



## COĞRAFİ İŞARETLER VE TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE BİR İMGE: ESPIYE PİDESİ

Dr. Öğr. Üye. Mehmet ÖZDEMİR\*

*“Pişirme insanın doğayı dönüştürme kabiliyetini gösterir”* (Judith GOODE)

### ÖZ

Bu makalede geleneksel Türk mutfak kültürünün bir imgesi olarak Espiye pidesi, üretim, tüketim ve kültürel bağlamında ele alınmaktadır. Mutfak, insanların çeşitli ürünleri (bitkisel, hayvansal vb.) bir araya getirerek yemeğe/besine dönüştürdükleri artistik bir deneyim alanıdır. Yemeğin türünü ve adını, seçilen ürünler yanında yöresel özellikler ve kültür belirlemektedir. Son yıllarda insanların beslenme alışkanlıkları yöresel, doğal, organik vb. imajların etrafında şekillenmeye başlamıştır. Söz konusu imajların Türk mutfak kültürüne olan etkileri de köy ve kültürene ait ürünleri öne çıkarmıştır. Bu bağlamda Türk mutfak kültüründe et ve buğdayın yeri sorgulanarak yemeğe dönüştürme işlemleri pide açısından tartışılmaktadır. Pidenin hazırlanması sürecinde gerekli maddelerin temini, ürün tercihi ve karar verme, malzemeyi işleme, usta mahareti, pişirme süresi, servis seçenekleri gibi unsurlara dikkat çekilmektedir. Beslenme olgusu, sadece öğün (kahvaltı, öğle ve akşam yemeği) kavramıyla geçiştirilecek bir konu değildir. Özellikle insanların deneyime bağlı turizm olgusuna yöneldikleri bir dönemde, mutfağın sanatsal ve kültürel yaratım alanı olarak öne çıkması, marka, patent, coğrafi işaret ve tescil süreçlerini öne çıkarmıştır. Söz konusu olgular doğrultusunda mutfağın bir kültür turizmi alanı olarak şekillendiği söylenebilir. Gastronomi turizmi olarak da bilinen bu yeni anlayış, temelde önemli bir fizyolojik ihtiyaç (giderilmesi zorunlu) olması hasebiyle kendi kültürünü ve anlayışını vücuda getirerek bu kapsamda yöresel mutfakların önem kazanmasını sağlamıştır. Bu kapsamda makalede Espiye Pidesi olarak bilinen mutfak imgesini öne çıkaran özellikler tespit edilerek Türk mutfak gelenekleri içerisindeki yeri sorgulanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür, Turizm, Gastronomi, Mutfak, Yemek, Marka, Reklam, Pide.

### GEOGRAPHICAL SIGNS AND AN IMAGE IN TURKISH CUISINE CULTURE: ESPIYE PITA

*“Cooking represents human ability to transform nature”* (Judith GOODE)

### ABSTRACT

In this article, Espiye pita as an image of traditional Turkish cuisine culture is discussed in the context of production, consumption and cultural. The kitchen is an artistic experience area where people combine various products (vegetable, animal, etc.) convert to food and nutrient. The type and name of the food is determined by the local characteristics and culture as well as the selected products. In recent years, people's nutrition habits, regional, organic etc. started to take shape around images. The effects of these images on Turkish cuisine culture highlighted the belonging to products of the village and its culture. In this context, the place of meat and wheat in Turkish cuisine culture is questioned; also conversion processing to food is discussed in terms of pita. In the process of preparing pita attention is paid to the elements such as supply of necessary ingredients, product choice and decision making, processing of ingredients, mastery dexterity, cooking time, service options. The concept of nutrition is not only a matter to be passed on with the concept of repast (breakfast, lunch and dinner). Especially in a period when people turn to the phenomenon of experience-related tourism the fact that the cuisine came into prominence as an area of artistic and cultural creation, highlighted the brand, patent, geographical mark and registration processes. According to these facts, it can be said that the cuisine is shaped as a cultural tourism area. This new understanding, also known as

\* Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili Ve Edebiyatı Bölümü, Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı, mehmet\_ozdemir@outlook.com.tr, Orcid ID: 0000-0002-9046-4735

gastronomy tourism it has brought its own culture and understanding to the body due to the fact that it is an important physiological need (compulsory) and has enabled the regional cuisines to gain importance in this context. In this context, the features that highlight the cuisine image known as Espiye Pita are identified and their place in Turkish cuisine traditions is questioned.

**Keywords:** Cultural, Tourism, Gastronomy, Cuisine, Food, Brand, Advertisement, Pita.

## Giriş

Mutfak kültürü, yemek kültürü, beslenme kültürü, beslenme turizmi, damak tadı, yemek ve statü, beslenme ve sofrada adabı, beslenme ve diyet vb. gibi çalışma alanları pek çok disiplinin ele aldığı konulardır. Bu anlamda mutfak her yönüyle felsefeden sosyolojiye, psikolojiye, ekonomiye, tarihe, sanat tarihine, antropolojiye, arkeolojiye ve halkbilimine kadar uzanan disiplinlerarası bir alandır. “Gıdayla ilgili üretimler, gıdaların dolaşımı, dağılımı, gıda üretimi ile ilgili meslekler, tüketim alışkanlıkları, ürünler, yemek pişirme teknikleri, mutfak, sofrada adabı, gelenekler, tat algısı, inanışlar, tıp ve beslenme ilişkisi gibi alanlar yemek kültürü çalışmalarının içinde yer alır” (Samancı, 2012: 27). Yemek kültürü çalışmaları gıda üretiminden başlamaktadır; meslek ve çiftçilik folkloru bu anlamda önemli bir alan olarak öne çıkmaktadır. Ziraatçilik veya ziraat kültürü olarak da bilinen tarla ve tarım işlemleri çeşitli işlem basamaklarından oluşmaktadır. Bunlar, elde edilecek ürün için tohum veya fidan tercihi, tarla seçimi, toprağın işlenmesi, ekim ve dikim, tarla bakım, besleme ve sulama işlemleri, hasat tercihi, kurutma, saklama, pazarlama vb. şeklinde sıralanabilir. Tarlada üretimi yapılan ürünlerin hasat sonrası ulaştığı yer insanların mutfaklarıdır.

Yeryüzündeki canlıların çeşitliliği kadar beslenme türlerinde de farklılıklar bulunmaktadır. Bu anlamda “...farklı halklar çok farklı gıdalarla beslenmektedir: Gıda hammaddeleri farklıdır; onları saklama ve pişirme yöntemleri farklıdır; miktar ve çeşitleri farklıdır; lezzetleri farklıdır; servis biçimleri, araç-gereçler, gıdaların özelliklerine ilişkin inançlar vb. hep farklı farklıdır” (Tez, 2012: 9). Toplumların söz konusu bu beslenme tarzları onların kendi beslenme kültürlerinin oluşumunda en önemli etken konumundadır.

Bir toplumda, alt-üst tabakalarda ve nihayet aile bireyleri arasında bile beslenme alışkanlıklarında farklılıklar görülebilir. Sanayi devriminden sonra yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler neticesinde ülkeler arasında aşılması imkânsız sınırlar ortadan kalkmaya başlamıştır. Bilimsel buluşlar ve teknolojinin baş döndürücü bir hızla geliştiği günümüzde ulaşım problemleri en aza indirilmiştir. Bunun bir sonucu olarak doğu ve batı mutfak kültürleri arasında geçişler yaşanmıştır; hatta iki kültür harmanlanarak yeni yiyecek ve içecekler geliştirilmiştir. Bu kültürlerarası geçiş çoğu zaman toplumların birbirinden etkilenmesi sonucunu da ortaya çıkarmıştır. Ancak burada ortaya çıkan olumsuzluklara da değinilmelidir. Geleneksel olanın kültürlerarası bir sistemle daha çok yaygınlaşması beklenirken “...turizm alanına kaydırılan yatırım anlayışı geleneksel olanı mekânsal ve niteliksel bağlamda imha yoluna gitmiş ve yerine küresel olanı icat” (Ölçer-Özünel, 2011: 257) ederek markalaşma yoluyla piyasa ekonomisini yaratmıştır. Bu kapsamda yurt dışına açılan Türk mutfağı kendisine “otantik” süsü verilen geleneksel doku kazandırılmış küresel ürünlerle rekabet etmek zorunda bırakılmıştır. İç pazarlarda da benzer bir durum söz konusudur.

Özellikle geleneksel mutfakları hedef alan ve tektipleştirici bir beslenmeyle kültürel kodları ortadan kaldıran söz konusu durum ulusal ve uluslararası birtakım koruma politikalarına ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Pek çok unsur gibi mutfak kültürü de “etrafında oluşan gelenekler, sanatlar ve ritüeller, doğa ve çevreyi deneyimlerle kültürel mekâna dönüştürme bakımından etkin yeri ile önemli bir somut olmayan kültürel miras alanı” (Oğuz, 2013a: 9) olarak korunmaya ihtiyaç duyduğu düşünülerek çeşitli adımlar atılmıştır. Türk yemek kültürüne ait unsurlar da UNESCO tarafından tescil edilerek dünya mirasları arasındaki yerini almıştır. Geleneksel Tören Keşkeği (2011), Mesir Macunu Festivali (2012), Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği (2013) ve İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Jupka, Katırma, Yufka (2016) temsili listeye kaydedilmiştir. Ayrıca Gaziantep (2015), Hatay (2017), Afyon (2019) yılında mutfak kültürüyle Gastronomi alanında yaratıcı şehirler ağına eklenmiştir (Erişim Tarihi: 04.01.2020; <http://www.unesco.org.tr>).

Tüketim zincirinin besinler bölümü kendi içerisinde iki başlıkta incelenebilir. Birinci grupta doğal ve organik, ikinci grupta yapay/işlenmiş besinler yer alır. Besinlerin üretim itibarıyla iki başlıkta ele alınması, beslenme konusunda sağlıklı beslenme anlayışını gündeme getirmiştir. Sanayileşmenin bozucu etkisiyle gıdalardaki değişimin kır/köy yaşamına dönüşü tetiklediği düşünülmektedir. Bu anlamda “bugün doğada, doğayla birlikte, doğal ürünlerle doğal olarak yaşamak, kent tutsaklarının özgürleşme projeleri” (Özdemir, 2012: 59) olarak sunulmaktadır. Bunun bir sonucu olarak toplumsal yaşamın hemen her kademesinde kendini yeniden hissettirmeye başlayan bir yerellik ve yöresellik tutkusu görülmektedir.

Bugünün köy ve doğa özlemi çeken kentlileri, çeşitli internet siteleri üzerinden sağlanan oyun ve uygulamalarla sanal ortamda tarla ekme biçme ve ürün yetiştirmeye yönelik faaliyetlerle bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar. Burada bir dönem sıradan olmakla suçlanan ve ötekileştirilen yerel/kırsal/köy vb. üretimler, insanların standartları aşma ve yeni deneyimlerde bulunma tutkusunun bir sonucu olarak sıradan olmaktan kurtulmaya başlanmış, yerelle olan toplumsal ilişkiler güçlendirilmiş ve yerel olan tüketilmeye başlanmıştır (Urry, 1999: 10). Yerel olana yöneliş, doğal ürünler anlayışının yerleşmesi sürecinde köy olgusuna yapılan vurgu dikkat çekicidir. Doğal ürünlerin isimlendirilmesinde büyük oranda bu köy markası kullanılmaktadır: *Köy yumurtası, köy peyniri, köy/ev tipi yoğurt, kestane ve anzer balı, köy elması, köy domatesi* bunlardan bazılarıdır. Doğal ürünlere yönelen talep yatırımcıların dikkatini çekmiştir. Söz konusu anlayış köy markalarıyla da sınırlı kalmamıştır. Bu anlamda günümüz sosyal medyasında damak lezzeti üzerinden reklamı yapılan Dilve Obruk Peyniri ve Kars Gravyeri son döneme damgasını vuran ürünler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda doğal ürün üreticileri, tarlalar, bahçeler ve bunları destekleyen büyük yatırımcılar, markalaşmaya yönelmişlerdir. Bu işletmeler “*organik mutfak, mavi yeşil, yeşil bahçe, doğal dükkân, saklı bahçe*” vb. isimlerle markalaşmıştır. Gelenekten geleceğe sağlıklı bir yaşam temennisiyle hedef kitleye gelenekçi ama yeni sayılan beslenme anlayışları ve mutfakları tanıtılmakta; bu anlayış çevresinde bir tüketim piyasası ve kültürü oluşturmaya başlanmaktadır.

### **Beslenme Turizmi veya Gastronomik Seyahat**

Beslenme turizmiyle ortaya çıkan lezzet düşkünlüğü anlayışı günümüzde gastronomi olarak bilinen bilim dalının çalışma alanıdır. “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, 2012: 9). Gastronomi kavramsal anlamından da anlaşılacağı üzere lezzet arama sanatıdır. Gastronomi esasında yemeklerin kültürdeki anlamını ifade eden bir bilim dalıdır. Yiyecek ve içecek hazzıyla ilgili bir anlayışa sahip olan (Deveci, vd. 2013: 30) gastronomi, esasında insanın damak zevkine hitap eder. Bu anlamda “mutfağın bir tasarım veya yaratıcılık alanı sayılması yerleşik kabulleri de kökünden değiştirmektedir” (Özdemir, 2012: 235).

Yemek, turizmin önemli araçlarından birisidir. Bu anlamıyla yemeğin beslenme ihtiyacı dışında pek çok işleve sahip olduğu söylenebilir. Paul Fieldhouse yemeğin sekiz farklı fonksiyonunu tespit etmiştir. Bunlar “statü simgesi, dostluk, arkadaşlık ve iletişim, hediyeleşerek paylaşma, festivaller, ziyafetlerde eğlence aracı, törenlerde yiyecekler, ailenin yüceltilmesi, üstün tutulması, turizm yoluyla ülkelerin yakınlaşması” (aktaran Tezcan, 2000: 15) şeklinde sıralanmaktadır. Yemek sahip olduğu bu işlevlerin bir sonucu olarak turizm etkinliklerinde başat unsur olarak öne çıkmaktadır. Yemek etrafında şekillenen turizm etkinlikleri ülkeleri birbirine yakınlaştırmaktadır (Tezcan, 2000: 18). Turistler ziyaret ettikleri ülkelerde birbirinden farklı mutfakların değişik lezzetlerini denemeyi ihmal etmezler. Beğenilen yemeklerin tarifleri not alınır; buna bağlı olarak söz konusu mutfak ürünü, ziyaretçilerle birlikte ülke sınırlarını aşmaktadır. Bu makalede incelenen konu kapsamında yemek kültürünü keşfetmeye odaklanan ve beslenme turizmi ya da gastronomik seyahat olarak adlandırılan bu anlayış da esas itibarıyla kültür turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Kültür turizmi bireye yönelik bir deneyim sektörü olarak öne çıkarken turistler de kültürel deneyim avcısı olarak tanımlanmaktadır (Özdemir 2012: 229).

Farklı kültürleri, farklı lezzetleri deneyimleyen kültür turistlerinin yaşadığı haz, bu alana dikkat çeken önemli bir olgudur. Söz konusu etkiyi yaratan elbette geleneğin içinde yetişerek geleneksel bilgi ve pratikleri özümsemiş olan ustanın maharetidir. Bu bağlamda kültür turizminde amaç, yaşayan insan hazinelerinin peşinden gitmektir. Dolayısıyla kültür turizminde gelenek ve doğal yaşam birleşen iki kavram olarak gün yüzüne çıkmaktadır. Burada önemli olan kültür turizmi politikalarına göre geleneğin doğasıyla birlikte doğallığının korunması ve kendi sürecinde yaşayarak, gelişerek devam ettirilmesini sağlamaktır (Özdemir, 2012: 230).

Günümüzde doğal olana duyulan özlem pek çok sektörde kendisini hissettirmektedir. Buna bağlı olarak kırsal alanlara yönelen turizm hareketleriyle buralarda tüketilen gastronomik ürünler birbirini tamamlayan unsurlardır (Deveci vd. 2013: 29). Bir unsurun özgünlüğünde coğrafi ve kültürel özelliklerin belirleyici olduğu unutulmamalıdır. Mutfak kültürü ve buna bağlı olarak gelişen seyahatlerde amaç, lezzetleri geleneğin ustasının elinden tatmaktır.

### **Coğrafi Tescil İşareti ve Beslenme Turizmi Kapsamında Espiye Pidesi**

Yemek üretim, tüketim bağlamı açısından gelenekselleşen bir kültürel göstergeler sistemidir. Mutfağın imgesel bir imaj ve marka olarak ortaya çıkması beslenmenin doğasını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu daha ziyade fizyolojik bir ihtiyaçtan deneyim

ve haz duymaya yönelik gastronomik seyahat kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu turizm çeşidinde bir bölgenin, yörenin mutfakla ilgili mirası ve ustanın/aşçının mahareti görülmeye/deneyimlenmeye değer bir ürün olarak kabul edilmektedir (Deveci, vd. 2013: 31). “Yerel halkın yaşam tarzı, gelenek ve görenekleri, yöreye özgü yiyecek ve içecekler, yerel ürün ve hizmetlerdeki çeşitlilik, söz konusu seyahatleri oldukça cazip kılmaktadır” (Güneş, vd. 2008). Dolayısıyla beslenme anlayışı, gereksinimlerden sıyrılmaya başlamış ve gittikçe artan bir şekilde arzulara dayanan bir olgu olmaya başlamıştır. Bocack, tüketim ile arzular arasındaki bağın temelde batı kapitalizmiyle ilişkili olduğunu vurgulamıştır. Üretilen malların gösterge ve semboller kullanılarak albenili hale getirilmesi sonucunda bu mallar, tüketicilerin zihninde daha çekici hale gelmiş ve bu sayede tüketim ile arzular arasında bir bağlantı kurulmuştur (2005: 13). Bu felsefi yaklaşımdan hareketle “batı tarzı kapitalizmde yirminci yüzyılın sonlarında karşılaşılan türden tüketim olgusuna yalnızca yararcılık açısından ve ekonomik bir süreç olarak değil, gösterge ve sembollerin de içinde olduğu bir sosyal ve kültürel süreç olarak bakmak mümkündür” (Bocock, 2005: 13).

Mutfak özel bir alandır, bütün sanatçıların ustalıklarını sergiledikleri atölyeleri vardır. Aşçıların marifetlerini sergiledikleri yer mutfaklarıdır. Bu anlamda “...mutfak hepsi birlikte kaynasın diye her şeyin bir kazanın içine atıldığı düzensiz bir evren” (Rigotti, 2011: 50) olarak görülmemelidir. Her işin kendine özgü ve sadece o işi yapanlar tarafından bilinen püf noktaları vardır. Bunlar sözlü, yazılı ya da uygulamalı bir dil olarak düşünülmelidir. Bu yönüyle mutfağın sahip olduğu dil de kültürden kültüre değişkenlik gösterir. Mutfaktaki dili sadece mutfakta bulunanlar, daha açık bir ifadeyle o kültürün insanları ve yetenekli aşçılar bilmektedir. Bu yönüyle “...yiyeceklerin bir dil, dilin de bir yiyecek olduğunu” (Rigotti, 2011: 51) bilmek gerekir.

Türk mutfak kültürünün önemli bir yere sahip olan pide, el ve hamur işi yiyecek grubunda yer almaktadır. Pide, esas itibarıyla hamurun ve iç malzemesinin hazırlanması açısından usta maharetine bağlı olarak damak zevkine hitap eden bir üründür. Üretimdeki yoğunluğu ile tüketim sektöründe kendisine özel bir yer edinmiş ve markalaşma çalışmalarında bir hayli ivme kazanmıştır. Daha çok Karadeniz ve kırsal pidesi olarak tüketim sektöründe adından söz ettirmektedir. Tüketimine bağlı olarak pide etrafında bir yiyecek kültürünün meydana geldiği söylenebilir. Pidenin sahip olduğu özellikler dikkate alındığında hamburger, sandviç, pizza vb. gibi fast food beslenme anlayışının simgeleri olan yiyeceklerin bir rakibi ve alternatifi olması açısından Türk mutfak kültüründe önemli bir imge olarak öne çıktığı söylenebilir.



otoğraf 1: Pide Çeşitleri

Pide, ülke içinde ve dışında üretim-tüketim dengesi açısından düşünüldüğünde kendisine son derece önemli bir yer edinmiştir. Genelde Karadeniz pidesi, özelde ise Giresun pidesinin bir marka olarak kendisini tanıttığı bilinmektedir. Bu anlamda Giresun özelinde kullanılan malzemenin temini, ürünün hazırlanması, şekil özellikleri, pişirme tekniği, sunum ve damak lezzeti gibi özelliklerden hareketle Espiye Pidesi markası ortaya çıkmıştır.

Türkiye'nin pek çok bölgesinde belirgin bir şekilde yiyecek ve içecek sahiplenme duygusu bulunmaktadır. Yemek milliyetçiliği olarak bilinen, hazırlanmış gıdalarda olduğu gibi doğal ürünlerde de kendini hissettiren bu duygu, daha kaliteli ürün yetiştirme ve daha lezzetli yemekler hazırlama güdüsünü beslemektedir. Baklava, dondurma, kebab, simit, pide vb. gibi hazırlanmış; fındık, fıstık, üzüm, incir, kiraz, elma, zeytin vb. doğal ürünlerde bu duygu belirgin şekilde görülmektedir. Bu anlamda gerek ülkeler gerek şehirler bazında yemeklerin sahiplenmesi ve mutfak kültürlerinin yarıştirilmesi söz konusu olmaktadır.

Türkiye'nin hemen her bölgesinde mutfakları süsleyen pideler, pek çok il ve ilçe tarafından şehri tanıtan, gastronomik seyahat açısından rakiplerinden farklı olarak öne çıkaran önemli birer marka olarak görülmektedir. Dolayısıyla üretim yapılan il ve ilçelerde her mutfağın özelliğini yansıtan pideler hazırlanmaktadır. Özellikle de Karadeniz sahili boyunca Samsun, Çarşamba, Bafra, Terme; Ordu, Ünye, Fatsa; Giresun, Espiye, Görele Eynesil; Rize gibi il ve ilçelerin pideleri önemli lezzetler arasında yer alır. Burada açıklanması gereken bir başka olguda pidenin coğrafi işaret anlamında büyük oranda Karadeniz ile özdeşleşmiş olmasıdır. Bu durum tamamen üretim ve tüketim dengesiyle ilgilidir. Karadeniz pidesi Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize illerinde üretilen ve coğrafi olarak işaretlenen ürünün ortak adıdır.

Türk Patent Enstitüsü verileri incelendiğinde pek çok kentin kendine özgü doğal, somut ve somut olmayan kültürel miraslarını tescil ettirdikleri anlaşılmaktadır. Bu kapsamda yapılan ve Coğrafi İşaret olarak adlandırılan tesciller, marka kent oluşturma yolunda atılan önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bir ürünü markaya dönüştürmenin yollarından birisi de coğrafi açıdan işaretlenmesidir. Türk Patent Enstitüsü tarafından Coğrafi İşaret şu şekilde tanımlanmıştır: "Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir" (Erişim Tarihi: 03 Ocak 2020; <http://www.tpe.gov.tr/portal/default-2.jsp?sayfa=421>). Belirli özellikleriyle bir coğrafyaya özgü olan ürünlerin, tescil edilmesi açısından Coğrafi İşaretler "*menşe adı*" ve "*mahreç işareti*" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

"Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması; tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması durumunda "*menşe adını*" belirtir. Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde

yapılması, durumunda “mahreç işareti” göstergesini belirtir” (Erişim Tarihi: 03 Ocak 2020; <https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir>).

Coğrafi işaret başvuruları markalaşma ve ürünün coğrafyaya aitliği kapsamında tescil çalışmalarını da ön plana çıkarmıştır. “Yerelliğin (yerelin) dünya ile buluşması, sloganıyla tanıtılan coğrafi işaretler, doğrudan kültür ekonomisi, dolayısıyla da kültür turizmi ile ilgili bir tescil sistemidir” (Özdemir, 2012: 236). Bu anlamda Giresun için “Çamoluk Şeker Kuru Fasulyesi, Giresun Kalınkara Fındığı/Giresun Karası, Giresun Sivri Fındığı, Giresun Tombul Fındığı, Piraziz Elması (Menşe); Görele Dondurması, Tamzara Dokuması (Mahreç) adıyla Coğrafi İşaret olarak tescil edilmiştir. Ayrıca Giresun Pidesi adıyla 31.12.2018 tarihinde tescil başvurusu yapılmış olup ilgi süreç devam etmektedir (Erişim Tarihi: 05.01.2020; <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/liste?il=28>).

Coğrafi İşaret Tescili dışında bir ürünün markaya dönüştürülmesinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu anlamda Espiye Pidesini belli bir yöreye özgü kültürel nitelikleriyle markalaştırılması yönünde de girişimler olmuştur. Park Pide 19.10.2009, Kukul Pide 03.09.2012 tarihlerinde Espiye ilçesi adına pide markası olarak tescil edilmiştir (Erişim Tarihi: 05.01.2020; [https://online.turkpatent.gov.tr/trademark-search/pub/trademark\\_result#trademark\\_result](https://online.turkpatent.gov.tr/trademark-search/pub/trademark_result#trademark_result)).

Türkiye’de tescil uygulamalarının birincil işlev geleneğin korunması değildir. Burada kültürel ekonomik bir bakış açısıyla değer-deneyim alanı yaratma, içerik oluşturma ve maddi kazanç sağlama amaçlanmaktadır. Marka kültürü de esasında ürünün, üretimden tüketime ve üreticiden tüketiciye standart bir şekilde ulaşmasını sağlayarak kendine özgü kültürel ekonomik bir alan olarak gelişme göstermesini sağlamaktadır. Marka, sade ve gösterişsiz içeriklerin, ambalajlanarak, belgelenerek, yeniden sunulması ve pazarlanmasında işlevsel bir yol olarak piyasasının oluşturulmasıdır. Sanayi devriminden itibaren üretimde yaşanan hızlı markalaşma dürtüsü, yerel ve geleneksel olanın da değersizleşmesini beraberinde getirmiştir. Bir dönem aşağılanan-ötekileştirilen-burun kıvrılan el yapımı üretimler ancak marka, patent ve coğrafi işaretleme ile eski önemine kavuşmuştur. Geleneğin markalaşmada önemli olan yöresel niteliklerin korunmasıdır. Dolayısıyla burada unutulmaması gereken bir ürünü satandan çok yapan, yani geleneğin ustasının önemsenmesidir. Dolayısıyla doğal ve kültürel kaynaktan beslenen yaratıcının ve yaratıcılığın korunması son derece önemlidir.

Bir ürünü markaya dönüştürmenin ve tanıtımın önemli yollarından birisi de şenlik, festival, kent tanıtım günleri gibi reklam içeriklerinden faydalanmaktır. Bu anlamda Espiye Pidesi, Karadeniz’in çeşitli yerlerinden gelen ziyaretçilerin katılımıyla adına yedi festival düzenlenen bir üründür<sup>1</sup>. Türkiye’nin ünlü sanatçılarının katıldığı bu kutlamalar, en uzun pide hazırlama ve en hızlı pide yeme yarışması gibi çeşitli oyun ve müsabakalara ev sahipliği yapmıştır. Söz konusu festival Espiye Pidesinin adını ve markasını, Türkiye genelinde duyurmasında büyük rol oynamıştır. Yerel ve ulusal

---

<sup>1</sup> Espiye Pide festivali anahtar sözcüğü ile arama motorlarında yapılan taramalar neticesinde sekiz biden fazla içerikle karşılaşılmıştır.

basında büyük yankı yapan bu kutlamalar, Espiye Pidesinin marka değerini de arttırmıştır. Bu anlamda CİNE 5 kanalında çıkan bir haberin içeriği şu şekildedir:

“Giresun’un Espiye Belediyesi tarafından düzenlenen 6. Pide ve Kültür Sanat Şenliğinde pide ustaları en uzun pide; vatandaşlar da en hızlı yeme yarışmasında ter döktü. Marka haline gelen Espiye Pidesinin en uzununu yapmak için ustalar hünerlerini sergiledi. En uzun pide yarışmasında geçen yılın iki metrelik rekorunu kırarak 2,66 cm pidesiyle Kemalettin Yılmaz birinci oldu. Daha sonra en hızlı pide yeme yarışmasına geçildi. Bu dalgada ise gün boyu yemek yemediğini söyleyen Ethem Külsürü birinci oldu” (Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; [https://www.youtube.com/watch?v=7LD\\_EitkZvE](https://www.youtube.com/watch?v=7LD_EitkZvE)).

Günümüzde gerek markası gerek pazarıyla bir kent markasına dönüşen Espiye Pidesinin tescillenmesinde çeşitli özellikler öne çıkmaktadır. Espiye’nin meşhur pide ustalarından Kemalettin Yılmaz, Espiye Pidesini benzerlerinden ayıran özellikleri şu şekilde sıralamıştır: “1. Hamuru, 2. İçindeki Malzemesi, 3. Doyurucu Olması, 4. Hazımsızlık Yapmaması, 5. İnce ve Leziz Olması” (Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://www.youtube.com/watch?v=z63NLxVkjkc>). Pide ustasının burada sıraladığı özellikler elbette tadım ve gözlem sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak asıl vurgulanması gereken Espiye Pidesinin üretim bağlamı iş ve işlemlerin çeşitliliği bakımından el maharetine dayanmaktadır. Hamurun ölçüsü, kıvamı, içindeki karışımın içeriği ve miktarı, pişirme süresi ve teknikleri gibi detaylar hiçbir koşulda paylaşılmamaktadır. Hiçbir usta eserinin püf noktalarını açıkça söylemez. Bu onun eseriyle arasında olan bir sırrıdır. Burada bahsi geçen özelliklere ek olarak ustanın mahareti, geleneksel bilgiyle birleşince söz konusu lezzet ortaya çıkmaktadır.

Yemek kültüründe tüketilen besinlerin doyurucu olması dışında çeşitli yönleri öne çıkmaktadır. Bu anlamda Espiye pidesi hamurunun inceliği ve boyutuyla benzerlerinden açık ara öndedir. Bir karşılaştırma yapılacak olursa Ordu-Ünye, Samsun-Bafra ve Terme pideleri gerek hamur kalınlığı gerek şeklinden dolayı Espiye Pidesinden ayrılmaktadır. Söz konusu pideler boyut itibarıyla daha küçük ve şekil itibarıyla geniş kayak modelidir. Bazı restoranlarda yuvarlak olarak da servis edilmektedir. Bir başka tür olan kır pidesi ise küçük atıştırmalık grupta yer almakta ve genellikle önceden hazırlanarak talep durumunda ısıtılarak servis edilmektedir. Peynirli, ıspanaklı, kıymalı türleri olan kır pidesi daha çok pastane tarzı yerlerde satılmaktadır.

Espiye Pidesi, içinde kullanılan malzemenin (et, sebze, tereyağı, yumurta, peynir vb.) özel olarak seçilmesi yanında gerek lezzeti gerek sindirimi açısından oldukça başarılıdır. Bir insanın yemek yeme davranışının altında yatan birincil güdü elbette açlığın giderilmesidir. Bu anlamda Espiye Pidesi, gerek porsiyonu gerek içerisinde yer alan ürünlerin kalorisi bakımından doyurucu bir yemek türüdür. Tüketilen besinlerin kalitesinin anlaşılmasında bir başka ölçüt de midede kolayca sindirilmesidir. Espiye pidesinin temel özelliği hamurun kıvamı ve inceliğiyle, içinin doğal ürünlerden elde edilmesine bağlı sindirim kolaylığıdır; bu pidenin en çok vurgulanan yanı hazımsızlık yapmamasıdır. Burada sayılan incelik, yumuşaklık, hafiflik, lezzet gibi özellikler damak zevkine hitap etmektedir. Bu anlamda Espiye Pidesi sahip olduğu bütün bu özelliklerle el maharetine dayalı lezzetli bir hamur işi besin grubunda yer almaktadır.



Espiye Pidesinin hazırlanmasında kaliteli un ve maya kullanımı kadar yöreden temin edilen doğal tereyağı, köy peyniri, köy yumurtası, sinirleri ayıklanmış etler önemli bir yer tutmaktadır. Burada endüstriyel market ürünleri yerine elde işlenmiş, tereyağı, peynir, et ve gezen tavuklardan elde edilen köy yumurtası kullanılması pidenin lezzet bir tarafa yukarıda sıralanan özelliklere sahip olmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla Espiye Pidesinin kalitesinde yöresel özelliklerin belirleyici bir katkısı olduğu düşünülmektedir. Yöresellik her ne kadar tüketim kültürünün bir stratejisi olarak öne çıkarılsa da gerçek anlamıyla belli ürün gruplarında kendini öne çıkarmaktadır.

Espiye pidesinin en önemli özelliklerinden birisi de hazırlanan malzemenin odun ateşinde taş fırında pişirilmesidir. Espiye Pidesinin elektrik ya da doğal gaz ısıtmalı fırınlarda pişirilen pidelere oranla daha lezzetli olmasında taş fırınların önemli bir yeri vardır; odunun taşa verdiği ısı ve yavaş pişirme (kendi ısısında) hem hamurun pişkinliğinde hem de kıtırlığında etkilidir; dolayısıyla burada fırından kaynaklı özellikler olarak öne çıkmaktadır.



**Fotoğraf 2:** Taş fırında Espiye Pidesinin pişirilmesi

Espiye Pidesinin kıymalı, kuşbaşı, karışık, kaşarlı, yumurtalı ve sebzeli çeşitleri vardır. Pide hamuru müşterinin talebi üzerine şekillendirilmektedir. Seçilen pide çeşidine göre hamur kayık veya yuvarlak olarak şekillendirilmektedir. Kayık pideler dar ve oldukça uzun bir şekle sahiptir. Kayık pidelerde hamura kayık şekli verilerek içi doldurulmaktadır. Pidenin uzunluğu genellikle bir metrenin üzerindedir. Bir veya bir buçuk porsiyon şeklinde sipariş verilmektedir. İki porsiyon ise genellikle iki ayrı pide olarak servis edilmektedir. Kayık şeklinde olan kıymalı pide çeşidi, iç malzemenin konulmasından sonra üzeri kapatılarak pişirilmektedir. Servis esnasında müşterinin talebine göre üstü açılarak yumurta veya tereyağı konulabilir. Ayrıca servis durumu müşteri talebine göre bütün veya kesilmiş olabilmektedir. Kuşbaşı, karışık ve sebzeli pideler açık kayık şeklinde biçimlendirilmekte ve iç malzemesi koyularak pişirilmektedir. Bu çeşitlerde de müşterinin talebine göre yumurta ve fazladan tereyağı piştikten sonra (servis esnasında) konulmaktadır. Genellikle kaşarlı ve yumurtalı pideler yuvarlak olarak şekillendirilmektedir.

Espiye Pidesinin sunumunda da yöresel özellikler öne çıkmaktadır. Pideye genellikle yayık ayrıntı, turşu veya turşu kavurması, yeşillik, talep olması durumunda domates salatası eşlik etmektedir. Müşterilere acı biber ve çeşitli baharatlar yanında talep olması durumunda tereyağı da verilmektedir. Pidenin bol tereyağı ile tüketilmesi ayrı bir lezzet vermektedir. Espiye Pidesi müşterinin talebine göre bütün ya da kesilmiş olarak servis edilmektedir.

Sahip olduğu özellikler benzerlerinden ayrılan Espiye Pidesinin üretim ve tüketim bağlamı oldukça geniştir. Burada Giresun özelinde pidenin kültüre dönüştüğü ayrıca belirtilmelidir. Pide özellikle ramazan ayında iftarların vazgeçilmezidir. Giresun yöresel mutfağında her yıl ramazan ayında aileler ve komşular, iftar sofralarını “yağlı” adını

verdikleri pidelerle donatmışlardır. Bu anlamda pide gerek dinî boyutuyla iftarda buluşmanın gerek kültürel boyutuyla aynı sofrayı paylaşmanın sembolü olmuştur. İftarda topluca tüketilen bu pideler, genellikle “yağlı” olarak anılmakla birlikte, her çeşitte hazırlanmaktadır. Pide restoranları yanında ekmek fırınları da artan talep karşısında yağlı siparişi almaktadır. Yağlı olarak adlandırılan bu pidenin hamuru fırınlar ve restoranlar, iç malzemesi ise müşteriler tarafından hazırlanmaktadır. Müşteriler kendi damak zevklerine göre pidenin iç malzemesi evlerinde hazırlanmakta ve fırın ya da restoranlara götürmektedir. İftar saatine az bir zaman kala pişirilen pideler ambalajlanarak iç malzemeyi getiren sahiplerine teslim edilmektedir.

Espiye’de pidenin bir başka önemli tüketim bağlamı da kutlamalardır. Bunlar arasında geçiş dönemleri (doğum, sünnet, askerlik, nişan, düğün, mezuniyet, atanma, rütbe değişikliği, terfi, emeklilik vb.) başta gelmektedir. Söz konusu durumlarda pide tüketme davranışı, geleneksel bir nitelik kazanarak bir ritüele dönüşmüştür. Kutlamalarda pide yenilmesi mutluluğun ve başarının ödüllendirilmesi olarak da düşünülebilir. Pide söz konusu kutlamalar dışında yerel veya genel seçim dönemlerinde, politik amaçlar için önemli bir nitelik taşımaktadır; yine bürokrat, milletvekili ve bakanların il ve ilçe toplantıları; tanışma başta olmak üzere parti içi kaynaşmalar genellikle pide restoranlarında kutlama havasında yapılmaktadır.

Bir mutfak göstergesi olarak Espiye Pidesi, misafir ağırlamalarında ikram edilen başlıca yemeklerden birisidir. Şehir dışından gelen gününbirlik misafirlerin güzel bir deneyim yaşamaları ve anısal belleğe yeni veriler eklenmesi bakımından Espiye Pidesi önemli bir seçenektir. Sosyal medya belleğinde yer alan paylaşımlar dikkate alındığında başta turizm olmak üzere, bir şekilde Espiye güzergahından geçenlerin mola verdikleri mekânların başında pide restoranlarının olduğu görülmektedir. Söz konusu durum, yaşanmış deneyimlerden hareketle deneyim yaşama ya da var olan anılardan hareketle deneyimi tekrar etme şeklinde bir çeşit pide yeme ritüeli şeklinde açıklanabilir.

Yemek, birçok işlevi bir araya getiren önemli bir deneyim alanıdır. Yemeğin sahip olduğu dinî ve kültürel işlevlerden birisi de sınanmadır (Öğüt-Eker, 2018:178). Mutfak kültürü alanında farklı ve benzer lezzetleri deneyen kişilerin yaşadığı her tadım girişimi, öncelikle mutfağın, yemeği hazırlayan kişinin ve sunumun sınanmasıdır. Bu ayrıca tadına bakılan yemeğin öne çıkan çeşitli özellikleri ya da benzerlerinden ayrılması/fark edilmesi açısından bir sınanmadır. Bu anlamda Espiye Pidesiyle ilgili deneyimlerdeki memnuniyet düzeyi oldukça yüksektir.

Dijital kültür ortamı olan sosyal medya ve internet, marka değeri olan ürünlerin reklam alanıdır. Kişilerin deneyimlerinden oluşan paylaşımlar özellikle yerli turistlerin yemek rotasını belirlemektedir. İnternet üzerinden Espiye Pidesinin söz konusu özellikleri üzerine tüketicilerin yorum ve eleştirilerine erişim sağlanabilmektedir. Espiye Pidesi anahtar kelimesiyle yapılan taramalarda on yedi bine yakın sonuç elde edilmektedir. Ekşi Sözlük’te Espiye Pidesi başlığında yer alan yorumlardan bazıları şunlardır:

“Giresun şehir merkezinde yaşayan müptelalarına, pazar kahvaltısı için 35 kilometre yol teptirecek kadar lezzetli pide. Tabi ki de ömrümde yediğim en güzel pidedir. Giresun merkezde, Bafra’da vs. çakmasını yapıyorlar, fakat

nasıl oluyorsa tadına gram yetişemiyorlar. Bol tereyağıyla birlikte parmaklarınızı yiyeceğiniz lezzet. Kıymalısını ve kuşbaşılısını öneririm. Her sene Trabzon'a giderken yolda mutlaka uğrarım. Espiye girişinde 2-3 tane farklı pideci bulunmakta ve hepsinde de yemişliğim var, hepsi de aynı tadı tutturuyorlar. Tek sıkıntı talep çok olduğu için pideyi bir yarım saat civarında beklememiz gerekiyor. Espiye'yi transit geçmeden bir pide yemeye uğrayın derim (Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://eksisozluk.com/espiye-pidesi--1945139>).

Yemek tutkunlarının en çok kullandığı uygulamalar, Foursquare, Swarm ve Instagram'dır. Bu program gezilip görülen yerlerin işaretlenmesine (check-in), yorumların ve fotoğrafların paylaşılmasına imkân vermektedir. Bu uygulamalar üzerindeki etkileşimler çeşitli vesilelerle Espiye'ye gelen deneyim avcıları tarafından da kaydedilmiştir. "Açık ara yediğim en iyi pideydi. Şanını hak ediyor". "Özellikle ince-çıtır hamuruyla kuşbaşılı-kaşarlı pidesi tavsiyeliktir". "Karadeniz sahilinin en iyi pidesi, karışık pide mutlaka denenmeli" (Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://tr.foursquare.com/v/kukul-pide/4e4562347d8b91a065803f30>).

Espiye Pidesiyle ilgili olumsuz eleştiriler üç başlıkta toplanmaktadır. Müşterilerden bazıları daha önceki pide deneyimlerinde kalın hamurlu pide yedikleri için hamuru ince olan Espiye Pidesini eleştirmişlerdir. Bu durumda doyma algısının damak lezzetinin önüne geçmesi etkili olmuştur. Hamurun ince olması ve hazımsızlık yapmaması Espiye Pidesinin en önemli özelliğidir. İkinci grupta yer alan eleştiri ise hamurun yeterince kırı olmaması üzerinedir. Odun ateşinde ve ideal sıcaklığında pişen pideler, elektrikli fırınlar gibi ürünü kurutmaz ve belli düzeyde çıtır/kıtır yapar. Bu özelliği ile hamurun ince olması birbirine bağlıdır. Eğer pide fırında gereğinden fazla kalırsa yanma belirtileri oluşmaktadır. Espiye Pidesiyle ilgili üçüncü eleştiri ise siparişin gecikmesi üzerinedir. Bu çoğunlukla arz-talep dengesiyle ilgilidir. Ürünün önceden hazırlanıp bekletilmesi mümkün olmadığından ve kaliteden ödün verilmediğinden sipariş hazırlama süresi biraz uzundur. Hamurun açılıp pidenin servise sunulması arz talep dengesine bağlı olarak otuz dakikalık bir süreçtir. Burada üç başlıkta sıralanan eleştirilerin müşterilerin taleplerine bağlı olduğu unutulmamalıdır. Ancak ürünün meşhur olmasını sağlayan kendi özellikleri de göz ardı edilemez.

Espiye Pidesi geçmişten bugüne gerek yerli gerek yabancı turistlerin deneyim alanına giren ürünlerden birisidir. Espiye Pidesi, Giresun özelinde bir kent markası olarak marka süreçlerinin de büyük oranda tamamlamıştır. Bu bağlamda diğer pek çok yemekte olduğu gibi, Espiye pidesi de kültürel mekân oluşumuna katkıda bulunmuştur. Bu anlamda mekân ve ürün birlikteliğinden hareketle kültürel belleğe kodlanan bilgiler, karşılıklı çağrışım sayesinde Espiye ve Pide veya Pide ve Espiye hatırlama işlevini öne çıkarmaktadır. "Kültürel bellekte kodlanarak saklanan erken dönem yaşanmışlıklarının veya seyahat anılarının hatırlama işlevini" (Öğüt-Eker, 2018: 183) pekiştirmesi yeni deneyimlere kapı aralamaktadır.

### **Sonuç**

Bu çalışmada kültür, beslenme ve gastronomi turizmi gibi kavramlardan yola çıkılarak üretim ve tüketim bağlamı açısından Espiye Pidesi ele alınmıştır. Yemeğin insan yaşamındaki önemi özellikle son yıllarda artış gösteren tüketim kültürü eksenli

yanlış beslenme olgusuna ve günümüzde değer kazanan yöresel diğer adıyla doğal olana yönelme politikalarına açıklık getirilmiştir. Son yıllarda marka kent oluşturma politikaları kapsamında yapılan Coğrafi İşaret Tescilli uygulamalarından hareketle Türk mutfak kültürü değerlendirilmiş ve bu kapsamda pide üzerine yapılan uygulamalara değinilmiştir. Bir kent markası olarak Espiye Pidesinin değeri üzerinde durularak Coğrafi İşaret uygulamalarına olan ihtiyacı ortaya konulmuştur. Makalede Espiye pidesi etrafında gelişen kültür ekolojisi ele alınmıştır. Bu anlamda Espiye, pide markasıyla mutfak kültüründe öne çıkmış, ülke içinden ve dışından ziyaretçilerin uğradıkları bir kültürel mekâna dönüşmüştür. Pide etrafında oluşan şenlik geleneği ve pidenin ramazan ayının önemli bir paylaşım unsuru olduğu ortaya konulmuştur. Makalede Espiye Pidesinin özellikleri, diğer pidelerden ayrılan yönleri, müşteri deneyimleri gibi konular çözümlenerek, markalaşmanın gerekliliği vurgulanmıştır.

Coğrafi İşaret Tescil uygulamaları incelendiğinde Espiye Pidesinin de bir an önce bu tescilli alması ve diğer marka pideler arasına katılması gerekmektedir. Üretim-tüketim dengesi düşünüldüğünde Coğrafi İşaret başvurusunun zorunlu bir ihtiyaç olduğu görülecektir. Özellikle son yıllarda artış gösteren beslenme turizm politikaları, gastronomi turları bu gerekliliğin haklılığını açığa çıkartmaktadır. Kültür turizmi ülkelerin mutfaklarını gündeme getiren önemli bir faaliyet alanıdır. Kendine özgü pide hazırlama ve pişirme yöntemleriyle Espiye Pidesi üreticilerin başvurularını yaparak marka kent oluşumuna katkıda bulunmaları gerekmektedir. Gelenek ile geleceği birleştirmek ve birbiriyle bağlantılı kılarak yaşama adapte etmek kültür ekonomisinin zorunlu politikaları olarak görülmelidir.

## KAYNAKLAR

- BOCOCK, Robert, (2005), **Tüketim**, (Çev. İrem Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi.
- DEVECİ, Bilal vd. (2013), "Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği", **IJSES (Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi)**, Volume: 3, Issue: 2, Sayfa: 29-34.
- GOODE, Judith, (2009), "Yemek", (Çev. Fatih Mormenekşe), **Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 3**, Ankara: Geleneksel Yayıncılık, Sayfa: 375-381.
- GÜNEŞ, G. vd. (2008), "Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi", **II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler**, 10-11 Nisan 2008.
- OĞUZ, M. Öcal, (2013a), "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi ve Türkiye Romanya Geleneksel Ortak Mutfağı Projesi", **Aynı Tadı Paylaşmak: Türkiye-Romanya Geleneksel Ortak Mutfağı Çalıştay Bildirileri**, Ankara: Grafiker Yayınları, Sayfa: 7-10.
- ÖĞÜT-EKER, Gülin, (2018), "Farklı Görme Biçimleriyle Modern Dünya Ritüeli Olarak Yemek Kültürü: Sınanma/Erginleme ve İntikam Alma Gizli İşlevleri", **Millî Folklor**, Yıl: 30, Sayı: 120, Sayfa: 170-183.

ÖLÇER-ÖZÜNEL, Evrim, (2011), “Kültür Turizminde Yöresel ve Otantik Olanı Sorgulamak ve Tüketilmiş Mekânları Yeniden Üretmek Üzerine”, **Turkish Studies**, Volume: 6/4, Sayfa: 255-262.

ÖZDEMİR, Nebi, (2012), **Kültür Ekonomisi ve Yönetimi “Seçki”**, Ankara: Hacettepe Yayıncılık

RİGOTTİ, Francesca, (2011), **Mutfaktaki Felsefe**, (Çev. Cenk Çokuslu), İstanbul: Çiya Yayınları.

SAMANCI, Özge, (2012), “Avrupa’da ve Türkiye’de Yemek Tarihçiliğine Kısa Bir Bakış”, **Yemekte Tarih Var, Yemek Kültürü ve Tarihçiliği**, (Haz. Ayşegül Avcı vd.), İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, Sayfa: 27-40.

TEZ, Zeki, (2012), **Lezzetin Tarihi**, İstanbul: Haykitap.

TEZCAN, Mahmut, (2000), **Türk Yemek Antropolojisi Yazıları**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

URRY, John, (1999), **Mekânları Tüketmek**, (Çev. Rahmi G. Ögdül), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

### Sanal Kaynaklar

(Erişim Tarihi: 04.01.2020; <http://www.unesco.org.tr>).

(Erişim Tarihi: 01 Ocak 2020; <http://www.youtube.com/watch?v=sbodrDbdvL0>).

(Erişim Tarihi: 01 Ocak 2020; <http://www.youtube.com/watch?v=kmKqbZJl5LU>).

(Erişim Tarihi: 03 Ocak 2020; <http://www.tpe.gov.tr/portal/default-2.jsp?sayfa=421>).

(Erişim Tarihi: 03 Ocak 2020; <https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir>).

(Erişim Tarihi: 05.01.2020; <https://www.ci.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=28>).

(Erişim Tarihi: 05.01.2020; [https://online.turkpatent.gov.tr/trademark-search/pub/trademark\\_result#trademark\\_result](https://online.turkpatent.gov.tr/trademark-search/pub/trademark_result#trademark_result)).

(Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; [https://www.youtube.com/watch?v=7LD\\_EitkZvE](https://www.youtube.com/watch?v=7LD_EitkZvE)).

(Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://www.youtube.com/watch?v=z63NLxVkjkc>).

(Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://eksisozluk.com/espiye-pidesi--1945139>).

(Erişim Tarihi: 16 Ocak 2020; <https://tr.foursquare.com/v/kukul-pide/4e4562347d8b91a065803f30>).