserili, A. (2011*). Erzurum şehrinin kültürel coğrafyası (Maddi öğelerine göre)* [Doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi.
Kıstak, D. (2013). Yemek sosyolojisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 2(2), 281–284.
Koday, S. (2005). *Doğu Anadolu Bölgesi'nde hayvancılık*. Atatürk Üniversitesi Yayınları.
Kopar, İ. (2022). Erzurum ilinin jeolojik ve jeomorfolojik özellikleri. S. Birinci, Ç. K. Kaymaz ve Y. Kızılkan (Ed.), *Erzurum ilinde coğrafya araştırmaları* içinde (ss. 1–34). Kriter Yayınevi.
Köşker, H., Ercan, F. ve Albuz, N. (2018). Osmanlı Çileği'nin gastronomik kimlik unsuru olarak değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 1236–1269. https://doi.org/10.14520/adyusbd.443594
Main, K. ve Sandoval, G. F. (2015). Placemaking in a translocal receiving community: The relevance of place to identity and agency. *Urban Studies*, 52(1), 71–86. https://doi.org/10.1177/0042098014522720
Nuttall, M. (2001). Locality, identity and memory in south Greenland. *Études/Inuit/Studies*, 25(1–2), 53–72.
Oğuz, B. (2002). *Türkiye halkının kültür kökenleri I: Giriş - beslenme teknikleri*. Anadolu Aydınlanma Vakfı Yayınları.
Reddy, G. ve Van Dam, R. M. (2020). Food, culture, and identity in multicultural societies: Insights from Singapore. *Appetite*, 149, 104633. https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104633
Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion.

Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 4(7), 2675–2695.
Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2019). *Ulusal gastronomi ve Türk mutfağı: Tarihçe, hammadde, ritüeller, özgün yemekler, reçeteler*. Detay Yayıncılık.
Şavkay, T. (2000). *Osmanlı mutfağı*. Şekerbank T.A.Ş. ve Radikal Gazetesi.
Şengül, S. ve Türkay, O. (2017). *Türkiye'nin yöresel mutfakları*. Detay Yayıncılık.
Şengül, S., Çakır, A. ve Çakır, G. (2015). *Yöresel mutfaklar*. Beta Basım Yayın ve Dağıtım.
Tan, M. (2022). Kent, kültür ve mutfak: Siirt büryanı. A. Cihan (Ed.), *Türkiye'nin mutfak sosyolojisi* içinde (ss. 445–461). Çalış Ofset Matbaacılık.
Tanrıkulu, M. (2011). Türkiye'de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173–184.
Tanrıkulu, M. (2014). *Coğrafya ve kültür (*mekân-*kültür-tarih-coğrafi işaret)*. Edge Akademi.
Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme sürecinde yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. *Küreselleşme, demokratikleşme ve Türkiye uluslararası sempozyumu bildiri kitabı* içinde (ss. 715–730). Gazi Kitabevi.
Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. Bs). Seçkin Yayıncılık.

Etik kurul onayı

Bu çalışma için gerekli etik kurul izni, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 27/06/2025 tarihli ve 2025-06 oturum sayılı, 34 numaralı karar ile alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.