

COĞRAFI İŞARETLERİ VE COĞRAFI İŞARET POTANSİYELİYLE BOLU İLİ

Murat TANRIKULU*, Emre DOĞANDOR**

Öz

Ülkemizde somut ve soyut millî kültür mirasımızın korunması ve gelecek nesillere aktarılması büyük bir önem taşımaktadır. Bunun için yapılan çalışmalar arasında coğrafi işaret tescili yer almaktadır. Kültürel değerlerin kayıt altına alınması ve korunması yanında ticari yarar sağlamayı ve markalaşmayı hedefleyen coğrafi işaret tescili, aynı zamanda kırsala hareketi teşvik eder, bölgesel kalkınma, alternatif turizm, istihdam ve altyapı yatırımlarına zemin hazırlar. Türkiye'de tescil başvurularının üst kurumu Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK)'dur. Kurum, yasa ve yönetmeliklere uygun olarak kendisine yapılan coğrafi işaret başvurularını mahreç işareti, menşe adı ve geleneksel ürün başlıkları altında kabul ederek gerekli incelemelerini yapar. Ardından tescile hak kazanan başvuruları kişi, kurum, kuruluş ve iller adına ayrıntılı izahatıyla birlikte ilan eder. TPMK 2021 yılı Şubat ayı itibarıyla 661 başvuruyu değerlendirmiş ve ilan etmiştir. Şüphesiz ülkemiz, kayıt altına alınmış geleneksel ve yöresel ürünler yönüyle ve iller bazında çok daha fazlasını sahiptir. Bu çalışmada Bolu'nun coğrafi işaretler yönüyle mevcut ve olası potansiyelinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Ülkemizin en büyük iki metropolü -İstanbul ve Ankara- arasında, bir kavşak ve durak noktası olan Bolu, adına tescil edilmiş çok sayıda coğrafi işaretli ürüne sahip olmakla birlikte aynı zamanda zengin bir potansiyele de sahiptir. Bu potansiyel; gastronomi, el sanatları, tarım ve hayvancılık başlıkları altında izah edilmiş, Bolu'nun coğrafi işaret potansiyelini oluşturabilecek kültürel öğeleri değerlendirilmiş ve bir nevi kayıt altına alınmaya çalışılmıştır. Doküman analizi ve durum çalışması yöntemleriyle bu hazırlanan çalışmanın, Bolu ilinin tanıtım ve markalaşma değerine katkı sağlaması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Değer, Coğrafi İşaret, Bölgesel Kalkınma, Bolu

* Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi Coğrafya Bölümü, Çankırı/Türkiye, mtanrikulu@karatekin.edu.tr, ORCID: 160409

** Arş. Gör. Çankırı Karatekin Üniversitesi Coğrafya Bölümü, Çankırı/Türkiye, emred@karatekin.edu.tr, ORCID: 2-2536-0569

Makale Gönderilme Tarihi: 28 Şubat 2021 Makale Kabul Tarihi: 30 Mart 2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

GEOGRAPHICAL INDICATIONS OF BOLU PROVINCE AND ITS POTENTIAL

Murat TANRIKULU, Emre DOĞANDOR

Abstract

It is of great importance that our tangible and intangible national cultural heritage is protected and passed on to future generations in our country. Geographical indication registration is among the works done for this. These quality indicators, which help to provide commercial benefit and branding, encourage rural movement, and lay the groundwork for regional development, alternative tourism, employment, and infrastructure investments. Application institution for registration of the indications in Turkey, is the Turkish Patent and Trademark Office. The Institution accepts the geographical indication applications made to it in accordance with the laws and regulations under the headings of origin mark, origin name and traditional product. Then, it announces the applications that qualify for registration with detailed explanations on behalf of the person, institution, organization and provinces. In total, Turkish Patent and Trademark Office has evaluated and announced 661 applications as of the February 2021. Undoubtedly, traditional and local products in our country contain much more than those registered. In this research, it has been aiming to evaluate the local potential of Bolu, which is a cross roads and stopping point between the two biggest metropolia of our country -where is İstanbul, and Ankara. The current geographically indicated products of Bolu have been examined in terms of the geographical indication and the designation of origin, and the current potential of the province has also been mentioned. In this regard, the evaluations made in the study has collect under the titles of gastronomy, handicrafts, cultivation and animal husbandry, and the cultural elements of Bolu, which have the potential of geographical indications, were tried to be collected together and recorded in a way. It is hoped that this study, prepared with document analysis and case study methods, will contribute to the promotion and branding value of Bolu province.

Keywords: Cultural Value, Geographical Indication, Regional Development, Bolu

Giriş

Sanayi Devrimi ile birlikte değişen üretim paternleri daha az kas gücünün kullanıldığı müreffeh, bireylere çok daha sosyal yaşantı imkânı sağlayan bir hayatın kapılarını aralamıştır. Bu tarihten günümüze ivme kazanan dünya nüfusu, şehirleşmeye ve her anlamda daha çok tüketmeye başlamıştır. Büyük ve türdeş olmayan nüfus gruplarının, sermayenin döndüğü kentsel alanlarda toplanması, yerel kültürlerde körelmeye neden olmuş, makinelerin şekil verdiği tekdüze kültürü ortaya çıkarmıştır. Kırsalda bireyler arasında imcece usulü sürdürülen ilişkiler, Sanayi Devrimi neticesinde yeni meslek ve iş kollarının ortaya çıkmasıyla uzmanlaşma adı altında çok daha soyutlanmış ve bireyin yerel olana bağımlı daha da azaltmıştır.

Şekilsiz, değişebilen, dönüştürülen ve her an dinamik olan kültür, kavramsal açıdan da pek çok tanımı bulunan bir fenomendir. Romalıların cultura dediği, inşa etmek, işlemek, toprak bakmak manasındaki kelime (Tanrikulu, 2016:38), günümüze bu şekliyle evrilerek adeta toplumu inşa eden ve işleyen bir olgu durumuna gelmiştir. Daha önce verilen tanımlamalardan yola çıkılarak kültürü, bir topluluğu manevi olarak inşa eden ve bir arada tutan, geçmişten gelen değerler bütünü olarak tanımlamak yanlış olmaz. Toplumsal bir olgu olan kültür, birey tarafından öğrenilir ve gelecek nesillere aktarılır. Yaşanılan yerin coğrafi özellikleri de kültürün üzerinde doğrudan, büyük bir etkiye sahiptir. Bir önceki pasajda bahsi geçen Sanayi Devrimi neticesinde büyük nüfusların şehirlere akması, yeni toplumsal sınıfları meydana getirmiş ve kendi kültürünü oluşturmuştur. Fordizmin şekillendirdiği, makinenin elinden çıkan giyim ürünleri ve buna bağlı olarak fastfood mutfağının başı çektiği popüler kültür bu süreçler neticesinde ortaya çıkmış ve küresel ölçekte taraftar bulmuştur. Şehir kültürü olarak da adlandırılan popüler kültür, halk kültüründen bağımsız ve çoğu zaman da ona muhalif, çok daha değişken, daha geniş kitlelere hitap eden, gelenekselden çok alışılmışın dışıdır. Değişken yapısı sayesinde farklı kültürlerle kolayca uyum sağlamakta ve kısa ömürlüdür. El sanatları ve zanaatkarlık, yerini makine üretimine bırakmış, kitlesel pazarlamaya önem verilmiştir (Tümertekin ve Özgüç, 2015: 124) Böylece bir tüketim toplumunun oluşmasına zemin hazırlanmıştır.

II. Dünya Savaşı'ndan sonra, 1950-1994 yılları arasında dünyada üretim yılda ortalama % 4 oranında artarken, dünya ticaret hacmi % 6'nın üzerinde artışa sahip olmuştur (Tümertekin ve Özgüç, 2005: 35). 1994'ten günümüze ise emtia üretimi ve ticareti arasındaki muazzam fark, küreselleşmenin etkisiyle birlikte daha da açılmıştır. Ekonominin küreselleşme sürecinin hızlanması ile ticarete konu olan emtialarda ve uluslararası ticarete katılan ülkelerin sayısında büyük artışlar olmuştur. Günümüz dünyasında hızla gelişen teknolojinin yeni üretim süreçleri ve ürünlere yol açması, çok uluslu

şirketlerin üretim ve pazarlama aşamalarında yeni üretim yerleri ve piyasalar arayışında olmaları, yeni ürün ve hizmetlerin günlük hayatımıza hızlı bir şekilde girmesine neden olmaktadır (Gökovalı, 2007: 141). Bu sayede ülkeler, gelişen dünya pazarındaki paylarını artırabilmek için daha önceki dönemlerle kıyaslanamayacak ölçüde yoğun bir rekabet içindedir. Uluslararası ticaretten daha fazla pay kapma mücadelesi vardır. Dünya pazarlarında orijinal olmayan ürünlerle sıkça karşılaşılması ve bunlara karşı yürütülen mücadeleler günümüzde önem kazanan konular haline gelmiştir (Çalışkan ve Koç, 2012: 195).

Temeli kırsala dayanan ve günlük pratiklerle şekillenen halk kültürüne ait öğeler, bahsi geçen endüstriyel üretim faaliyetleri neticesinde dünya toplumlarında giderek azalmakta, önemini kaybetmekte ve hatta yok olmaktadır. Örf, anane, gelenek, adap gibi toplum değerlerini yansıtan, düzeni ve koordinasyonu sağlayan manevi kültür öğeleri toplumların tinsel ve sosyal ihtiyaçlarını karşıladığından, yazılı ve sözlü edebiyat aracılığıyla aktarılmakta, gündelik yaşantı ve kültürde yerini korumaktadır. Ancak; mimari, giyim-kuşam, yemek yeme ve pişirme araçları, yöresel tatlar ve yemekler gibi belirli bir lokasyona ait somut kültüre dair olgular, küresel dünyada kendine her geçen gün daha az yer bulmakta ve bu sebeple korunmaya ihtiyaç duymaktadır. Ortaya çıktığı sahadan periferiye, tıpkı suya atılan bir taşın haleleri gibi kesintisiz bir şekilde yayılan halk kültürü, bulunduğu sahadan dışarı çıkmadıkça şahsına münhasır olur ve popüler kültür karşısında zayıf düşer. Çevresel etmenler, siyasi ve toplumsal konjonktür, tabular, dini kültürler bu yayılmanın önünde yer alan engellerdir. Hiyerarşik yayılmanın her türlü ise her gün gözümüzün önündedir. Günümüzde telekomünikasyon araçlarının gelişmesiyle doğru orantılı olarak popüler kültür, etki sahasını genişletmekte ve halk kültüründe olduğu gibi kesintisiz temas olmaksızın yayılımını sürdürmektedir (Tümertekin ve Özgüç, 2015: 100).

Küreselleşmeyle ilintili olarak popüler kültürün yayılımı esasen ekonomiktir. İşlevselliği ve pratik oluşu toplumların popüler kültür akımına kapılmasına neden olmaktadır. Küreselleşmenin kendisinin de bir kültür ürünü olması, kültürün de küreselleşmeden etkilenecek değişime uğraması, kültür ve küreselleşme arasında organik bir bağın olduğunun adeta bir kanıtıdır (Talas, 2004: 242). Küreselleşme sonucunda ortaya çıkan en büyük sorun ise şüphesiz millî kimlik krizidir. Küreselleşme millî kimliklerde yer yer kırılmalara yol açmaktadır. Özellikle popüler kültüre kayan az gelişmiş toplumların doğuşu, küreselleşme ile doğrudan ilgilidir. Bu, zamanla millî kültür değerlerinin yerini alır, sosyolojik sorunlara zemin hazırlar (Eroğlu,1999: 139). Millî kimlik kriziyle baş etmenin ve üstesinden gelmenin yolu ise millî-manevi değerleri yüceltmek ve millî kültür vurgusu

yapmaktan geçer. Somut ve somut olmayan kültür öğelerini yozlaşma ve dejenerasyona karşı koruma altına almak, patentleştirmek ve bu vesileyle gelecek kuşaklara aktarımını sağlamak gerekir. Yeni teknolojiler üretmek ve markalaşmak, edebiyat, sanat ve sportif faaliyetler aracılığıyla millî kültür öğelerini halka benimsetmek bu hususta yapılabilecek çalışmalardır (Tanrikulu, 2016: 91). Gelişmekte olan ülkelerde düşük seviyelerde seyreden patent faaliyetleri, bu ülkelerde araştırma ve geliştirmeye ayrılan kaynakların kıtlığı, ulusal yenilik sistemlerinin oluşturulamaması ve/veya bunlara işlerlik kazandırılmaması (Gökovalı, 2004: 15) ise yine bu hususta karşımıza çıkan başat problemlerdir.

Kapsam, Amaç ve Yöntem

Ülkemiz yüzölçümünün % 1'lik bölümünü kaplayan Bolu, klasik bölge sınıflandırmasına göre Batı Karadeniz, İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS)'na göre ise Doğu Marmara Bölgesi'nde yer alır. Arazi örtüsünün % 60'ını ormanların kapladığı ilde tarım alanları % 18, çayır ve meralar ise % 15'lik bir paya sahiptir. Bu nedenle ilde yaylacılık ve mera hayvancılığı da gelişmiştir. Karadeniz ikliminin hâkim olduğu Bolu'nun güney kesimlerinde ise yer yer karasal geçiş iklimi görülür (Lök ve Yıldız, 2015: 169). Geçiş iklimlerinin il genelinde görülmesi sebebiyle aralıklarla yapılmış iklim değerlendirmelerinde Bolu, farklı sınıflamalara tabi tutulmuştur. Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün 2 yıl arayla yayımlanmış olduğu Türkiye iklim sınıflandırmasında Bolu ili bütün ilçeleriyle 2016'da kışı ve yazı ılık, her mevsim yağışlı iklim olarak kaydedilmiş, 2018'deki raporda ise bu durum, yine tüm ilçeleriyle beraber, karasal ılıman iklim olarak güncellenmiştir (Meteoroloji Genel Müdürlüğü 2016-2018). Bir başka çalışmada ise (Öztürk vd., 2017: 22) ülkemizde görülen 10 başat iklim sınıflamasından 5 tanesinin (Cfa, Cfb, Csb, Dsb, Dfb) Bolu'da görüldüğü kaydedilmiştir. Bu çalışmada dikkat çeken husus, Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün aksine Bolu ilinin tek bir iklim sınıflandırmasına tabi olamayacağı ve il sınırları içerisinde sıcak ılıman ve soğuk karasal iklimlerin bir arada olduğudur. Buna göre floristik yelpazenin geniş, fauna hayatının da buna bağlı olarak hareketli olması doğal bir sonuçtur.

Araştırmada Bolu ili adına tescilli ve aday coğrafi işaret verileri, TPMK (ci.gov.tr) web portalından sağlanmış olup toplam 39 coğrafi işaret varlığından, tescilli 18'i hakkında kısa bilgiler verilerek mahreç ve menşe işaretleri olarak ayrılmıştır. Bahsi geçen portalda, coğrafi işaretin adı ve türü, tescil yaptıran kurum/kuruluş, tescil tarihi gibi öz nitelik bilgileri yer almaktadır. Araştırmanın amacı kültür madenciliği ya da kültürel madencilik yapmaktır. Kültür madenciliği; yok olmuş ya da yok olmaya yüz tutmuş olan sanat ve zanaatkârlığa, farklı üretim tekniklerine, ürün tür ve çeşitlerine ve hayvancılığa ait kültürel değerleri bulmak, keşfetmek, güncellemek ve

yaşayan kültür unsurları arasına katmaktır. Bu anlamda Bolu ilinin sahip olduğu etno-kültürel değerler, TPMK veri tabanından muadilleriyle karşılaştırılarak olası coğrafi işaret başvuruları için zemin hazırlanmaya çalışılmış, el sanatları ve zanaatkarlık, gastronomi, tarım, hayvancılık, altında üç ana başlıkta sınıflandırılarak güncel durumları tartışılmıştır. Araştırma, kapsamı itibariyle daha önce değinilmemiş bir alan olmaması, bilakis pek çok örneği bulunmasına rağmen Bolu ilini inceleyen ilk çalışma olması ve ilin kayıp kültürel değerlerinin saptanması ve tescil ettirilerek kayıt altına alınması adına önem arz eder. Bolu ilinin coğrafi işaret verileri ve potansiyeli, TPMK veri tabanı ve alanyazının doküman analizi yöntemiyle değerlendirilerek ve durum çalışması (study case) esas alınarak hazırlanmıştır.

Coğrafi İşaretlerin Tanımı ve Önemi

Ülkemizin içinde bulunduğu coğrafi konumu ve farklı iklim kuşaklarına sahip olması, farklı toprak yapısı ile kültürel miras ve beşeri sermayesinin çeşitliliği sadece bu topraklara özgü ürünlerin ve imalat tekniklerinin ortaya çıkmasını sağlamaktır (Gökovalı, 2007: 143). Halk kültürü ile yoğrularak ortaya çıkan teknikler ve kültürel devlet desteğiyle korunması ve güvence altına alınması bahsi geçen hususlar özelinde önem arz eder. Bu ihtiyaç neticesinde ortaya 6769 sayılı Sinaî Mülkiyet Kanununun 34. maddesi ile koruma altına alınan coğrafi işaret kavramı ortaya çıkmıştır. Coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Bunlar, tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösterir ve garanti eden kalite işaretidir. Coğrafi işaret tescili ile kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen hammaddesi ile yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunması sağlanır (Coğrafi İşaret Nedir?, t.y., par. 1).

Coğrafi işaret uygulaması, menşe işareti, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bunlardan Menşe İşareti (Designation of Origin), salt kaynaklandığı yöre, havza, kasaba, ülke veya bölge ile ifade edilen ürünlerdir. Başka bir ifadeyle bütünüyle belli bir yere özgü olan ve başka bir yerde bulunmayan veya temin edilemeyen ürünleri ifade etmektedir. TPMK tanımı ise şu şekildedir; Bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanıyorsa bu durumdaki coğrafi işaretlere “menşe adı” denir (Coğrafi İşaret Nedir?, t.y., par. 3). Coğrafi işaret kapsamında yapılan bir diğer işaretleme türü olan Mahreç İşareti ise (Geographical Indication), “Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin

belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir” (Coğrafi İşaret Nedir?, t.y., par. 4). Ürünün sınırları belli bir yöre, havza, şehir veya ülkeye özgü olmasının yanı sıra belirgin en az bir özelliği, ünü veya o ürünü tanıtıcı herhangi bir yönünün söz konusu mekândan kaynaklanması gerekmektedir. Mahreç işaretinde ürün menşe işareti kadar sıkı bir şekilde mekâna bağlı olmamakla birlikte en az bir özelliğini veya imali esnasında en az bir malzemenin bölgeden temin edilmesi (kaynaklanması) mecburidir. Burada asıl önemli olan ürünün kültürel anlamda da bahsi geçen saha ile özdeşleşmiş olmasıdır (Şahin, 2013: 26). Mahreç işareti veya menşe adı kapsamına girmeyen ürünler için ise “geleneksel ürün” kavramı kullanılır. Türk Patent ve Marka Kurumu, bir metanın geleneksel ürün etiketi alabilmesi için şu esasları şart koşturmuş; “Adının en az otuz yıl süreyle kullanıldığının kanıtlanması koşuluyla, geleneksel üretim-işleme yöntemiyle meydana getirilmesi veya geleneksel hammadde-malzemedan üretilmiş olması gerekir” (Geleneksel Ürün Adı Nedir?, t.y., par. 1).

Yöresel değerleri ekonomiye kazandıran ve daha da önemlisi bunları yaşatarak gelecek nesillere aktarmayı sağlayan coğrafi işaretler önemli bir sınâi mülkiyet hakkıdır (Tanrikulu, 2007: 179). Milli kültür öğelerinin tescil altına alınarak, gerek yurtiçi gerekse yurtdışı kamuoyuna somut ürünün veya soyut fenomenin menşesinin Türkiye olduğu vurgusu yapılır. Hem ülkenin tanıtımının yapılması hem de maddi kazanç sağlanması açısından tescil burada önem arz eder. Aksi takdirde Türk kültür ürünleri, Yunan yoğurdu, baklavası, lokumu, kahvesi, Ermeni Lavaşı, pastırması gibi adlarla gasp edilebilir.

Coğrafi işaret korumasının ise doğrudan ve dolaylı olarak sağladığı çeşitli yararlar vardır. Her şeyden önce coğrafi işaretler yoluyla belirli bir yörede üretilen ürünlerin doğallığı ve kalitesinin sürdürülebilirliği koruma altına alınmaktadır. Coğrafi işaretler, ürünün kaynaklandığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmeleri, ürünün tanınmışlığını ve katma değerini artırmaları; ait oldukları yöreye ekonomik katkı sağlamaları; üretici ve tüketicileri korumaları açısından önem taşımaktadır (Akın, 2006: 1). Coğrafi İşaretler, yöresel ürünleri ve özelliklerini ortaya çıkarmakta, yerelin özel ürünlerini markalaştırmakta; üreticinin gelirine, kırsal turizme ve kırsal nüfus için farklı iş alanlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 58). Coğrafi işaretlere bağlı olan ürünün tanınırlığı ve kalitesi, o bölgenin insanları, yaşam tarzları ve geçmişleri üzerinde bir merak uyandırarak, tüketicileri ürünün ait olduğu bölgeye çekmekte ve bu sayede turizmin canlanmasına katkı sağlamaktadır. Fransa'nın Champagne bölgesinde üretilen ve coğrafi işaret sistemiyle korunan ürün olan Champagne köpüklü şarabı sayesinde bölge bir turist destinasyonu haline

almıştır. Ayrıca İtalya, İspanya gibi ülkelerin de şarap, peynir ve et ürünlerini kültür turizmi, kırsal turizm, gastronomi turizmi, eko turizm, bölgesel turizm gibi faaliyetler ile tanıtılmaları ve turist çekerek ulusal ve bölgesel ekonomiye katkı sağlamaları dünyada gösterilebilecek başarılı örnekler arasındadır. Turizme konu olan bu tür ürünlerin birçoğunun günümüzde de coğrafi işaret sistemi ile korunuyor olması coğrafi işaretlerin bölgesel turizmde ne denli büyük bir rol oynayabileceğinin bir göstergesidir. Bu nedenle coğrafi işaretler bölgesel/yerel alanda turizmi destekleyen ve buna bağlı olarak da bulunduğu alana ekonomik avantajlar sağlayan bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Kan vd., 2012: 95).

Bolu İli Coğrafi İşaretleri

Konumu itibariyle Bolu, Ankara-İstanbul gibi iki metropol eksenin arasında bulunması ve otoyol ile bu şehirlere bağlanması ulaşım kolaylığı oluşturmakta, erişilebilirliği ve ticari, turistik potansiyeline katkı sağlamaktadır. Günümüzde ivmelenen eko turizm, kırsal turizm, gastroturizm, sağlık turizmi, kongre turizmi gibi alternatif turizm türleri açısından Bolu ili konumu itibariyle ayrıca potansiyel sahibidir. Barındırdığı 9 tabiat parkı, yüzden fazla göl ve göletiyle, büyük kentin buhranından kaçmak isteyenler için yakın bir alternatiftir. Ayrıca ülkemizde tescilli 18 Cittaslow (Sakin Şehir)'un iki tanesi (Göynük, Mudurnu) yine Bolu'da yer almaktadır. 2021 yılının Şubat ayı itibariyle Bolu ili adına tescilli 18 coğrafi işaret bulunmaktadır. Bunların 13 tanesi mahreç işaretiyken, 5 tanesi ise menşe adıdır (Tablo 1 ve Tablo 2).

Tablo 1. Bolu İli Adına Tescillenmiş Menşe Adları

	Menşe adı	Kabul tarihi
BOLU	Bolu Dağ Fındığı	18.12.2020
	Bolu Sarı Patatesi	10.11.2020
	Bolu Çivril Fasulyesi	19.08.2020
	Bolu Kıbrısçık Pirinci	28.07.2020
	Göynük Bombay Fasulyesi	02.01.2018

Kaynak: TPMK

Bolu ili adına ilk olarak 2015 senesinde TPMK'ye iki ürünle tescil başvurusu yapılmış ve 2017 yılında Göynük Tokalı Örtme ile ilk tescil alınmıştır (Tablo 2). 2018-2019 yıllarında ülkemizde toplam 157 coğrafi işaret tescili dağıtılmış, geride bıraktığımız 2020 yılında ise 164 başvuru, coğrafi işaret tesciline kavuşmuştur. Bu artış, Bolu adına tescilli kültürel değerlerde de görülebilmektedir. Toplam sahip olduğu 18 menşe adı ve mahreç işaretinden 14'ü geçtiğimiz yıl Bolu adına tescil edilmiştir. Ülkemiz

yüzölçümünün % 1'i, nüfusununsa % 0,4'ünü teşkil eden Bolu ili, sahip olduğu etno-kültürel değerlerinin bir sonucu olarak elde ettiği coğrafi işaret sayısıyla, Gaziantep, Şanlıurfa ve İzmir'in ardından dördüncü sırada gelmektedir.

Tablo 2. Bolu İli Adına Tescillenmiş Mahreç İşaretleri

	Mahreç işareti	Kabul tarihi
B O L U	Bolu Fındık Şekeri	22.09.2020
	Bolu Kabaklı Gözlemesi	10.11.2020
	Bolu Kanlıca Mantarı	24.02.2021
	Bolu Keşi	22.09.2020
	Bolu Kızılıcık Tarhanası	01.12.2017
	Bolu Manda Kaymağı	05.10.2020
	Bolu Patatesli Ekmeği	22.09.2020
	Gerede Şakşak Helvası	06.11.2020
	Göynük Dik Börek - Oklava Tatlısı	07.12.2020
	Göynük Kabaklı Yufka Tatlısı	07.12.2020
	Göynük Tokalı Örtme	18.09.2017
	Göynük Uğut Tatlısı	09.12.2020
	Mudurnu Basma Helva	23.12.2020

Kaynak: TPMK

Bolu İlinin Coğrafi İşaret Potansiyeli

Son yıllarda turizm endüstrisinde talep ve arz yönünden önemli değişimler görülmüştür. Yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçları, seyahat imkânları, kısa süreli fakat sık tatile çıkma yönünde artışlar, yeni destinasyonlar görme isteği gibi etkenler turistik destinasyonların yapısında önemli değişimler oluşturmaktadır (Bahar ve Kozak 2012, akt., Aydoğdu ve Duman, 2017: 18). Ana akım turistik faaliyetlerinin yerini küresel anlamda, öze, yerele yönelik dönüşler almaktadır. Bu öze dönüşte vernaküler kültürel yapılar, doğallık, yereldeki günlük yaşam döngüleri, yaylacılık, mimari, mistisizm, müzik ve folklor, gastronomi ön plana çıkmaya başlamıştır. Hem dış hem de iç turizmde artık konuklar, gittikleri ülkelerde/bölgelerde yerel yemekleri, yerel müziği aramakta ve insanlarla daha fazla teması, bağlantı içine girmeyi ve bütün bunları yaşayarak deneyimlemeyi istemektedirler (Tanrikulu, 2020: 408).

Dile getirilen bağlamda bölgesel kalkınmanın kilit faktörü olan turizm yerel değerlerin tanıtımı ve ekonomik girdiye dönüştürülmesi açısından önem arz eder. Bu hususta yerel ürünlerin tanıtımı ve pazarlanması kritik öneme sahiptir. Bilindiği üzere coğrafi işaret yerel birimler (odalar, yerel yönetimler, kooperatifler, kamu yönetimleri) tarafından alınırken; marka,

faydalı model ve tasarım ürünleri ise üreten kuruluşlar tarafından alınmaktadır. 30 civarında el sanatının bulunduğu Bolu'nun bu ürünlerle ilgili olarak Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan almış olduğu yalnızca bir adet coğrafi işareti (Göynük Tokalı Öreme) bulunmaktadır. Şubat 2021 itibariyle toplam 18 coğrafi işarete sahip olan Bolu'nun ayrıca 21 başvurusu değerlendirme aşamasındadır (Tablo 3-4). Ancak, bunlardan yalnızca iki ürün halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri kategorisinde bulunmaktadır. Bunlar, Mudurnu İğne Oyası ve Mudurnu Zembil Sepeti'dir.

İlin tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinde faaliyet gösteren kuruluşların son 20 yıllık dönemde almış olduğu patent sayısı 10, faydalı model ve tasarım sayısı 42 adettir (Lök ve Yıldız, 2015: 171). Toplam 39 coğrafi işaret ve aday ürünü olan Bolu'nun 35 coğrafi işareti ve başvurusu yemek ve gastronomi ilintili iken sadece 3 tanesi el sanatları ve zanaatkârlık üzerine yoğunlaşmış, 1 coğrafi işaret başvurusu ise diğer olarak sınıflandırılmıştır. Gelecek bölümlerde Bolu'nun coğrafi işaret adayları ve potansiyeli incelenecektir.

Tablo 3. Bolu adına Türk Patent ve Marka Kurumu'na Başvurusu Yapılmış Mahreç İşaretleri

	Mahreç işareti	Başvuru tarihi
B O L U	Bolu Abant Alası	18.09.2020
	Bolu Kızılburun Eriği	18.09.2020
	Bolu Kozalak Sirkesi	18.09.2020
	Bolu Kara Kabağı	29.12.2020
	Dörtdivan Çakmak Tarhanası	29.06.2020
	Dörtdivan Höşmerimi	29.06.2020
	Dörtdivan İncir Uyutması	29.06.2020
	Dörtdivan Patatesli Somun Ekmeği	29.06.2020
	Dörtdivan Yağlı Keşisi	29.06.2020
	Gerede Keşi	27.11.2019
	Kıbrısçık Kürülü	15.01.2020
	Mengen Peyniri	09.09.2019
	Mudurnu Bal Kabaklı Gözlemesi	09.09.2019
	Mudurnu İğne Oyası	09.09.2019
	Mudurnu Kaşık Sapı	09.09.2019
Mudurnu Zembil Sepeti	09.09.2019	

Kaynak: TPMK

Tablo 4. Bolu İlinde Türk Patent ve Marka Kurumu'na Başvurusu Yapılmış Menşe Adları

	Menşe adı	Başvuru tarihi
BOLU	Bolu Alıç Sirkesi	29.01.2020
	Bolu Balı	31.01.2020
	Bolu Seben İza Buğdayı	03.04.2018
	Göynük Eriği	19.07.2016
	Seben İza Bulguru	06.05.2020

Kaynak: TPMK

El Sanatları ve Zanaatkârlık

Tarihi İpek Yolu güzergâhında olan Bolu ve yakın çevresi, zaman içinde birçok seyyahın ziyaret ettiği ve seyahatnamesinde anlattığı bir yer olmuştur. Seyahatnamelerde Bolu'da dericilik, bıçakçılık ve iğne üretiminin önemli yer tuttuğu, saraciye ürünleri üretiminin ise ileri düzeyde olduğu ve doğal boyar madde ticaretinin yapıldığı anlatılmaktadır. Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde tasvir edilen çam ağacından oyularak yapılan, boduç ya da senek adı verilen çam bardaklarının meşhur olduğu, Hindistan ve Rumeli'ye hediye gönderildiği anlaşılmaktadır (Sarioğlu ve Bağcı, 2016: 101). Bolu ve çevresinin ormanlık bir bölge olması ağaç ve ağaç ürünlerine olan ilgiyi artırmıştır. Bolu dağlarından elde edilen çam kerestesi Bolu kerestesi adıyla İstanbul'a gönderilerek gemi inşasında kullanılıyordu. Ayrıca yine aynı dağlardan temin edilen odunlar ile İstanbul'da eski ve yeni saraylar için gerekli olan odun ihtiyacı karşılanıyordu (Orhonlu, 1992: 277, akt., Metin, 2012: 56).

Geçmiş ile günümüz arasında kültürel köprünün kurulabilmesi ve geleceğe taşınabilmesi için geleneksel el sanatlarımızın korunması ve yaşatılması gerekmektedir. Bolu'ya ait 18 coğrafi işaretten 17 tanesinin tarım ve gastronomi sektörlerinde olması, el sanatlarının yeterince tanıtılmadığı ve bu amaçla gerekli yatırımların yapılmadığına işarettir. Sanayi Devrimi öncesi pek çok kişinin evinde bulunan dokuma tezgâhları sayesinde yöresel ürün çeşitliliği Bolu'da 30'a kadar çıkmıştır. Ancak, eskiye değer verilmemesi, yün malzemenin güve gibi zararlılara karşı korunmasının, saklanması zorluğu ve yaygınlaşan popüler kültür nedeniyle (Soysaldı ve Çolak, 2018: 1204) el sanatlarından bazıları günümüze ya hiç ulaşamamış (peşkir, gök don, guşak) ya da nadir olarak (para kesesi, patık, şalvar, telli poğ) süs eşyası formunda hayatını sürdürmektedirler. Zanaat işlerinden bakırcılık, dericilik, kalaycılık ve saraçlık gibi meslekler yine aynı sebepten ötürü yok olmuş ya da yok olmaya yüz tutmuştur.

Bolu, ilçeleri itibariyle de zengin bir kültürel derinliğe sahiptir. Bu ilçelerden biri olan Gerede, kendi adıyla anılan bir ovanın kenarında kurulmuştur. Çeşitli yönlerden gelen ulaşım yollarının kavşağında olan Gerede, hem bu özelliğiyle hem de merkez ilçeden sonra nüfus yönüyle en büyük ilçe olması nedeniyle geçmişten günümüze önemli bir ticaret merkezi durumundadır. İlçe, Gerede isminin alâmetifarıkası haline gelen ve ekonomisinin büyük kısmını oluşturan dericiliğin yanı sıra günümüzde mobilya ve nakliye sektörlerinde de gelişme göstermektedir. Üretim süreçlerinin ve toplumsal talebin değişmesi neticesinde ilçede bakırcılık, kalaycılık, saraçlık mesleği halen devam ettirilmekle birlikte bu meslek sahiplerinin sayısı bir elin parmaklarını geçmemektedir. Bunun nedeni ise kazançların yeterli olmayışı gösterilmektedir. Tarihi vesikalar ve seyyahların anlatıları bize Gerede’de daha önce bıçakçılık ve tarakçılık faaliyetlerinin yürütüldüğünü söylemektedir. Katip Çelebi; “İstanbul’daki tarakçılar genellikle Geredelidirler” demiştir (Kâtip Çelebi, 2008: 201, akt., Sarioğlu ve Bağcı, 2016: 99). Konuyla ilgili yapılan bir çalışmada Gerede’de geçmişte her hanede bir tarakçı ustası olduğundan bahsedilmiş, artık yalnızca Çayören köyünde kemik tarak yapan 8 ustanın var olduğuna değinilmiştir (Kuru ve Mert, 2008: 318). Çayören’e 5 kilometre mesafede Afşartarakçı isimli bir köyün bulunması da bu zanaatın yerli halk tarafından tanınırlık ve ticari meta olarak önemli bir değer taşıdığı, toponimik verilerden de okunabilmektedir. Bahsi geçen Gerede Kemik Tarağı şöyle yapılır: “Tezgâha yatırılan manda boynuzu büyük testere ile tarak ölçülerinde kesilir, ocakta yanan isli çıra ateşinde yumuşatılıp preslenir. Tarak şeklini alan kemiğin çıkıntıları, kaba yerleri keski aletiyle kazınarak düzlenir. Dişler açıldıktan sonra da rende ile tesviye edilir ve daha sonra keçe çarkta zımpara yapılarak parlatılarak kullanıma hazır hale gelir.” (İnce, 2006: par. 4), (Şekil 1).



Şekil 1. Gerede Kemik Tarağı.

Kaynak: İnce, 2006, erişim: 21.02.2021

Yörede geçmişte önem kazanmış, ancak günümüzde yok olduğu anlaşılan bıçakçılık ve ahşap işlerini sembolik boyutta da olsa, tanıtım amaçlı üretimini sürdürmeye yönelik çalışmalar gerekli görülmektedir. Yöreye özgü el sanatlarının geçmişe ve geleneğe dayalı olarak sürdürülmesine, ülke içinde ve dışında tanıtılmasına, yöre ekonomisine katkı sağlayacak bu tür çalışmalar yerel yönetimler ve ilgili kurumlar tarafından desteklenmelidir (Sarioğlu ve Bağcı, 2016: 101).

Gerede'de son yıllarda sanayi, dericilik üzerine yoğunlaşmıştır (El Sanatları, t.y.). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'ne bağlı Gerede Meslek Yüksekokulu (MYO) bünyesinde eğitim faaliyetlerine devam eden Deri Teknolojisi Programı bu mesleği akademik bilgiyle birleştirerek sektörü bu hususta daha ileriye taşımayı amaçlamaktadır. Ülkemizde yalnızca üç üniversitede bulunması dolayısıyla da özel bir yere sahiptir. Gerede'de 900 yıllık bir geçmişe sahip olan dericilik faaliyetleri neticesinde Bolu, ham deri işlemede İstanbul'un ardından ikinci sırada gelmektedir. 1997 yılında ilçede faaliyetine başlayan Deri OSB sayesinde günde yaklaşık 70 ton deri işlenmekte ancak bu OSB'nin potansiyelinin yalnızca dörtte birini oluşturmaktadır. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA) raporuna (2011) göre coğrafi konumu, büyük pazarlara yakınlığı ve potansiyeli dolayısıyla Gerede, son yıllarda yüksek yatırım alan bu sektörde markalaşmalıdır. Bunun da en kısa ve gerçek yolu Gerede yöresel deri ürünlerinin coğrafi işaret kapsamına alınması, tanıtımı ve pazardaki payına katkı sağlanmasıdır. Diğer yandan ilçedeki ön lisans programının kapsamının genişletilerek 4 yıllık lisans programına dönüştürülmesi, bölgedeki hayvancılık faaliyetlerine teşvikin artırılması, kooperatifleşme ve OSB'ye yatırım, sonuç önerileri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tarihi İpek Yolu'nun geçtiği, UNESCO geçici mirası listesinde yer alan Mudurnu ilçemizde, kökenleri XIII. yüzyıla dayanan ahilik geleneği halen yaşatılmaktadır. Esnaf arasında yardımlaşma ve dayanışmayı sağlayan, günümüzde özellikle popüler kültürün yok ettiği zanaatkarlık faaliyetleri küçük esnaf tarafından yaşatılmaktadır (Ahilik ve Esnaf Duası, t.y., p.3). İbn-i Batuta, seyahatnamesinde, Mudurnulu ahilerden; "Yabancılar için bu ahi ve adamları, ne kadar asalet sahibi ne kadar özverili, ne kadar merhametli ve muhabbetli, ne âlicenap kişilerdir, bir yabancıнын gelişi onlar için sanki akrabalarından en sevgili biri gelmiş gibidir" şeklinde bahseder ve özellikle müşteriye karşı olan alaka ve dürüstlüklerine dikkat çeker (İnalçık, 2008: 218). Ne var ki yüzyıllara yayılan esnaflık geleneğine rağmen Mudurnu el sanatları, günümüzde yurtiçi ve yurtdışı ihraç malları üretmekten oldukça uzaktır. Şehrin ahilik üzerine kurulu ticaret temeli güçlendirilmeli ve turizme katma değer sağlayacak şekilde reklam edilmelidir.

Sanayi Devrimi öncesi metalden içerikli ticaret malları kas gücüyle üretilmesi nedeniyle değerli bir ticaret aracıydı. Makineleşme ve seri üretimden yoksun şekilde zanaat ustaları tarafından üretilen bu ürünler, ekonomi hacminin görece küçük olduğu bölgeleri beslemekte ve ticaretin devamlılığını sürdürmekteydi. Tüm bu teknolojiden yoksun şekilde üretilen en değerli mamul maddelerden birisi de iğnedir. Geçmiş zamanlarda Mudurnu'nun, iğne üretiminde söz sahibi bir yer olduğu Evliya Çelebi'nin şu satırlarıyla sahihtir: “Bütün Anadolu diyarına ve başka bölgelere bu şehirden (Mudurnu) nice bin yük iğne gider. Bu şehrin küçüğü ve büyüğü iğneciler olduğundan bu şehrin ismine tarihçiler Dar-ı süzen (iğne yurdu) derler.” (Evliya Çelebi, 2013: 197 akt., Sarıoğlu ve Bağcı, 2016: 95). Günümüzde bahsi geçen teknolojik gelişmeler sebebiyle ilçede iğne üreticisi hiçbir işletme bulunmamakla birlikte bu zanaatın ismi ilçe merkezine 35 kilometre mesafedeki İğneciler köyünde yaşatılmakta ve yöre kadınlarının el işlerinde kendine yer bulmaktadır. Geçmiş bir dönemde iğne yurdu olarak addedilen Mudurnu da iğnecilik zanaatının gelişmesi akabinde iğne oyalarının da geniş bir kültüre sahip olması da pek tabiidir (Şekil 2).



Şekil 2. Mudurnu İğne Oyası.

Kaynak: Mudurnu el sanatları, t.y. erişim: 21.02.2021

Hammadde olarak ipek kozalarından elde edilen iplik ve doğal boyar maddelerle üretilen Mudurnu İğne Oyası, günümüzde sentetik ipliğin, yıkama ve ütümeye uygun olması ve biçimini koruması nedeni ile daha çok tercih edilmektedir. Yine geçmişte üç boyutlu oyalarda kullanılan at kılı ve telin yerine misina tercih edilmeye başlanmıştır. Figür olarak gündelik hayattan esintiler barındıran iğne oyalarda çoğunlukla bölgede yetişen bitkisel motifler ve meyveler olduğu görülmüştür (Yenisoy, 2019: 110).

Kentte son zamanlarda, özellikle ev hanımları tarafından üretilen ve ilçenin folklorik öğelerini yansıtan model bebekler ilçe ekonomisine katkı sağlamaktadır. Halk Eğitim Merkezi (HEM) tarafından verilen kurslarla yetişen zanaatkârlar, maddi getirinin yanı sıra Bolu kültürü ve etnografyasının tanıtımı, gelecek kuşaklara aktarımı açısından önemli bir görev üstlenmiştir. Bahsi geçen bebeklerin üretimi ise şöyle gerçekleştirilir. “Folklorik bebek yapımında kullanılan tüm malzemeler, yöreden temin edilir. Bebeklerin yapımını üstlenen kadınlar, aralarında işbölümü yaparlar. Biri iskeleti yapar ve şekil verir, bir kadın iskeleti geliştirir (pamuk veya süngerle besleyerek), başka bir kadın bebeğin giysisini diker, bir diğeri giydiren vs. Bu çalışmalar evlerde ferdi olarak yapıldığı gibi; bazen de evlerde bir araya gelinerek yapılır.” (Şekil 3), (Mudurnu El Sanatları, t.y.).



Şekil 3. Mudurnu Folklorik Bebekleri.

Kaynak: Gürbüz ve Çetin, 2017, erişim: 21.02.2021

2004 yılında yerel basında çıkan bir haber göre (Bolu Gündem, 2004) Mudurnu’da üretilen bebeklerin bir oyuncak firması vasıtasıyla tanıtımının yapılacağı yazılmış ancak yapılan ön anlaşma bir sonuca varmamıştır. Tıpkı, Sivas Yenihan ve Kayseri Soğanlı bebekleri gibi Mudurnu Folklorik Bebekleri’nin alacağı bir coğrafi işaret tanıtımına, istihdama ve ilçe ekonomisine fayda sağlayacağı gibi soyut kültürün (biçki, nakış, yöresel motifler) de sürdürülmesi adına önemli bir adımdır. Bu kapsamda MYO ve HEM işbirliğini arttırmalı ve belediye, esnaf odaları markalaşma yolunda gerekli başvuruları yapmalıdır.

Türk ulusunun bin yıldır yurt tuttuğu Anadolu, Orta Asya’dan gelen 24 boy sayesinde Türkleşti ve İslamlaştı. Onlardan biri olan Bozoklardan Yıldız

Han'ın torunları Kızıklardır. Doğu Anadolu'dan Batı Karadeniz ve Ege'nin içlerine kadar yayıldığı bilinen Kızıklar, günümüzde 17 mahalle ve köye isimlerini vermişlerdir. O köylerden biri de Bolu'nun Seben ilçesine bağlı Kızık köyüdür. Önceleri köyde, hayvancılık ve özellikle Kızık kilimi dokumacılığının önemli ekonomik faaliyetler arasında olduğu bilinmektedir. Kızık kilimleri, Kızık Türk kültürüne ait tamga ve motifleri, doğal boyalardan elde edilen renkleri ve kendine has dokuma teknikleriyle (Şekil 4) ayrı bir öneme sahipken ne yazık ki popüler kültüre kurban gitmiştir.

2005 yılında Bolu'da Avrupa Birliği fonları ile açılan Kızık Kilimi Tanıtma-Yaşatma Kursu (Bolununesi, 2005) Kızık Kilimi'nin yeniden doğuşu olarak nitelendirilse de bu girişimin devamı gelmemiştir. Günümüzde Bolu HEM bünyesindeki kurs programlarında dahi yer almayan Bolu Kızık Kilimi'nin tanıtımı yapılmalı ve yaşatılmalıdır. TPMK tarafından 9 ayrı kilime verilen coğrafi işaret bu bağlamda Bolu Kızık Kilimi için de alınmalıdır. Afyon'un Bayat Türkmen Kilimi yahut Uşak-Eşme Yörük Kilimi diğer Türk boylarının kültürel miraslarını yansıtan ve yaşatan emsal coğrafi işaretlerdir.



Şekil 4. Bolu Kızık Kilimi. Kaynak: Marmara, 2021, erişim: 22.02.2021

Kilimlerin yanı sıra şalvar, gömlek, para kesesi, torbalar da dokunmuş olup yörede Seben Alaca Dokumaları olarak bilinmektedir (Şekil 5). Tıpkı Mengen ilçesinde kaybolan poğ işlemleri ve dokuma kuşaklar gibi Seben'de de günümüzde bu dokumaları yapan kimse kalmamıştır.



Şekil 5. Seben Alaca Dokuma. Kaynak: Marmara, 2021, erişim: 22.02.2021

Yörede yapılacak olan faaliyetler, projeler, yöre halkı, kamu kuruluşları, eğitim kurumları ve belediye iş birlikleri sayesinde el dokumalarının değer kazanmasına, yeni pazarlar bulunmasına ve kalitenin artmasına öncülük etmelidir. Yöre halkına gelir sağlaması açısından yapılabilecek faaliyetler, projelerle kurulabilecek atölyeler hem ekonomik katkı sağlayabilir hem de kaybolmaya yüz tutmuş bir geleneği yeniden hayata döndürebilir. Bunun Burdur'da yapılan bir örneği vardır. Alaca dokumacılığı, halıcılığın gelişmesiyle Burdur'da yok olmaya başlayınca Burdur Belediyesi 2004 yılında Burdur El Sanatlarını Geliştirme Projesi hazırlamış ve Alaca Dokuma Atölyesi kurmuştur. Bu atölye içinde hem alaca bez dokumacılığı hem de İbecik Bezi yeni tasarım ürünleri oluşturularak üretilmeye devam edilmektedir (Soysaldı ve Balkanal, 2011: 155). Bu proje yöresel dokumaların günümüzde yaşatılması açısından yöre için önemli bir gelişmedir ve Bolu ili için de örnek teşkil etmektedir (Balkanal ve Sökmen, 2017: 259).

Gastronomi

Seyahat niyeti, ziyaretçilerin farklı motivasyonlarla hareket etmesi sonucunda ortaya çıkan ve bu motivasyonlar aracılığı ile farklı destinasyonları gezip görmesini sağlayan bir olgudur. Seyahat kavramı, turist davranışlarının etkili bir öngörücüsüdür; çünkü ziyaretçilerin zihnindekiler gelecekteki seyahatlerini önemli ölçüde etkilemektedir (Hong vd., 2012: 816). Turistik destinasyonların ziyaretçi sayılarını arttırmak için hedef pazarın dikkatini çekecek turizm faaliyetlerinde bulunmaları ve bu faaliyetlerde markalaşmaları kilit rol oynar. Bahis geçen bu faaliyetlerden

biri de gastronomidir. Özel ilgi turizmi türleri içerisinde yer alan gastronomi turizmi, destinasyonlara değer katabileceği gibi turistler için önemli seyahat motivasyonları arasında bulunmaktadır. Özellikle kitle turizmi imkânlarına sahip olmayan ve turizm gelirlerinden pay almak isteyen destinasyonlar, gastronomi turizmi faaliyetleri ile çekiciliklerini arttırabilmektedirler (Şengül, 2018: 2). Yöreye özgü yiyecek ve içecekler, buldukları coğrafi koşullardan etkilenmeleri ve yerel yeme-içme kültürünü yansıtmaları ile gastronomi turizminin temel çekiciliklerini oluşturmaktadırlar. Yöresel ürünlerin tescil almaları, tarihi ve doğal sit alanları örneklerinde olduğu gibi, bölgenin turist açısından daha çekici olmasına ve diğer destinasyonlara göre tercih edilmesine yol açmaktadır (Çağlı, 2012: 61).

Osmanlı Devleti'nin duraklama dönemi padişahlarından olan ve 1604 yılında tahta çıkan I. Ahmet'in yemek tutkunu olduğu, sarayda bu konuda çeşitli yarışmalar yaptırdığı ve Mengenli ustaları Topkapı Sarayı'na ilk getiren padişah olduğu söylenmektedir (Arman, 2011: 25). Yemek pişirmedeki ününü, saray mutfağına kadar ulaştıran Mengen, aşçılık mesleği ve yemek kültürünü kuşaktan kuşağa aktararak geçmişten günümüze kadar koruyarak getirmiştir. Yörede aşçılık kültürü ile yetişen ustalar turizm işletmelerinin mutfaklarının en gözde aşçıları konumundadır. Aşçı olmakla Mengenli olmanın eş değer olarak görülmeye başlandığı günümüzde, ilçenin en önemli geçim ve tanıtım kaynağı aşçılık olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2010: 4 akt., Hoşcan vd, 2016: 62). Aşçılık sektörüne nitelikli eleman yetiştirmek, millî ve kültürel değerlerimizi korumak adına 1985 yılında ülkemizdeki ilk aşçılık lisesi de bu vesileyle Mengen'de kurulmuştur (Aşçılar M.T.A.L., t.y.). Hâlihazırda 17 coğrafi işareti tarım ve gastronomi alanıyla ilintili Bolu'nun, yine gastronomi ile ilintili 19 başvurusu bulunmaktadır. Bunlar kategorik olarak şöyle bölümlenmiştir: İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar 7; fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar; 3; yemekler ve çorbalar 5; peynirler 2; yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz 1 ve bal 1.

Popüler kültürün hafızalardan silmeye çalıştığı yöresel yemekleri kayıt altına almak ve gelecek kuşaklara aktarmak için Bolu Belediyesi Bolu Araştırmaları Merkezi (BAM) yöresel yemeklerin tariflerinden oluşan bir kitapçık yayımlayarak Bolu'nun adeta damak haritası çıkarılmıştır. Çorba, ana yemek, hamur işleri, börek ve tatlılardan oluşan toplam 73 yemek tarifi Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın katkılarıyla hazırlanan bu kitapçıkta toplanmıştır (BAM, 2016). Listeye dâhil yemeklerden yalnızca Bolu Patatesli Ekmeği ve Bolu Kabaklı Gözlemesi coğrafi işarete sahiptir ancak listedeki 12 farklı yemek doğrudan Bolu ve ilişkili adlar (Abant, Bolu Beyi, Mengen, Kartalkaya, Yedigöller) taşır. Bunlar; Abant Kebabı, Abant Usulü Kuyu Kebabı, Bolu Beyi Tatlısı, Bolu Böreği, Bolu Köftesi, Bolu Orman

Kebabı, Bolu Patlıcan Kebabı, Bolu Usulü Patates Çorbası, Kartalkaya Kebabı, Mengen Pilavı, Patlıcan Kıymalı Bolu Gözlemesi, Yedigöller Kebabı'dır. Bunların yanı sıra il ile ilintili isimleri taşımasa da Bolu'ya has lezzetler de BAM'ın listesinde yer almaktadır. Bunlar; Kabaklı Cizleme, Kaldirik Dolması, Kaşık Sapı, Kedi Batmaz Tatlısı, Kızılıcık Tarhanası Çorbası'dır. Bu ismi geçen yemeklerin yanı sıra listede kalan diğer 56 yemek tarifi Bolu'ya has üretim metotlarıyla hazırlanmaktadır. Atma Hamur, Höşmerim ve tescilli Bolu Sarı Patatesi kullanılarak hazırlanan Paşa Pilavı, bu yemeklere örnek gösterilebilir (Şekil 6). BAM'ın listelediği bu tarifler için geleneksel ürün adı etiketi başvurusu yapılabilir.

Yelpazenin genişletilmesi için Bolu'nun beldelerinden başlayarak, yöresel mutfaklarda kullanılan ve kendi coğrafyalarının ürünü olan, kendi mikro coğrafyaları dışında bilinmeyen, üretimlerinin az ve standart dışı olması nedeni ile ekonomik bir değer taşımayan, geleneksel ürünlerin coğrafi işaretlemesinin yaptırılmasını sağlayacak ve değerlendirilebilirlik konusunu irdeleyecek çok daha fazla çalışma yapılmalıdır (Hoşcan, vd. 2016: 71). Bu şekilde yerel gastronomik ürünler belki de dünya çapında ekonomik değeri yüksek endüstriyel ürünler haline getirilebilir.



Şekil 6. Bazı Bolu Yöresi Yemekleri.

Kaynak: kulturportali.gov.tr, erişim: 23.02.2021

Tarım

Tarım, yerleşik hayata geçilmesiyle ortaya çıkan artı ürünün korunması amacıyla şehir yapısını ve toplumsal sınıfları doğurmuş, medeniyet ismini verdiğimiz kavramın kökü, medine, yani şehir lafzından türemiştir. Latin kökenli colere, yani ekip biçmek, tarım yapmak anlamından türeyen kültür kavramı ise, bize tarımın modern toplumların gelişmesinde ne denli önemli

rol oynadığını göstermek açısından yeterli bir anekdottur. Tarımsal faaliyetler, pek çok kavrama zemin oluşturmasının yanında insan topluluklarını da şekillendirmiş, gündelik hayata, toplumsal pratiklere ve gastronomiye doğrudan etki etmiştir. Kültürel öğelerle tarımın bu denli içli dışlı olması, coğrafi işaret kavramının tarıma ve dolayısıyla yöresel ürünlere menşe adı vermesiyle karşımıza çıkmaktadır. Tarımsal ölçekte coğrafi işaretin temel amacı, ürünün menşe kaynağının kayıt altına alınması, biyoçeşitliliğin korunması, sürdürülebilir tarım ile kırsal kalkınmanın desteklenmesidir. Devlet eliyle gerçekleştirilen bu faaliyetin daha geniş pencereden okunabilecek amaçları ise kentsel nüfusun tersine göç ile kırsala dönmesi ve mevcut kırsal nüfusun yerinde kalması, alternatif turizm faaliyetlerinin çoğalarak ekonomik girdi kalemlerinin artırılması, tarımsal ekonominin canlandırılması, tarım ve hayvancılığın yeniden cazibe sektörler haline getirilmesidir.

TPMK verilerince toplam 18 coğrafi işareti bulunan Bolu'da işaretli ürünlerden 5 tanesi doğrudan zirai üretimle elde edilir. Önceki pasajlarda bahsi geçtiği üzere, farklı iklim sınıflarının bulunması il genelinde floristik öğelerin çeşitliliğinde ana etmenddir. Genel itibariyle ülkemiz biyoçeşitlilik bakımından oldukça zengindir. Türkiye'de 10 bin civarı bitki türü varken 13 kat daha büyük Avrupa'da 12 bin civarı bitki varlığından söz edilebilir. Bu ufak mukayese bile ülkemizin zenginliğini gözler önüne sermektedir. Bolu da bu durumdan payını almıştır ve il sınırları içerisinde 178 endemik tür bulunmaktadır (Eker, vd., 2019: 7). Bu floristik öğeler, tescillenmeli, tanıtılmalı ve kent ekonomisine kazandırılmalıdır.

Günümüzde Karabük'ün Safranbolu ilçesiyle özdeşleşen ve ilçeye de adını veren safran bitkisinin uzunca bir süre önce Bolu'da da tarımının yapıldığı tarihi vesikalardan okunabilmektedir. Yöre insanıyla yapılan mülakatlar sonucu safran tarımının yapıldığına dair bir bilgiye rastlanmamıştır. Ancak XIV. yüzyılda Göynük'te bulunan İbn-i Batuta, seyahatnamesine şu satırları düşmüştür: “Burada ne bağ ne de bahçe vardır. Safran'dan başka bir şey de yetiştirilmez. Kadın bizi safran almaya gelen tüccarlardan zannederek bunlardan epeyce bir miktar getirdi.” (İbn-i Batuta, 2013: 299). Bu anekdotunda İbn-i Batuta'nın Şepart ve Safran çiçeğini karıştırmış olması da muhtemeldir (Şekil 7). Karadeniz yaylalarında tabii olarak yetişen ve halk arasında Vargit Çiçeği olarak da bilinen Şepart, görünümü itibariyle safranı andırmakla birlikte bu iki bitki farklı familyalara dâhildir. Şepart bitkisinin ayırt edici özelliği ise toksik olmasıdır. Karadeniz yaylalarına doğal bir güzellik katan Şepart, güz çiğdemi ismiyle de anılmakta ve yaylacılara yaklaşan kışın haberini vermektedir. Yine de İbn-i Batuta'ya kulak vererek gıda, ilaç ve kozmetik sanayinde önemli bir yer tutan safranın Bolu'da

tarımının yapılması adına gerekli girişimlerin ve zirai çalışmaların yapılmasında bir olumsuzluk görünmemektedir (Şekil 7).



Şekil 7. Şepart ve Safran.

Kaynak: dogalhayat.org ve karabuk.gov.tr, erişim: 25.02.2021

XIX. yüzyılda ülkemizde arkeolojik faaliyetler yürütmek adına gelen Charles Texier'in de hatıratında Bolu için; “İstanbul ve Ankara (Angora) arasında transit merkezi olması sebebiyle, Bolu şehri yün ve boyacılıkta kullanılan sarı tohum rekoltesi üzerine epeyce büyük bir ticaret trafiği oluşturur” (Texier, 2002: 257) demiştir. Ticareti yapılan ve sarı tohum olarak ifade edilen bu bitki, Anadolu’daki tarihi bir hayli eski olan, boyar madde olarak şöhret kazanmış, hatta geniş bir ticaret metası haline gelmiş bulunan cehri bitkisi olmalıdır (Sarıoğlu ve Balcı, 2016: 94). İç çekirdeğinin doğal yollarla sarının 29 farklı tonunu ve çeşitli kimyasallarla karıştırılarak haki, fıstıki, açık kahve gibi farklı renk tonlarının elde edildiği görülmüştür (Kayabaşı ve Arlı, 2001: 131). Boya sanayinde kullanılan cehrinin (Şekil 8), Bolu endüstriyel ekonomisine kazandırılması adına, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ile yetkili resmi kuruluşlarca altyapı çalışmalarının yapılması ve yeni bir işkolunun ortaya çıkarılmasıyla Bolu’ya katma değer sağlayacağı öngörülmektedir.



Şekil 8. Cehri.

Kaynak: haber.kursistem.com, erişim: 25.02.2021

Yarım asır öncesine kadar şeker ve türevlerine ulaşımın görece az ve zor olduğu dönemlerde, köylülerle yapılan görüşmeler sonucu Bolu'da şeker kamışı (Şekil 9) tarımının yapıldığı, bulama, pekmez gibi ürünlerin üretildiği anlaşılmıştır. Şeker ve türevlerine erişimin kolaylaşması, rekoltenin düşük ve mamul maddenin değerinin az olması sebebiyle ticari bir değer olan şeker kamışı tarımı günümüzde Bolu'da yapılmamaktadır. Buna rağmen, 1999'a kadar Bolu'nun bir parçası olan Düzce'de şeker kamışı üretimi sürmekle beraber yıllık 206 ton ürün elde edilmektedir (Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2019: 8). Çilimli'de yetiştirilen şeker kamışından üretilen pekmez, 2019 yılında coğrafi işaret adayı olarak kaydedilmiştir. Düzce'nin daha ılıman iklimi olmasına rağmen, küresel ısınma artık göz ardı edilemez bir gerçektir. Gezegenin ortalama sıcaklığı artmakta, Bolu'da da kışlar geçen yıllara kıyasla daha yumuşak geçmektedir. Coğrafi yakınlık ve benzer toprak yapısı sayesinde Bolu, şeker kamışı tarımına elverişli olabilir. Tropik iklimlerle özleştirilen bu bitkinin yarım asır önce hâlihazırda yetiştiriliyor oluşu, günümüzde Bolu'da yeni iş kollarını ortaya çıkarabilir.



Şekil 9. Şeker Kamışı.

Kaynak: sekerkamisipekmezi.com, erişim: 25.02.2021

Bolu yerel meyve türleri yetiştiriciliğiyle de önemli bir potansiyele sahiptir. Bu meyvelerden özellikle Seben elması ve Seben Kızık Armudu sözü edilmeye değer iki türdür (Şekil 10). Merkez ilçenin güneyinde, Karadeniz geçiş iklimi etkisinde kalan Seben ilçesinde her yıl ekim ayının ilk hafta sonu elma festivali düzenlenmektedir. Seben elmasının gelecek nesillere aktarılması ve rekoltesinin yükseltilmesi amacıyla 2014 yılında Elma Üretimi Yenileme Projesi hayata geçirilmiştir. İmzalanan protokol kapsamında, elma adaptasyonları için deneme bahçeleri kurulmuş ve resmi kuruluşlarca fonlanmıştır (Bolu İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2014: par. 1). Geçtiğimiz sonbaharda ise Kızık Armudu için meyve fidanı üretim projesi başlatılmıştır. Yoğun olarak Seben'in Kızık ve Kuzgölcük köylerinde yetiştirilen ve yerel bir tür olarak addedilen Kızık Armudu, pazarda yüksek talep görmektedir. Projenin amacı olarak; kültürel değerlere sahip çıkarak ekonomiye kazandırmak, Seben'in ürün çeşitliliğini artırmak, ilkbahar geç donlarından etkilenmeyen yüksek rakımlı köylerde iyi tarım uygulamaları kapsamında üretim yaparak tüketicileri sağlıklı ve güvenilir gıdaya kavuşturmak hedeflenmiştir (Bolu İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020: par. 2).



Şekil 10. Kızık Armudu ve Seben Elması.

Kaynak: tarim.gov.tr ve bolu.bel.tr erişim: 25.02.2021

Bu bölümün kısa bir değerlendirmesi olarak, Bolu ili adına, meyve, sebze ve mantar kategorisinde başvurusu yapılan 7 coğrafi işaret bulunmaktadır. Bunların 4 tanesi menşe adı olarak kaydedilmiştir. Bolu Alıç Sirkesi, Seben İza Buğdayı (detaylı okuma için Bkz: Zencirci vd., 2020), Göynük Eriği ve, Seben İza Bulguru listede bulunmaktadır. Gelecek yıllarda bu listeye Seben Belediyesi'nin logosunda da bulunan ve her sene ilçede festivali düzenlenen Seben Elması ve Seben Kızık Armudu'nun da katılması, safran ve şeker kamışı yetiştirilmesi için gerekli zirai tetkiklerin yapılması öneri olarak sunulmaktadır. Hâlihazırda listede bulunan adayların coğrafi işaret olarak Bolu ili adına tescil edilmesi ümit edilmektedir.

Hayvancılık

İnsanlığın en eski kültürel faaliyeti olan hayvancılık, uygarlığın şekillenmesinde kilit rol oynar. Gücü, eti, derisi, sütü ve kemikleri dahi hayatın her alanında kullanılagelmiştir. Yabani bir hayvan popülasyonunu onu daha kolay ve daha yoğun tüketmek amacıyla alıkoymak, korumak ve çoğaltmak üzere doğal yaşam biçiminden ayırmak olarak ifade edilen proto hayvancılık ile çobanla yapılan ve hayvanların açık arazide serbestçe otlatıldığı pastoral hayvancılık artık günümüzde yeri doldurulamaz bir sektör haline almıştır (Güven, 2015: 15). Çoğunlukla kitlesel tüketim ihtiyacını karşılamak için yetiştirilen toplam büyükbaş sayısı ülkemizde 2020 itibariyle 18,6 milyon iken bunun % 1'ini manda popülasyonu oluşturmakta, bunun yanı sıra 55 milyon küçükbaş yetiştirilmektedir. Bolu'nun bu istatistikler içerisinde payı; büyükbaşta % 0,7 iken manda yetiştiriciliğinde % 0,9 ve küçükbaşta % 0,02'dir (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı HAYGEM, 2020). Ülkemizin toplam büyükbaş ve küçükbaş hayvan varlığının binde

üçüne sahip Bolu, manda kaymağı ismini coğrafi işaret olarak tescil ettirmiştir. İrili ufaklı göller ve sulak alanlar açısından zengin olan il arazileri manda popülasyonu için uygun bir çevre sunmaktadır. Bölgeye has üretim metotlarıyla üretilen manda kaymağı, daha çok kümes hayvancılığıyla nam salmış Bolu için dikkate değer bir coğrafi işarettir.

Ülkemizde ilk yatırımların 1930’larda başladığı ancak 1960’lara kadar kurumsallaşmayan tavukçuluk sektörü ise, alanındaki teknolojilerin ucuzlaması, üretim modeli, tesislerinin gelişmesi ve ulaşım hizmetlerinin büyümesiyle 1980’lerin sonu ve 1990’ların başında büyük bir ivme yakalamıştır. Büyük pazarlara yakınlığı sayesinde Bolu, kümes hayvancılığında ülkemizin önde gelen illerindedir. 2018 verilene göre Türkiye’de yürütülen kümes hayvancılığı faaliyetlerinin % 98,4’ü tavukçuluk üzerindedir (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020a). 354 milyona tekabül eden bu oranın % 64’ü et tavukçuluğu üzerine olup Bolu, bu pazarda % 10,6’lık bir paya sahiptir. İlde faaliyet gösteren 10 yem fabrikası, 9 kuluçkahane ve 6 kesimhane, gelişmiş tesislere ve entegre altyapıya sahiptir (T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020b). Bunun yanında yumurta tavukçuluğu üzerine 26 tesisin olduğu Bolu, organik yumurta üretiminde Manisa ve Samsun’un ardından yıllık yaklaşık 20 milyon organik yumurta ile üçüncü sırada gelmektedir (Yumurta Üreticileri Merkez Birliği, 2018). Kümes hayvancılığının % 1,6’lık kısmını oluşturan hindi, ördek ve kaz yetiştiriciliğinde de Bolu, yetiştirilen 1 milyonu aşkın hindiyle sektörün % 25’ini oluşturmakta, ördek yetiştiriciliğinde % 5 ile sektörde üçüncü, kaz yetiştiriciliğinde ise % 1’lik paya sahiptir (TÜİK, 2020).

BAM’ın listelediği 73 yöresel yemek arasından üçü tavuk, ikisi kaz ve biri hindi olmak üzere toplam 6 yemekte kanatlı hayvan eti bulunmaktadır. Kümes hayvancılığı sektörünün diğer hayvancılık faaliyetlerinin önüne geçtiği Bolu’da yöresel yemeklerde çoğunlukla kırmızı etin kullanıldığı görülmüştür. Dahası hayvancılık ile alakalı tek coğrafi işareti sektörde görece zayıf olduğu manda kaymağı üzerine almıştır. Manda etinden üretilen şarküteri ürünlerinin, süt ürünlerinin ve kemik, boynuzundan üretilen ticari değere sahip eşyaların pazarlaması sağlanarak markalaşmaya gidilmeli ve ticaret örgütleri vasıtasıyla manda yetiştiriciliğine dair teşvik, dolayısıyla yatırımlar arttırılmalıdır.

TPMK veri tabanından elde edilen bilgilere göre işlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri sınıfında kanatlı hayvanlar ile alakalı yalnızca 4 coğrafi işaret tescili bulunmakta, bunların ikisini hindi, birini kaz ve birini de tavuk yemekleri oluşturmaktadır. BAM’ın listelediği yöresel yemekler arasında bulunan kaz tiridi” 2013 yılında Samsun Kaz Tiridi ismiyle tescil altına alınmıştır. Gerede yaylalarında yetiştirilen ve her sene düzenlenen Geleneksel Hayvan-Emtia Panayırı’nda satışa sunulan Gerede kazının ticari değeri arttırılmalı,

hâlihazırda bir örneği bulunan kaz tirdi, Bolu özelinde de daha geniş topluluklara tanıtılmalıdır.

Kümes hayvancılığının bilhassa geliştiği ve cittaslow unvanlarıyla büyük bir turizm potansiyeli barındıran Mudurnu ve Göynük ilçelerinde tanıtıma önem verilmeli ve bu hayvanların etiyle hazırlanan yemekler öne çıkartılmalıdır. Mudurnuspor'un da tamgasında bulunan ve maskotluğunu üstlenen tavuk figürü, yapılabilecek heykel ve organize edilebilecek festivallerle tanıtılmalı ve marka değeri oluşturulmalıdır.

Sonuç

Bir yerin somut kültürünü, gelenekselliğini ve soyut mirasını devlet eliyle koruma altına almak, yaşatmak, tanıtmak ve katma değer kazandırmak için Türk Patent ve Marka Enstitüsü (TPMK) tarafından yapılan coğrafi işaretleme, bölgesel kalkınmaya destek verdiği gibi, alternatif turizm faaliyetlerine de canlılık katar. İstihdam ve ek gelir sağlar, kırsala dönüşü teşvik eder, kapitale olan göçü tersine çevirir. Böylece kırsal kesimde yaşayan yöre halkı yerinde kalkındırılmış olur. Bununla birlikte coğrafi işaretleme tüketici boyutuyla da önemli bir uygulamadır. Kalitesi koruma altına alınmış ve yöre adıyla markalaşmış olan ürün, tüketici tarafından öncelikli olarak tercih edilmektedir. Bununla ilgili Avrupa'da yapılan bir araştırmanın sonucuna göre tüketicilerin % 43'ü coğrafi işaret taşıyan ürünlere % 10 daha fazla ödeme yapmayı uygun bulduklarını belirtmişlerdir. Bu durum halkın coğrafi işaretler kapsamındaki ürünlere olan güvenini yansıtmakta olup özellikle Türkiye nüfusunun önemli bir kısmını oluşturan dar gelirli kırsal kesim halkının kalkınmasında oynayabileceği önemli rolün bir göstergesi niteliğindedir (Şahin, 2011: 9). Yöresel bir ürünün koruma altına alınması denetleyici mekanizmalar sayesinde hem kalitesini korumasına yardımcı olur hem de kırsal da üretimin devamlılığını sağlar. Bu durum da kırsal kesimin kalkınmasında kaldıraç vazifesi görür.

Coğrafi işaretlemenin kurumsal kimliğiyle devlet destekli bir çalışma olması, ilk elden millî kültürün korunumu ve gelecek nesillere aktarımına yardımcı olur. Yasal çerçevede topluma ait bir ürünün ulusal ya da uluslar arası platformlarda başka isimler altında, fason üretimle pazarlanmasının mümkün mertebe önüne geçer. Bu hususta coğrafi işaretleme tarihi, ekonomik, kültürel, sosyolojik disiplinler açısından önem taşır. Farklı iklim tiplerinin görüldüğü, aynı anda hem yaz hem de kış turizminin yürütüldüğü, medeniyetler beşiği Türkiye'nin Şubat 2021 itibarıyla 661 coğrafi işaretli ürüne sahip olması ise, büyük bir tezat oluşturmaktadır. Ancak değerlendirme sürecindeki 691 coğrafi işaret adayı, gelecek için ümit yeşertmektedir. Bu sayının daha da artırılması için sivil toplum kuruluşları ve devlet kanalı aracılığıyla halka, firma ve iş insanlarına bilgilendirilme

yapılmalı ve markalaşma teşvik edilmelidir. Tescil süresince yapılacak harcamalar azaltılmalı yahut destek sağlanmalı ve süreci uzatacak bürokratik işler daha pratik bir hal almalıdır. Üretim ve pazarlama safhalarının arasında koordinasyon sağlanmalı ve yerel kooperatiflerce örgütlenmelidir.

İki metropol kent arasında yer almasından ve ülkenin doğu-batı ekseninde yürütülen ticari faaliyetlerin mecburi geçiş noktası olmasından ötürü Bolu, ziyaretçi bakımından oldukça yüksek potansiyele sahiptir. Kırdan yaşayan dörtte birlik nüfusla Bolu, bu manada Türkiye ortalamasının altında bulunur. Daha önce dile getirildiği üzere coğrafi işaretleme, yerinde kırsal kalkınma için hayati bir rol oynar. Yöresel ürünlerin markalaşması, talebi arttıracak gibi üretimin devamlılığı da -doğru denetleme mekanizmalarıyla- sağlanmış olur. Farklı iklim tiplerinin etkisi altında kalması floristik açıdan Bolu'nun çeşitlenmesine olanak sağlamış ve bu çeşitlilik yerel kültüre yansımıştır. Hâlihazırda başvurusu yapılan Bolu Alıç Sirkesi ve Bolu Kozalak Sirkesi'ne bir de Bolu Elma Sirkesi eklenebilir. Ancak TPMK veri tabanında Bolu Alıç Sirkesi'nin işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar kategorisinde, Bolu Kozalak Sirkesi'nin ise yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz kategorisinde sisteme dâhil edilmesi, denetleme ve sınıflandırma mekanizmalarının tutarsız olduğunu göstermekte, koordinasyonun eksikliğine işaret etmektedir.

Tescillenmiş ve başvurusu yapılmış toplam 39 coğrafi işareti bulunan Bolu'da daha çok gastronomi alanı göze çarpmaktadır. Bu kapsamda BAM'ın önceki yıllarda yayımlanmış olduğu liste tekrar gözden geçirilmeli, yüksek kesimlerde doğal olarak yetişen Dağ Çileği Reçeli ve yeşil alanın büyük bir kısmını oluşturan çamlıklardan elde edilen Kozalak Reçeli için girişimlerde bulunulmalıdır. Tarihi vesikalarda okunan safran ve şeker kamışı üzerine araştırmalar yapılmalı, aşçılarıyla ünlü Bolu ilinin sahip olduğu gastronomik değerler, olası bir tarım ve gıda müzesinde sergilenmelidir. Endemik bir tür olan Abant Alabalığı (*salmo trutta abanticus*), için girişimlerde bulunmuş olması bir başka endemik tür; Abant Çiğdemi (*crocus abantensis*) için bir yol açmıştır (Şekil 11). Bolu merkezinde bu iki endemik tür için bulunan heykellere ek, Abant Gölü ve diğer millî parklar çevresinde benzer uygulamalar geliştirilmeli, bilgi verici dövizler, kitabeler hazırlanmalıdır. Bolu'yu kuzeybatı-güneydoğu doğrultusunda bir uçtan diğerine kat eden otoyol vasıtasıyla sene içinde milyonlarca aracın geçtiği, konakladığı, dinlenme tesislerinde, kavşak ve durak noktalarında bilgilendirici platformlar kurulmalı, döviz, pankart, el broşürü vb. ile bu endemik türlerin tanıtımı yapılmalıdır.

Tüm bu alternatif turizm faaliyetlerinin yanında endüstriyel ticari meta özeliğindeki Bolu Abant Nilüfer Çiçeği Kolonyası, Ardiç Kolonyası, Çam Kolonyası ve Çimen Kolonyası için de başvuruda bulunulmalıdır. Bu kokuların tanıtımı için seyahat edenlerin durak ve dinlenme noktalarında Bolu'yu tanıtmak adına oluşturulan/oluşturulacak platformlarda ücretsiz deneme numuneleri verilebilir.



Şekil 11. Abant Alası ve Çiğdemi.

Kaynak: bolugundem.com ve agaclar.net erişim: 25.02.2021

Bolu'yu sarmalayan dağ ve ormanlardan süzülerek yer altına karışan, yer altı su kaynaklarını zenginleştirerek kimi yerlerde pınarlar oluşturan doğal kaynak suları, yörede Kökez Suyu olarak bilinmektedir. Kökez'in menşe adı olarak tescil ettirilmesi Bolu'da faaliyet gösteren 6 doğal kaynak ve doğal mineral suyu işletmesinin (Gıda Güvenliği Hareketi, 2019) marka değerini yükseltecek, Bolu Suyu ismi, hâlihazırda doğayla eşleştirilen il için tanıtım, turizm, dolaylı olarak istihdam ve bölgesel kalkınmaya ek katkı sağlayacaktır. Bu anlamda coğrafi işaret almış Bolu Fındık Çikolatası ve Gerede Şakşak Helvası ile aynı ürün grubuna dâhil, özel girişimler neticesinde kurulan fakat artık Bolu'ya mal olan; Saray Helvası (Depme Helva) ve bir tür çikolata kaplı krokan, Bolu Çikolatası, Bolu'nun markalaşmasına katkıda bulunmakta, ilin tanıtımını yapmaktadır (Şekil 12).



Şekil 12. Bolu Çikolatası (Bolçi) ve Saray Helvası.

Kaynak: kulturportali.gov.tr, erişim: 25.02.2021

Hayvancılığın, coğrafi işaretler düzeyinde gastronomi ve tarımın gerisinde kaldığı Bolu’da mahreç işareti almayı başarmış manda kaymağı, diğer şarküteri ve süt ürünleri için örnek teşkil etmelidir. Hayvancılık yalnızca gıdada değil, hediyeleşim ve süs eşyası gibi sektörlerde de kullanılmalı, boynuz, kemik, deri gibi ticari hammaddelerde markalaşmaya gidilmelidir. Yakın geçmişte Gerece ilçesinde faal olarak sürdürülen kemik tarakçılık zanaatı, bu bağlamda var olan fakat unutulmaya yüz tutmuş kültürel bir değerdir. Tavukçuluk sektöründe önde gelen bir il olması nedeniyle tanıtım faaliyetlerinde kaz, tavuk, hindi veya ördek maskot olarak kullanılabilir. Bolu’da üretilen ve iç-dış pazara sunulan paketli ürünlerde Bolu vurgusu yapılmalı, bir sembol veya maskot ile temsil edilmelidir. Genel olarak nam salmış, Alman mühendisliği, Japon teknolojisi gibi yerleşik kanılar gibi saflık, doğallık ve organik damgası özelinde Bolu’dan etiketli ürünlerde tüketiciye yansıtılmalı, bu hususta daha çok sosyal çalışmalar yapılmalıdır. Paketli ambalajlara ve yerel yönetimler vasıtasıyla üretilebilecek giyim ürünlerine yöresel ağaç işçiliği, baskı veya Kızık Kilimi motifleri işlenmeli ve folklorik sembollerin yaşatılmasına destek olunmalıdır. Şehirde gerçekleştirilen peyzaj düzenlemelerinde de aynı motiflerin kullanılması ve halkın bilgilendirilmesi kültürümüzün gelecek kuşaklara aktarılmasını kolaylaştıracak ve hızlandıracaktır.

Ticari değere sahip, sanayileşmiş ve Bolu ismini marka olarak taşıyan ürünlerin numuneleri önceki pasajda bahsi geçtiği üzere durak ve dinlenme noktalarında ücretsiz olarak dağıtılabilir, Bolu’yu ziyaret eden siyasilere takdim edilebilir, topluma mal olmuş ünlülere, sivil toplum kuruluşlarına (STK) ilin tanıtımı açısından gönderilebilir. Bolu ismini ve markasını taşıyan ürünler; millî parklar ve müzeler gibi, özellikle il dışından turist çeken

destinasyonlarda tanıtılmalı ve uygun yerlerde satış noktaları kurulmalıdır. Ürünler cazip ve steril şekilde ambalajlanmalı, sosyal medyada, ana akım medyada ve ziyaret edilen noktalarda viral yani ağızdan ağza reklamı yapılmamalıdır. Bolu dışında hatta yurtdışında yaşayan Boluluların kurmuş oldukları STK, dernekler, vakıflar ve civar illerin STK'ları ile işbirliğine gidilmelidir. Bolulu olan, Mengen ve Yeniçağa aşçılık liselerinden yetişen aşçılar, yerel örgütler tarafından tescillenmeli ve Bolu'nun tanıtımının yapılması sağlanmalıdır. Bolu ismini marka olarak kullanan ve -aşçılarıyla meşhur olması hasebiyle- buradan rant sağlayan, fakat Bolulu veya Bolu'yla organik bağı olmayan işletmelere yaptırımlar uygulanmalı yahut yine yerel örgütler tarafından denetlenmeli ve sınıflandırılmalıdır (Örn: Michelin Rehberi). Yerel gastronomi lezzetleri daha sık kayıt altına alınmalı, güncellenmeli ve çoğaltılmalıdır. Böylece gelecek nesillere kültür aktarılacağı gibi bölgesel ve ulusal çapta daha fazla taraftar bulacaktır.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Birinci yazar Murat Tanrikulu çalışmanın fikri, yöntemi, planlanması, analizi ve yorumlanması katkı sağlamıştır.

İkinci Yazar Emre Doğandor çalışmanın analizi, yorumlanması ve yazılmasına katkı sağlamıştır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edilmiştir. Çalışmanın özgünlüğüne dikkat edilmiş, yararlanılan kaynaklar dipnot ve kaynakçada usulüne uygun olarak eksiksiz zikredilmiştir.

Kaynakça

Ahilik ve Esnaf Duası, (t.y., p.3), <http://mudurnu.bel.tr/mudurnu/ahilik-ve-esnaf-duasi>, erişim: 07.02.2021.

Akın, E. B. (2006). Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması Ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması, Hacettepe Üniversitesi Fen Bil. Ens. Gıda Mühendisliği ABD, Doktora Tezi, Ankara.

Arman, A. (2011). Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği . Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Düzce.

Aşçılar M.T.A.L., (t.y.), http://ascilikokulu.meb.k12.tr/14/09/133184/okulumuz_hakkinda.htm

, erişim: 01.02.2021.

Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği, Turizm ve Araştırma Dergisi (TURAR), c. 6, s. 1, ss, 4-23.

Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). Turizm ve Rekabet, Detay Yayın, Ankara.

Balkanal, Z. ve Sökmen, S. (2017). Seben Alaca Dokumaları, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi / Cilt:10, Sayı:20 / 2017 / Aralık, ss. 235-262.

Bolununesi, (2005). <https://www.bolununesi.com/haber/133057/abdenkizik-kilimine-destek-2>, erişim: 13.11.2020.

Bolu Belediyesi Bolu Araştırmaları Merkezi, (BAM). (2016). Aşçılar Diyarından Bolu Lezzetleri, Bolu Belediyesi Bolu Araştırmaları Merkezi Yayınları, Sayı 10, Bolu.

Bolu Gündem. (2004). <http://www.bolugundem.com/mudurnu-bebekleri-dunyaya-tanitolacak-885h.htm>, erişim: 11.11.2020.

Bolu İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, (2014), Seben Elması İçin Ortak Çalışma Devam Ediyor, <https://bolu.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?TermStoreId=368e785b-af33-487d-a98d-c11d5495130b&TermSetId=8be51746-23bf-4e90-a865-9d83081e52fc&TermId=85d441d8-1b52-4085-b7ab-dcd2175585f0&UrlSuffix=66/Ilimize-Uygun-Elma-Cesitleri-Belirleniyor>, erişim: 25.02.2021.

Bolu İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, (2020). Kızık(Abbasi Armudu) Meyve Bahçesi Tesisi İçin Fidan Üretilecek, https://bolu.tarimorman.gov.tr/Haber/1037/Kizik_abbasi-Armudu_-Meyve-Bahcesi-Tesisi-Icin-Fidan-Uretilecek, erişim: 25.02.2021.

Coğrafi İşaret Nedir?, (t.y., par 1, par 3, par,4), <https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Fraf-i-%C5%9Faret-nedir>, erişim: 11.11.2020.

Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama ABD, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). “Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılış Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi”, Doğu Coğrafya Dergisi, c. 17, s. 28, ss. 193 – 214.

Doğan, M. (2010). Mengen Havzasının Beşeri ve İktisadi Coğrafyası, Erbain Yayınları, İstanbul.

- Düzce İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, (2019) Faaliyet Raporu, erişim: https://duzce.tarimorman.gov.tr/Belgeler/PLANVERAPOR/duzce_faa_liyet_raporu-2019.pdf, erişim: 03.02.2021.
- Eker, İ., Çelik, A., Kaya, A. ve Aydın, A. (2019). Bolu'nun Endemik ve Nadir Bitkileri, Bolu Belediyesi Araştırma Merkezi Yayınları, Bolu.
- El Sanatları, (t.y.), <http://www.bolu.gov.tr/el-sanatlari>, erişim: 11.11.2020.
- Eroğlu, F. (1999). Küreselleşme Süreci ve Kimlik Krizi, Türk Yurdu, Mart, c. 19, ss. 139-141.
- Evliya Çelebi. (2013). Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi. 1-6. Kitaplar. Haz. Seyit Ali Kahraman, Yücel Dağlı, Ed. Sabri Koz. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Geleneksel Ürün Adı Nedir?, (t.y., par 1.), <https://www.ci.gov.tr/sayfa/geleneksel-%C3%BCr%C3%BCn-ad%C4%B1-nedir>, erişim: 11.11.2020.
- Gıda Güvenliği Hareketi. (2019). Gıda Hareketi Ambalajlı Su Raporu Tablosu, https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sEH9fw_inm-V1QBMc8NDI5uTPBoVIId03vgBsCBQe-bk/edit#gid=1127942016.
- Gıda Güvenliği Hareketi (2019). https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sEH9fw_inm-V1QBMc8NDI5uTPBoVIId03vgBsCBQe-bk/edit#gid=1127942016, erişim: 20.11.2020.
- Gökovalı, U. (2004). 'Trends in Patenting Activities: Worldwide Evidence and Turkish Case', Ekonomik Yaklaşım, 15 (50), ss. 13-29.
- Gökovalı, U. (2007), Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 21 Sayı: 2,ss. 141-160.
- Gürbüz, M. E. ve Çetin, İ. (2017). 'Mudurnu bebekleri' ilçe ekonomisine katkı sağlayacak, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/mudurnu-bebekleri-ilce-ekonomisine-katki-saglayacak/759390>, erişim: 25.02.2021.
- Hornig, J., Liu, C., Chou, H. and Tsai, C. Y. (2012). Understanding the Impact of Culinary Brand Equity and Destination Familiarity on Travel Intentions, Tourism Management, 33(4): 815-824.
- Hoşcan, N., Genç, K., Şengül, S. (2016). Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue 1, ss. 52-76.
- İbn Batûta. (2013). İbn Batuta Seyahatnamesi, (çev.) A. Sait Aykut, Yapı Kredi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

- İnalçık, H. (2008). Türkiye Tekstil Tarihi Üzerine Araştırmalar, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- İnce, Ö. (2006). Kaybolan Mesleklerimiz:Kemik Tarakçılık, <http://hasbihal.weebly.com/2006-kemik-tarakcedil3051305k.html>, erişim: 25.02.2021.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). “Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler”, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2008, Cilt: 22, Sayı: 2, ss. 57–66.
- Kan, M. Gülçubuk B. ve Küçükçongar, M. (2012). “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(22), 93-101.
- Kâtip Çelebi. (2008). Kitab-ı Cihannüma, (Haz.) Orhan Koloğlu, (Ed.) Bülent Özukan, Boyut Yayını, İstanbul.
- Kayabaşı, N. ve Arlı, M. (2001). Cehri (*Rhamnus petiolaris*)’den elde edilen renkler, Tarım Bilimleri Dergisi, c.7, s.3, ss. 126-134.
- Kuru, S. ve Mert, G. (2008). Bolu İli Gerede İlçesi Geleneksel El Sanatlarından Kemik Tarakçılık, I. Ulusal El Sanatları Sempozyumu, Gazi Üniversitesi Türk El Sanatları Araştırma ve Uygulama Merkezi, 1. 24-26. Ankara.
- Lök, H. ve Yıldız, S. (2015). Yerel Ürünlerin Teşviki Ve Finansmanı, Bolu İlinin Desteklerden Yararlanma Potansiyeli, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2015, Cilt:15, Yıl:15, Sayı:3, 15: 157-178.
- MARKA (2011). Gerede’nin Deri ve Deri Ürünlerinde Kümelenmesi Raporu, MARKA Yayınları Serisi, İstanbul.
- Marmara, F. (2021). Yöremizin Unutulmaya Yüz Tutmuş El Sanatları, <https://fatmamarmara.wordpress.com/>, erişim: 25.02.2021.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü (2016). Köppen İklim Sınıflandırmasına Göre Türkiye İklimi, Araştırma Dairesi Başkanlığı Klimatoloji Şube Müdürlüğü, Ocak – 2016, Ankara.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü (2018). Köppen-Trewartha İklim Sınıflandırmasına Göre Türkiye İklimi, Araştırma Dairesi Başkanlığı Klimatoloji Şube Müdürlüğü, Ankara.
- Metin, R. (2012). 1699-1718 Yıllarında Bolu’da Yatırım Araçları, Karadeniz Araştırmaları, Sayı 33, ss. 43-58.
- Mudurnu El Sanatları, (t.y.) El sanatları, <http://mudurnu.bel.tr/mudurnu/mudurnu-el-sanatlari>, erişim: 25.02.2021.

- Orhonlu, C. (1992). “Bolu”, Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, VI, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yay: 276-278.
- Öztürk, M. Z., Çetinkaya, G., Aydın, S. (2017). Köppen-Geiger İklim Sınıflandırmasına Göre Türkiye'nin İklim Tipleri, Coğrafya Dergisi 35, 17-27, İstanbul.
- Sarioğlu, H. ve Bağcı, V., (2016). Seyahatnamelere Göre Gerede/Bolu El Sanatları, SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, C.9, S. 17, ss:88-104, Isparta.
- Soysaldı, A. ve Çolak, A., (2018). Bolu – Gerede İlçesi Mangallar Köyü El Örgüsü Çorap ve Patikleri, idil, C. 7, S. 49, ss. 1201-1205.
- Şahin, G. (2011). “Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri”, Uluslararası Katılımlı Coğrafya Kongresi, 07 – 10 Eylül 2011, İstanbul.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 15,ss. 23-37.
- Şahin, G. (2015). Türkiye Zirai Hayatında Manda (Bubalus bubalis) Yetiştiriciliği ve Manda Ürünlerinin Değerlendirilmesi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi 31, 14-40, İstanbul.
- Şengül, S. (2018). Destinasyon Gastronomi Marka Değeri Bileşenlerinin Seyahat Niyeti Üzerine Etkisi (Bolu Örneği), AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2018, Cilt:18, Yıl:18, Sayı: 1, 18: 1-22.
- Talas, M. (2004). Küreselleşme ve Kültür, Küreselleşme ve Psikiyatri, Türk Tabipler Birliği Yayınları Ankara, ss.229-244.
- Tanrikulu, M. (2007). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi, Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi, 1(2), 173-184.
- Tanrikulu, M. (2016). Coğrafya ve Kültür, Mekân, Kültür, Tarih, Coğrafi İşaret, Pegem Akademi Yayınları 2. Baskı, Ankara.
- Tanrikulu, M. (2020). Covid-19 Gölgesinde Türkiye'de Holistik Turizm Ve Kültüre Dönüş, Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), c.7, s.5, ss., 406-417.
- T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2020a). Tarım Ürünleri Piyasaları, Tavuk Eti <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2020Ocak%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/Tavuk%20Eti%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%B>

[Cnleri%20Piyasa%20Raporu%202020%20ocak.pdf](#), erişim: 19.11.2020.

T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2020b), Bolu Tarımsal Yatırım Rehberi, https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/il_yatirim_rehberleri/bolu.pdf, erişim: 19.11.2020.

Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı HAYGEM (2020). <https://www.tarimorman.gov.tr/sgb/Belgeler/SagMenuVeriler/HAYGEM.pdf>, erişim: 19.11.2020.

Texier, C. (2002). Küçük Asya Coğrafyası, Tarihi ve Arkeolojisi, C. 1. (çev.) Ali Suat, Enformasyon ve Dokümantasyon Hizmetleri Vakfı Yayınları, Ankara.

Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (2005). Ekonomik Coğrafya Küreselleşme ve Kalkınma, Çantay Kitabevi, İstanbul.

Tümertekin, E. ve Özgüç N. (2015). Beşeri Coğrafya, İnsan, Kültür, Mekân, Çantay Kitabevi 15. Baskı, İstanbul.

TÜİK, (2020). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kumes-Hayvanciligi-Uretimi-Eylul-2020-33691>, erişim: 19.11.2020.

TÜRKPATENT, (t.y.). <https://www.ci.gov.tr/cografya-isaretler/liste?il=14>, erişim: 25.02.2021.

Yenisoy, S. (2019). Geçmişten Günümüze Mudurnu Oyaları, ARIŞ Halı, Dokuma ve İşleme Sanatları Dergisi, 90-11.

Yumurta Üreticileri Merkez Birliği, (2018). Yumurta Tavukçuluğu Verileri, <https://www.yum-bir.org/UserFiles/File/yumurta-veriler2019web.pdf>, erişim: 18.11.2020.

Zencirci, N, Örguç, M., Özkök Kaşıkçı, İ., Ağrı, F. (2020). Anadolu'nun Buğday Mirası: Bolu İza Buğdayı, https://www.researchgate.net/publication/342313435_ANADOLU'NUN_BUGDAY_MIRASI_BOLU_IZA_BUGDAYI.