



T.C.

BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

**KÜLTÜREL AKTARIM VE DEĞİŞİM EKSENİNDE
ANADOLU MUTFAĞI: ADANA VE ANKARA
ÖZELİNDE BİR GASTRO-SOSYOLOJİ ÇALIŞMASI**

Azize Büşra FİDAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. Mehmet ANIK

Bingöl- 2024

BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

KÜLTÜREL AKTARIM VE DEĞİŞİM EKSENİNDE
ANADOLU MUTFAĞI: ADANA VE ANKARA
ÖZELİNDE BİR GASTRO-SOSYOLOJİ ÇALIŞMASI

Azize Büşra FİDAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Mehmet ANIK

Bingöl- 2024

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
Bilimsel Etik Bildirimi	III
Tez Kabul Ve Onay	IV
Önsöz	V
Özet	VI
Abstract	VIII
Kısaltmalar Listesi	X
Tablo Listesi	XI
Şekil Listesi	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Kapsamı ve Amacı	3
2.2. Araştırmanın Önemi	4
2.3. Araştırmanın Problemi	7
2.4. Literatür Taraması	7
2.5. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği	11
2.6. Evren ve Örneklem	16
2.7. Verilerin Tasnifi ve Analizi	17

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Besin Üretiminden Toplumsal Dönüşüme Gıdanın Serüveni	20
3.2. Gıda Çalışmaları ve Yemek Sosyolojisi	28
3.3. Yemeğe Kuramsal Bakış	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri	72
4.2. Anadolu ve Yöresel Mutfak Kültürüne Ait Görüşler	76
4.2.1. Kültürel Sermayenin Yemekle İlgili Kavramlara Yansıması	101

4.3. Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Değişen Yemek Algısı.....	120
4.3.1. Yemek Kültürünün Oluşumu, Değişimi ve Toplum.....	125
4.4. Sosyo-Kültürel Aktarım Eksenin Mutfak Kültürü	136
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	147
KAYNAKÇA.....	153



ETİK İZİN BELGESİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfacı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması adlı çalışma Bingöl Üniversitesi Etik İzin Kurul Başkanlığı tarafından verilen 30.03.2023 tarih ve E-40711683-302.01.08-102788 sayılı izni ile yapılmıştır.

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım *Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfacı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması* adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgilerin bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

02/01/ 2024

İmza

Azize Büşra FİDAN

TEZ KABUL VE ONAY
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Azize Büşra Fidan tarafından hazırlanan *Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfağı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması* başlıklı bu çalışma, 12.01.2024 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda *oybirliğiyle* başarılı bulunarak jürimiz tarafından *Sosyoloji* Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Başkan : ...Doç. Dr. Rıdvan ŞİMŞEK..... İmza:
Danışman : ...Prof. Dr. Mehmet ANIK..... İmza:
Üye : ..Dr. Öğr. Üyesi Mücahit AYDEMİR İmza:.....

ONAY

Bu Tez, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun/...../202.. tarih ve sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Nebi BUTASIM
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfağı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması başlıklı çalışma, yeme-içme tercihlerinde kültürel aktarım ve değişimin gözlenmesi amacıyla hayata geçirilmiştir.

Bu çalışmanın hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam *Prof. Dr. Mehmet ANIK*'a; tezin saha araştırması safhasında vaktini bana ayıran ve samimi cevaplar veren tüm katılımcılarıma ve eğitim hayatım boyunca yetişmemde katkısı olan tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Çalışmamı tamamlamam konusunda moral ve motivasyonumu üst düzeyde tutmama yardımcı olan aileme şükranlarımı sunarım.

02/01/ 2024

Azize Büşra FİDAN

ÖZET

Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Özeti

Tezin Başlığı: Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfağı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması
Tezin Yazarı: Azize Büşra FİDAN
Danışman : Prof. Dr. Mehmet ANIK
Anabilim Dalı: Sosyoloji Anabilim Dalı
Bilim Dalı :
Kabul Tarihi : 12.01.2024
Sayfa Sayısı : XII (ön kısım) + 188 (tez)
Tohumun toprakta can bulup sofraya gelinceye kadar ki sürecinde sosyal kurumların ve toplumsal dinamiklerin önemli bir yeri vardır. Güvenilir gıda ve gıda hijyeni, beslenme kaynaklı sağlık sorunları ve devletlerin ürettiği gıdaları silah olarak kullanmasına kadar yemekle ilgili birçok başlık, toplumsal hayatın merkezinde yer alan sosyolojik bilgi içerisinde değerlendirilmeye muhtaçtır. Adana ve Ankara'nın farklı coğrafyalarda yer almaları ve bundan hareketle sahip oldukları farklı mutfak kültürleri hem Anadolu mutfak kültürü hem de yöresel mutfak kültürleri üzerine farklı deneyimleri yansıtması açısından değerlidir. Yeme-içme kültürlerinin dinamik yapısı, yemek kültürünü nesiller arasında farklılaştırmaktadır. Bu sebeple çalışmada toplumsal yapıdaki dönüşümün mutfak kültürlerinin etkisi ve yeni nesle aktarımı hususundaki değişimi gözlenmiştir. Bu çalışmada, Adana ve Ankara'da derinlemesine görüşmeler sonucunda Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerinden hareketle yaşanan değişim ve aktarım sürecine dair bulgular; Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerine ait görüşler, sosyo-kültürel aktarım ekseninde mutfak kültürü ve toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı ana temaları altında etrafında ele alınmıştır. Bireylerin toplumsallaşma sürecini geçirdiği ulusal ve yöresel kültür, damak tadı ve beslenme alışkanlıklarında önemli bir yere sahiptir. Birincil toplumsallaşma sürecinde edinilen yeme-içme tercihleri, beslenme düzeninden misafir ağırlama menülerine ve çeşitli platformlardaki yemekle ilgili içeriklere kadar hem yemek hem de çeşitli toplumsal alanlardaki seçimlerde etkilidir. Ev mutfağında hazırlanmış yemeklerin önemli bir yer tuttuğu Anadolu ve yöresel yemek kültürünün ve buna dayalı değerlerin, X ve Y kuşağının beslenme tercihlerini büyük oranda

şekillendirdiğini söylemek mümkündür. Ancak özellikle sosyal medya döneminde doğan yeni nesli de (Z kuşağı), Anadolu ve yöresel mutfaklara ait tatlardan ve geleneksel kültürden uzak, fast food temelli beslenme giderek yaygınlaşmaktadır. Bu noktada geleneksel mutfak kültürünün korunması adına hem aileye hem de toplumsal kurumlara önemli sorumluluklar düşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Adana, Ankara, Gastro-Sosyoloji, Mutfak Kültürü, Yemek Sosyolojisi

ABSTRACT

Bingöl University Institute of Social Sciences Abstract of Master's Thesis

Title of the Thesis: Anatolian Cuisine On The Axis Of Cultural Transfer and Change: A Gastro-Sociology Study in Adana and Ankara	
Author	: Azize Büşra FİDAN
Supervisor	: Prof. Dr. Mehmet ANIK
Department	: Sociology
Sub-field	:
Date	: 12.01.2024
Social institutions as well as social dynamics have an important place in the process of the seeds journey through it comes to life and finally comes to the table. From food safety, food hygiene to health problems caused by nutrition and the use of food produced by governments as a weapon, many topics related to food need to be evaluated within the sociological knowledge that is at the center of social life. The fact that Adana and Ankara are located in different part of the country's geography and their different culinary cultures/traditions are valuable in terms of reflecting different experiences on both Anatolian cuisine culture and local cuisine cultures. Ever changing structure of eating and drinking cultures differentiates the food culture between one generations and the next. Based on this fact, the current study, the change in the transformation in the social structure in terms of the effect of culinary cultures and their transfer to the new generation has been explored. As a result of in depth interviews that has been done in Adana and Ankara In this study the findings on the change and transfer process experienced from Anatolian and local cuisine cultures; The views of Anatolian and local cuisine cultures are discussed under the main themes of cuisine culture and changing food perception in the process of social transformation in the axis of socio-cultural transfer. National and local culture, in which individuals spend their socialization process, has an important place in forming their taste and nutritional habits. Eating and drinking preferences acquired in the primary socialization process has an effect on the choices both in food preferences and preferences in various social areas such as diet, guest menus and other food related content on various platforms. It is possible to say that the Anatolian and local food culture and the values that	

originated from them in which the dishes prepared in the home kitchen have an important effect and have largely shaped the nutritional preferences of the X and Y generations. However, especially in the new generation (Generation Z), born in the era of social media, fast food based nutrition, which is far from the tastes of Anatolian and local cuisines and traditional culture is becoming increasingly common. At this point both the family and social institutions have important responsibilities in order to preserve the traditional culinary culture.

Keywords: Adana, Ankara, Gastro-Sociology, Cuisine Culture, Sociology of Food

KISALTMALAR LİSTESİ

B.t.	Bilinmeyen tarih
Bkz	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler (United Nations)
Çev.	Çeviren
Ed./Haz.	Editör/Yayına hazırlayan
p.	Page
s.	Sayfa
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
vb.	Ve benzerleri
vd.	Ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 1.1: Yiyeceklerin Temin Edilme Safhaları.....	20
Tablo 1.2: Besinlere Ait Paradokslar	45
Tablo 1.3 Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	72



ŞEKİL LİSTESİ

<u>Şekil No</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 4.1: Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu mutfacı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji adlı çalışmaya ait temalar.....	74
Şekil 4.2: Çalışmaya ait kategoriler ve kodlar.....	75
Şekil 4.3: Anadolu ve Yöresel Mutfak Kültürüne Ait görüşler temasına ait kategoriler ve kodlar.....	76
Şekil 4.4: Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Değişen Yemek Algısı temasına ait kategori ve kodlar.....	120
Şekil 4.5: Katılımcıların sorular çerçevesinde verdikleri cevaplarda en çok tekrar edilen kelimeler.....	136
Şekil 4.6: Sosyo-Kültürel Aktarım Eksenin Mutfak Kültürü temasına ait kategori ve kodlar.....	136

1. GİRİŞ

Yemek, hayatın mukaddimesidir. İnsan özelinde düşünıldüğünde hem dünyaya geliş sürecinde hem de hayata gözlerini açtığı ilk andan itibaren beslenmeye ihtiyacı vardır. Türkiye gibi törensel ritüellerin toplumsal anlamının olduğu ülkelerde geleneksel olarak bebeğin dünyaya gelişini yemekle kutlanırken; insan, bu dünyadan ayrılırken de arkasından verilen yemek ile uğurlanmaktadır. Ömür adı verilen bu süreç içerisinde hayatın acı veya tatlı anlarının yiyecek ve içeceklerle anlamlandırılması yemeği, toplumun temel yapı taşlarından biri haline getirmektedir. Yemek yeme, karın doyurmak ve sadece açlık güdüsünün bastırılması için çeşitli yiyeceklerin yenmesini kapsayan bir eylem değildir. Yeme-içme tercihleri, değişen dönemsel koşulların ve farklılaşan çevresel faktörlerin etkisiyle her daim bir tercih meselesi olmuştur. Kirli-temiz, helal-haram, sağlıklı-sağlıksız, yenabilir olan veya olmayan gibi zıtlıklar yemeği bir sembol haline getirerek toplumlararası farklılaşmayı meydana getirmektedir. Bu farklılaşma hem dünya üzerinde farklı ülkelere ve milletlere ait mutfak kültürlerinin oluşmasına zemin hazırlarken; aynı ulusal kültür içerisinde farklı yöresel mutfak kültürlerinin oluşmasının da önünü açmıştır.

Yiyecek ve içeceklerin üretim aşamasından hazırlanmasına ve insanın tüketimine uygun bir hal almasına kadar geçen süreçte toplumsal dinamikler, etkin bir rol oynamaktadır. Toplumsal hafızanın oluşturduğu gelenek ve kültür hem bireylerin yeme-içme tercihlerini hem de sosyal sistemleri dönüştürme gücüne sahiptir. Toplumsal hayatta bu denli etkin bir rolü olan yemeğin sosyal hayatın merkezinde yer alan sosyoloji içerisinde bir alt disiplin olarak yer almasının tarihi ise çok eski değildir. Yemek ile ilgili yapılan ilk çalışmalara çoğunlukla antropolojik metinlere rastlansa da genel sosyoloji literatüründe Georg Simmel'in 1910 yılındaki makalesi ile bir hüviyet kazanmıştır. Zafer Nuri Yenel'in 1996 yılında yazdığı makalesi ise Türkiye'de yemek sosyolojisinin

başlangıcı sayılmaktadır. Aynı zamanda literatür incelendiğinde farklı disiplinlerden bu alana yapılan katkılar göz önüne alındığında sosyoloji bu anlamda eksik kalmaktadır. Bu sebeple kültürel değişim ve aktarımın bireylerin yeme-içme tercihlerine olan etkisinin incelendiği bu çalışma ile hem yemek teması altında yapılan çalışmalarda sosyolojinin görünürlüğünü arttırmak hem de genç bir alt disiplin olan yemek sosyolojisine katkı sağlanma hedefi güdülmüştür.

Türkiye'nin gastronomi kimliği ile öne çıkan Gaziantep ve Hatay, yemek alanındaki çalışmalarda sıklıkla yer alan illerin başında gelmektedir. Literatür incelendiğinde Adana ve Ankara'nın yemek kültürüne ait görece daha kısıtlı çalışmaların olması ve aynı zamanda bu iki il özelinde yemek üzerine yapılan çalışmalara rastlanılmaması, bu araştırmada Adana ve Ankara'nın seçilmesinde etkili olmuştur. Diğer taraftan çalışmanın soruları çerçevesinde katılımcıların mutfak ve yemek kültürüne dair belirli bir bilgi birikiminin olması hedeflendiği için Adana ve Ankara da on yıldan fazla süredir ikamet eden 25 yaş ve üzeri bireyler örneklem grubu olarak seçilerek mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın metodolojisi kapsamlı bir şekilde açıklanıp, araştırma konusuyla ilgili bilimsel literatürdeki önemine değinilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde gıda ve yemek sosyolojisiyle ilgili mevcut literatürden hareketle birtakım değerlendirmeler yapılmış ve böyle bu çalışmada neden gastro-sosyoloji kavramının seçildiği temellendirilmiştir. Bu kısımda aynı zamanda yemek sosyolojisine dair kavramsal ve kuramsal bir çerçeve çizilerek alana önemli katkılar sunan kuramcıların görüşlerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış mülakat aracılığıyla elde edilen veriler yer verilerek; bireylerin kendi tecrübelerinden hareketle toplumsal değerler ışığında elde edilen bulgular analiz edilerek Anadolu ve yöresel mutfak kültürünün bireylerin yeme-içme tercihlerine yansımalarına dair sosyolojik bir perspektif ile çıkarımlarda bulunulmuştur.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Kapsamı ve Amacı

Fizik, kimya, astronomi gibi bilimlerden yararlanarak gastronomiye bir bilim dalı hüviyeti kazandırmak isteyen ünlü Fransız şef Jean Anthelme Brillat-Savarin'in yemeği, insanın kişiliğinin ve kimliğinin temel öğelerinden biri olarak görmektedir. Bu çerçevede dile getirdiği *"Bana ne yediğini söyle, sana kim olduğun söyleyeyim (Tell me what you eat and I will tell you what you are)"* (Brillat-Savarin, 2018, s. 15) şeklindeki ifadesi, yemek ve kimlik arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

İnsanın tabağına gelen yemeğin içindeki malzemelerin yetiştiği coğrafya, pişirme süreci, tüketim şekli ve yemeğe atfedilen anlam; geleneğin ve kültürün bir ürünü olarak yenmesi veya yenmemesi gerek yiyecek ayrımı gibi birçok faktör toplumsal bir sürecin sonucudur. Aynı toplumsal yapı içerisinde yaşasa dahi sahip olduğu farklı siyasi, sosyal, kültürel ve coğrafi etmenler; bireylerin yemek tercihlerinin şekillenmesinde ve farklı yemek kültürlerinin oluşmasına önemli bir faktördür. Yemeğin bir ritüel halini alması ve insanın doğduğu günden öldüğü güne kadar acı tatlı her anının bir parçası olması onun sadece fizyolojik bir ihtiyaç olmasının ötesine götürmektedir. Yemeği hazırlayan kişiden sofradaki protokol kurallarına kadar yemeğin toplumsal dinamikler üzerindeki etkisi çeşitli ayrımları ve birliktelikleri bir araya getirerek farklı grup kimliklerini meydana getirmektedir. Yemek tercihleri bir refleksten ziyade kültürel aktarım ve değişim ekseninde oluşmuş bir geleneğin ürünü olması, yemeğin toplum üzerindeki yansımasının incelenmesini önemli hale getirmektedir. Bu sebeple çalışmanın amacını Türkiye'deki bireylerin yeme-içme tercihleri üzerinde Anadolu mutfak kültürü ve yöresel mutfak kültürünün etkisini kültürel aktarım ve değişim ekseninde incelemek oluşturmaktadır. UNESCO tarafından gastronomi alanında tescil alan önemli şehirler arasında yer alan Gaziantep ve Hatay'ın yemek teması etrafında şekillenen akademik çalışmalarda sıklıkla tercih edilmesi ve aynı zamanda Anadolu mutfak kültürü denilince tarih, antropoloji, halk bilimi veya gastronomi gibi bilim dalları tarafından yapılan çeşitli çalışmaların var olması sosyolojinin bu alandaki eksikliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple yapılan araştırma ile hem yemek alanındaki literatürde

sosyolojinin görünürlüğünü arttırmak hem de sosyoloji içerisinde genç bir alan olan yemek sosyolojisindeki sınırlı bilimsel literatüre katkı sağlamak hedeflenmektedir.

2.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye, tarihsel arka planı ve ev sahipliği yaptığı çeşitli medeniyetler ile dünyanın en iyi mutfaklarından birine sahiptir. Anadolu mutfak kültürünü, baskın tatlar ve yemeklerden ziyade yedi bölgede üretilen ürünlerle hazırlanan zengin yiyecek ve içecekler oluşturmaktadır. Selçuklu ve Osmanlı saray mutfağının etkisinin olduğu Anadolu mutfak kültüründe aynı zamanda yoksulluktan ve yoksunlukta ortaya çıkan yemekler, şifa niyetiyle yapılan yiyecek ve içecekler, günümüzde popüler hale gelmeye başlasa da Anadolu mutfak kültürü içerisinde geçmişten günümüze uzanan vegan ve vejetaryen temelli yemekler ve sokak yemekleri etkin bir yere sahiptir. Anadolu mutfak kültürü; kahvaltı ve kahvaltılık çeşitleri, çorba çeşitleri, et (kırmızı et, beyaz et veya balık), sebze veya bakliyatlarla hazırlanan tencere yemekleri, pilavlar, ekmekler ve hamur işleri gibi birçok yemek kategorisinde dünyada eşine az rastlanır bir çeşitliliğe sahiptir. İçecekler özelinde ise kuru ve taze meyvelerle ya da gül gibi çeşitli çiçeklerden veya reyhan gibi otlardan hazırlanan şerbetler, ayran, salep, boza, şalgam, çay ve Türk kahvesi ile dünyada önemli bir yere sahiptir. Günümüzde turizmin kamu gelirleri içerisindeki payının artması ve devletlerin turizmin teşviki için attığı adımlar, insanların daha fazla mobilize olmasına sebep olmuştur. Bu durum ise gastro-milliyetçilik temelli ülkelerin kendi kültürel unsurlarını sahiplenme yarışını başlatmıştır. UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar ve Türk Patent birliği gibi ulusal kurumlar tarafından desteklenen bu süreç, ulusal kültürel unsurların korunması daha da önemli hale getirmiştir. Bu sayede ülkeler çeşitli platformlar aracılığıyla kendi ulusal ve yöresel mutfak kültürlerini tanıtmaya fırsatı bularak yemeği, bir marka değeri ve yumuşak güç unsuru olarak kullanmaya başlamıştır. Bu durum ise *“yediğin içtiğin senin olsun, bize gördüklerini anlat”* sözünün önemini yitirmesine sebep olmuştur. Gurme veya gastronomi turları adı altında hem yurtiçinde hem de yurtdışında birçok tatil seçeneklerinin revaçta olması, tarihi ve kültürel unsurların bir kenara bırakılarak turistlere tamamen mutfak kültürü üzerine bir deneyim yaşama fırsatı sunmaktadır. İnsanların dünya çapında yemek üzerinden bu dolaşımı akademik yazım alanında da önemli çalışma alanlarından birini oluşturmaktadır.

Farklı coğrafyalara sahip olması ve farklı kültürlerle olan ilişkilerin şehirlerin marka imajlarına olan etkisi çalışmanın Adana ve Ankara’da yürütülmesini ana sebepleri arasındadır. İklim ve toprak örtüsünün farklı olması hem yetiştirilen ürünler üzerinde hem de ticari ilişkiler ve kültürlerarası etkileşimde doğrudan öneme sahiptir.

İnsanların yeme-içme alışkanlıklarının birincil belirleyicisi gıdaların kolay ulaşılabilir olmasıdır. Yaşadığı çevresel koşullara uyum sağlayan ürünlerin mevsimsel açıdan belirli bir periyot izlemesi, kolay ulaşılabilir ve daha uygun fiyatlı olması yöresel mutfak kültürünün önemli belirleyicisidir. Adana da Akdeniz ikliminin getirdiği ılıman iklim koşulları hem yılda birden fazla ürün alınmasına hem de farklı ürün çeşitlerinin üretilmesine olanak sağlarken; Ankara’da bu durum çetin geçen kış şartları düşünüldüğünde daha kısıtlı ve iklime bağımlı bir seyir izlemektedir. Bu ise üretilen ürünlerin Ankara özelinde kara kış günlerinde tüketilmesi için saklanması önemli hale getirirken; Adana da ise kışların ılık geçmesi ve sahip olduğu delta ovası ile birçok ürünü kışında üretebilme kapasitesi iki şehirde kışlık hazırlık ve gıdaları saklama metotlarını da etkilemiştir. Kuzu veya oğlak derisi içerisinde peynirin fermente edilmesi, etlerin güneşte kurutularak veya kavurma şeklinde muhafazası, tarhana yapımı, kış için yufka ekmek ve erişte yapımı, taze sebzelerin salamura tekniği ya da konserve tekniği ile saklaması, salça, pestil, reçel yapımı, dolmalık biber, patlıcan vb. sebzeleri kurutulması gibi birçok kış hazırlığı her iki şehirde yaşayan insanlar için benzer olsa da anlam ve değeri bu iki şehir için farklıdır.

Sosyal hayat ve yaşam tarzı ise yemek tercihlerini belirleyen diğer bir faktördür. Ankara’nın idari fonksiyonu, ulusal ve uluslararası birçok kurumun merkezi olması bu şehirde yaşayan insanların büyük çoğunluğunun sabah sekiz ile akşam beş arasında hızlı ve tempolu bir yaşam sürmesinin ana nedenleri arasındadır. Bu durum hızlı ve pratik yemeklerin tercih edilmesinin veya kimi zamanda bazı öğünlerin es geçilmesine sebep olmaktadır. Aynı zamanda Ankara’nın birçok üniversiteyi de sınırları içerisinde bulundurması daha uygun maliyetlere yeme-içme seçeneklerinin var olmasını da beraberinde getirmektedir. Adana’nın ise tarımsal üretimle ön plana çıkması ekim ve hasat zamanı gibi ticaret faaliyetlerin yoğun olarak yapıldığı zamanlar haricinde insanların mesai saatleri olmaksızın daha rahat

çalışma saatlerine sahip olmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda mevsimlik işçi göçleri ile farklı kültürlerden insanların belirli sürelerle de olsa Adana da ikamet etmesi karşılıklı kültürel etkileşimi arttırmaktadır. Kahvaltı özelinde değerlendirildiğinde Ankara denilince simit, Adana denilince ise ilk akla gelen yiyeceklerden birinin ciğer kebabı olması bu anlamda değerlendirilebilmektedir. Simidin yoğun bir şehir yaşamında hızlı bir kahvaltı seçeneği sunması Ankara hayatını özetlerken; ciğerin temizlenmesi, doğranması, şişe takılması, mangalın hazırlanması ve tüm bu sürecin sonucu olarak sofraya gelen kebab ise daha geniş vakit isteyen bir yiyecektir.

Üretilmeyen ürünlerin ise farklı bölgelerden tedarik edilmesi hem aynı ülke içerisinde hem de ülkelerarası etkileşim ve ayırım noktalarını ortaya çıkarmaktadır. Adana, Ortadoğu ülkelerine ve baharat yolunun önemli durakların biri olan Hatay'a yakın olan bir konumdadır. Bu durum ise Ortadoğu ülkelerinin hem yemekleri ile hem de yemeklerde kullanılan malzeme bakımında Adana ile birbirlerini etkilemiştir. Bu etkileşim, Adana da Ankara'nın aksine daha baharatlı, yağlı ve salçalı yemeklerin tüketilmesine; tatlı ve et üzerine daha fazla yiyecek çeşidinin olmasına katkı sağlamıştır. Aynı zamanda Toroslar ile Kuzey Anadolu dağları arasında, ortalama Türkiye'nin orta noktasındaki konumu; Ankara'yı iç ticarete kavşak bir nokta haline getirirken farklı milletlerle daha sınırlı etkileşim kurmasına sebep olmuştur. Adana ise Akdeniz'e kıyısı olması ve önemli enerji koridorlarının bir durağı olması sebebiyle farklı kültürlerle etkileşim potansiyeli daha yüksektir.

Aynı zamanda bu iki şehirde yaşayan bireylerin yeme-içme tercihleri üzerinden yürütülen saha araştırmalarının sınırlı olması, Adana ve Ankara'ya dair literatürdeki kısıtlı çalışmalara katkı sağlama amacı bu çalışmayı önemli hale getirmektedir. Ankara ve Adana üzerine birçok çalışma¹ var olsa da bu iki şehir arasındaki karşılaştırmalı çalışma bulunmamaktadır. Çalışmanın bir diğer amacı ise yemek söz konusu olduğunda literatürde gastronomi ve mutfak sanatları, beslenme ve diyetetik, turizm, tarih, edebiyat, ev ekonomisi, halkla ilişkiler, radyo televizyon, halk bilimi ve diğer alanlarda yapılan çalışmalar göze çarparken; toplumun işleyişinde temel yapı

¹ Ankara ve Adana özelinde yapılan akademik çalışmalara 2.4. Literatür Taraması başlığında yer verilmiştir.

taşlarından biri olan yemeğin, sosyoloji alanındaki kısıtlı çalışmalarına katkı sağlamak hedeflenmektedir.

2.3. Araştırmanın Problemi

Bu çalışma ile ulusal ve yöresel yemek kültürünün bireylerin yeme-içme tercihlerine olan etkisi ve değişimini ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın problemini “Yöresel ve ulusal yemek kültürünün kültürel değişim ve aktarım temelinde bireylerin yeme-içme tercihleri üzerindeki rolü nedir?” sorusu oluşturmaktadır.

2.4. Literatür Taraması

İngilizce kaynaklarda yemek, gıda ve beslenme sosyolojisi için sıklıkla sadece *food* kelimesi (*sociology of food*) kullanılmaktadır. Ancak Türkçe literatür incelendiğinde bu sosyoloji alanı için yemek, gıda, gastronomi kelimeleri² kullanılmaktadır. Kullanılan kelimeler farklı olsa da yemek sosyolojisi, sosyoloji içerisindeki en genç ve ortaya çıkarması gereken birçok toplumsal fenomeni barındıran alanlarından birini oluşturmaktadır.

Türkiye’de yemek sosyolojisi alanında yazılan ilk eser 1996 yılında Zafer Nuri Yenal tarafından yayımlanan “*Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçmenin Tarihi ve Sosyolojisi*” adlı makalesidir. Makalede Yenal, dünyada yeme-içme üzerine tarihsel, antropolojik ve sosyolojik nitelikli çalışmaları derlemiştir. Kitap niteliğindeki eserler incelendiğinde ise Hayati Beşirli’nin yemek, kültür, güç gibi belli kavramlar üzerinden derlediği makalelerden oluşan kitabı (2021) bu alanda yazılmış eserlerden biridir. Emrah Akarçay’ın hem yemek sosyolojisine dair kuramsal bakış açılarını yansıttığı hem de Eskişehir’de orta sınıfların yemek tercihleri ve beslenme mekanları üzerine yürüttüğü nitel çalışmasının sonucu yayınladığı eser (2016) ise literatüre önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çalışma ile hem sınırlı literatüre katkı sağlamış hem de Finkelstein’in foodainment kavramından hareketle beslenme³ terimini

² TDK Güncel Türkçe Sözlüğüne göre gastronomi: insan sağlığına uygun ve iştah açıcı bir şekilde hazırlanan yemek sistemi veya *iyi yemek yeme merakı* olarak tanımlanırken; yemek: karın doyurma amacıyla pişirilmiş yiyecekleri ifade edilmektedir (<https://sozluk.gov.tr/>). Gıda ise insan tüketimine sunulan tedavi amaçlı tıbbi ürün, kozmetik ürünleri veya hasat edilmemiş bitkiler ve tütün mamulleri vb. haricinde işlenmiş, kısmen işlenmiş veya işlenmemiş insanlar tarafından tüketilebilen her türlü madde biçiminde (TBMM, 2010) tanımlanmaktadır.

³Beslenme, gündelik hayat içerisinde bir rutin halini almış yemeğin anlamının televizyon programları

Türkçeye kazandırmıştır. Editörlüğünü Cevdet Avcıkurt ve Mehmet Sarioğlu'nın yaptığı kitap (2019) ise toplumsal dönüşüm, dinsel kültür, sosyal statü ve edebiyat gibi alanlarla gastronomi ilişkisini betimlemiştir. Editörlüğünü Ahmet Cihan'ın yaptığı farklı bölge ve şehir mutfakları araştırdığı çalışması (2022) ise alan katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda yemek, gıda, gastronomi, beslenme kelimeleri ile anılan bu sosyoloji alanına farklı bir bakış açısı getirmiştir.

Atakan Büke'nin 2008 yılındaki tez çalışması, tarım ve gıda sosyolojisi ile kapitalizm arasındaki ilişkinin küreselleşme teorisi arasındaki ilişkiyi yansıtmak şeklinde kullanmıştır. Hülya Gültekin ise yüksek lisans tez çalışmasında (2019) üniversite öğrencilerinin beslenme düzenlerinden öğün sayılarına kadar birçok farklı değişkeni ölçtüğü nicel çalışmasıdır.

Son yıllarda yemek sosyolojisine artan ilgi, birçok dilden Türkçeye bu alana dair kitapların çevrilmesini de hızlandırmıştır. Telif eserler arasında, en çok atıf alan çalışmaların başında Alan Beardsworth ve Teresa Keil'in kitabı (2011) ile Jack Goody'nin kitabı (2013) gelmektedir.

Literatür incelendiğinde hem Anadolu mutfak kültürü hem de belirli bir şehir, dönem veya tarih aralığına dair yemek kültürü üzerine çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Araştırmalar özelinde incelendiğinde köken memleketi Adana ve Ankara olan bireyler üzerinden yürütülen çalışmalar sınırlı bir alan teşkil etmektedir. Adana mutfak kültürü ve bireylerin yemek tercihleri üzerine yapılan çalışmalar (Artun, 2001; Karaca ve Karacaoğlu, 2016; Yayla ve Aktaş, 2017; Canoğlu ve Ballı, 2018; Arslantaş, 2020; Oğuz, 2020; Karaca ve Yıldırım, 2020; Şahin ve Ünlüöner, 2021; Derinalp ve Çanakçı, 2021) ile Adana denilince ilk akla gelen kebab ve sokak lezzetleri üzerine yapılan araştırmalar (Ballı, 2016; Yalım Kaya ve Şahin, 2018) mevcuttur. Adana lezzet festivalindeki bireylerin örneklem olarak seçildiği çalışmalar ise (Dinler, 2019; Oğuz vd., 2020) şehirlerin gastronomi alanındaki etki derecelerinin gözlemlenmesi açısından değerlidir. Ankara'nın yemek kültürü üzerine yürütülen çalışmalar (Uğur, 2001; Uğur vd., 2006; Yalçın, 2008; Yardımcı ve Özçelik, 2012; Şensoy ve Tiritoğlu, 2018; Geçgin, 2021) ise literatürde kısıtlı bir

başta olmak üzere yazılı, görsel ve dijital mecralar vasıtasıyla bir eğlence sembolü haline gelmesini ifade etmektedir.

alan oluştururken; Ankara’da yaşayan bireyler üzerinden yapılan çalışmalar ise Ankara niversitesi ğrencileri örneklem grubu olarak seçildiği ve farklı temalar etrafında beslenme alışkanlıklarının incelendiği alışmalar (Sağlam ve Yrk, 1996; Ergülen vd., 2001; Srcoğlu ve akıroğlu, 2000; Uçar ve Hasipek, 2008; Cevger vd., 2008) literatürde sıklıkla yer alırken; orduevi, işyeri, yurt, avm, huzurevi veya Ankara’nın çeşitli semtlerinde yapılan çalışmalar ise (Güneyli, 1984; Srcoğlu, 1997; Oturak, 2008; Bakır, 2008; etinkaya, 2017; Kavacık, 2021;) bireylerin yemek tercihlerinden ziyade beslenme rutinleri üzerine yürütülmüştür. Bireylerin yemek tercihleri üzerine yakın dönemde yapılan alışmalar (Kardeş Delil, 2022) ise literatürde yeni bir alan oluşturmaktadır. Aynı zamanda tek bir yiyecek eşidi (Tt, 2022) veya genel olarak Ankara mutfağı üzerine yapılan alışmalar (Cömert ve Alabacak, 2019) ile özellikle yurtdışında sıklıkla göze çarpan yemek kamyonları üzerinden yapılan alışma (Dzloğlu, 2021) yemek alanına yeni bir pencere açmaktadır. Adana’da ise yemek kültürünün yeme-içme mekanları üzerinde betimlendiği çalışmaların (Kanoğlu ve Sarper, 2022) yanı sıra Adana ve Mersin’in karşılaştırıldığı (Sahilli Birdir ve Yıldız Kale, 2014; Yıldıırım vd., 2018) alışmalarda alanda kendine yer bulurken; huzurevi (Yağmur, 1994) gibi özel bakım merkezlerindeki yaş değişkeni baz alınarak bireylerin yemek tercihlerinin incelendiği araştırmalar da bulunmaktadır. Adana mutfağının gastronomi kimliği ve farklı kltrelden etkilerinin yerel halk üzerinden incelendiği alışma (Karaca ve Yıldıırım, 2020) ise kültürün taşıyıcısı olan bireylerin görüşlerini yansıtması açısından önemlidir.

2015 yılından itibaren UNESCO Yaratıcı şehirler Ağına dahil olan Gaziantep, yemek kültürüyle akademik yazımda sıklıkla araştırmalara konu olmuştur. Hem yerli-yabancı turist ve yerel halk üzerine yürütülen çalışmalarla (Bayrakcı, 2014; Armutcu vd., 2016; Giritlioğlu ve Karaman, 2017; şimşek ve Selçuk, 2018; Sert, 2019; Koçoğlu, 2019; Durmaz vd., 2019; Keleş, 2020) hem de mutfak kültürü üzerine yürütülen çalışmalarla (Nahya, 2012; Yıldız, 2018; Arslan, 2019; Uğraş, 2020) Gaziantep bu konuda en fazla çalışılan temalardan birini oluşturmaktadır. Türkiye’nin gastronomi başkentlerinden biri olan Hatay ise literatürde yemek alanında yapılan çalışmalarda sıklıkla seçilen bir diğer ildir. Özellikle UNESCO Yaratıcı şehirler Ağına dahil olmasında sonra bu alanda yakın tarihte yapılmış çalışmalara (Taştan ve İflazoğlu, 2018; Yaldız ve Olcay, 2020; Pektaş, 2020; Kılıç ve

Çakır, 2022) ek olarak gastro-turizm kavramıyla birlikte Hatay mutfağının turizm açısından öneminin incelendiği çalışmalar (Cömert, 2014; Akdağ vd., 2015; Onur, 2021; Bayram, 2021) dikkati çekmektedir. Hatay mutfak kültürünün; kabak tatlısı, pilav, lokum, şarap, tuzlu yoğurt ve meze gibi yiyecek ve içecekler özelinde inceleyen çalışmaların (Babat vd., 2016; Cengiz ve Türkan, 2019; Gürler, 2020; Akdağ ve Yetim, 2020; Ejder, 2021; Boz, 2021) yanı sıra yemeği kültürel bir değer ve çeşitli dini gelenekler çerçevesinde betimleyen çalışmalara da (Özdemir ve Güngör, 2016; Polat ve Çetinöz, 2019) rastlanmaktadır. Hatay'ın geleneksel yeme-içme kültürünün marka imajı ve değeri üzerine yürütülen çalışmalar (Türk ve Şahin, 2014; Kaypak ve Uçar, 2018; Güzel ve Öncel, 2018; Aksoy ve Çekiç, 2019; Keskin vd., 2022; Keskin ve Nevres, 2022; Demirtaş ve Ray, 2022) ile mutfak kültürünün farklı örneklem gruplarından bireylere yansımaları üzerine yapılan saha araştırmaları da (Çimen vd., 2016; Aytekin, 2019; Dönmez vd., 2019) literatürde kendine yer bulmaktadır.

Yeme-içme bilimi veya sanatı olarak tanımlanan gastronomi; bireylerin damak tatlarına hitap eden sosyal, siyasi, ekonomik vb. birçok kavramın birleşiminden oluşan gelenek, kültür ve birikimin ürünüdür. Yiyeceklerin hazırlanmasından, pişirilmesine ve sunumuna kadar tüm süreci tarihsel koşulları göz önüne alarak incelerken aynı zaman insanların beş duyusuna ve acı, ekşi, tuzlu, tatlı ve umami olarak beş tat alma duyusuna hitap eden bir alandır. Gastronomi; yemek, bilim ve toplum arasındaki bağı sistematik olarak inceleme hedefindedir. Sosyolojinin de bilim yapma hedefi ile toplum üzerine çalışması, iki bilim dalı arasında kesişim noktası oluşturmaktadır. Ancak gastronomi, gıdaların yemeğe dönüşüp bir tabak içerisinde masaya gelmesi ve bireylerin bu yemekten aldıkları keyif üzerine odaklanmaktadır. Sosyoloji ise bireylerin tabaktaki yemeği seçip seçmeme kriterlerine, pişirme yöntemlerine, içerisinde kullanılan malzemelere, yemeğin içerisindeki gıdaları üreten üreticiden masaya getiren garsona kadar yemeği tüm sosyal sistemleri etkileyen toplumsal ve kültürel arka planın bir sonucu olarak görmektedir. Sosyolojinin mutfaka bakışı, tabaktaki yemekten de ileri geçerek toplumsal sistemleri etkileme ve onlardan etkilenme odaklı daha geniş bir perspektiftedir. Bu anlamda gastronomi ve sosyolojinin kesişim noktaları olmakla birlikte ayırım noktaları da incelenmeye değerdir. Aynı zamanda gıdaların ve yemeklerin oluşturduğu toplumsal hiyerarşi, grupları biz ve öteki ayırımına tabii tutarak kimlik kavramı özelinde *ben kimim?*

sorusunun *ben ne yiyorum?* sorusuna evrilmesine sebep olmuştur. Bu soruya verilen cevaplar ise yerel düzeyde yöresel yemek kültürlerini, küresel düzeyde ise gastro-milliyetçilik özelinde ülkelerin mutfak kültürlerinin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sebeple çalışmada toplumun yeme-içme tercihlerindeki kültürel değişim ve aktarımın rolü yöresel ve ulusal mutfak kültürü ekseninde topraktan sofraya kadar ki süreç incelendiği için *gastro-sosyoloji* kelimesi seçilmiştir.

2.5. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği

Nirengi, hem nicel (kantitatif) hem de nitel (kalitatif) araştırmalarda, bir konuya farklı açılardan bakmak, tek bir bakış açısıyla değerlendirmeye göre daha fazla doğruluk sağlamaktadır. (Neuman, 2016, s. 222). Zira toplumsal olgular, tek boyutlu olmanın ötesinde çok boyutludurlar. Balcıya göre pozitivist ötesi bilim anlayışında sosyal bilimlerin amacı, toplumsal gerçeği farklı insanların bakış açılarından anlamak ve bu insanların eylemlerini gerçekleştirirken ki deneyimleri göstermektedir. Sosyal bilimler için nihai bir doğru yoktur. Asıl amaç toplumsal hayat içerisindeki dünyanın anlamlandırılması, sosyal gerçekliğin betimlenmesine yardımcı olmaktır (Balcı, 2010, s. 35-36). Bu sebeple multidisipliner bir alan olan yemek sadece aşçıları, diyetisyenleri, turizmcileri, tarihçileri, antropologları ya da ekonomistleri ilgilendiren bir konu değildir. Yemek, onu üreten, pişiren ve tüketen veya tüketemeyen arasındaki etkileşimin hem sebebi hem de sonucudur. Bu sebeple nirengi noktası olan yemek, bu çalışma çerçevesinde sosyolojik bir bakış açısı ile betimlenecektir.

Sosyal bilimler, yirminci yüzyılın başlarında kendine bir alan oluşturmaya başlarken yöntem itibarıyla kendilerini pozitivist paradigmanın içinde bulmuştur. Bunun en önemli sebebi, sosyal bilim yapan birçok bilim insanının pozitivist gelenek içinde yetişmiş olmasıdır. Alternatif bir paradigmanın da olmayışı sosyal bilimlerin pozitivist bir bakış açısı ile nedensellik ilkesinden hareketle bilim yapmasına sebep olmuştur. Sosyal bilimler, yaptıkları çalışmaların bilimsel olması için sayısal analize ve istatistiksel yöntemler kullanmalarının yanı sıra aynı zamanda fen bilimlerinde olduğu gibi insana ve topluma ait olguları bağımlı ve bağımsız değişken olarak ikiye ayırmışlardır. Ancak bu ayırım, nedenlerin sonuçları etkilediği kadar sonuçlarında nedenleri etkileyebileceği gerçeğini yadsıdığı başka bir deyişle her şeyin her şeyle ilintili olduğunu dışladığı için yükselen yeni sosyal bilimler paradigmasını

yansıtmamaktadır. Neden ve sonuç arasındaki temel değişim, nesnellik harici farklı bakış açılarını ön plana çıkardığı için nitel çalışmalara bu süreçte daha fazla bir yönelim söz konusu olmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 30).

Sosyal bilimler çatısı altında uzun süre hâkim olan pozitivism düşüncesi, ontolojik ve epistemolojik temelli birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Eleştirilerin ana temasını ise bilimin mekanistik ve redüksiyonist (küçültücü) doğası oluşturmaktadır. Balcı'ya göre bu konu hakkındaki en tutarlı eleştiriler şair William Blake 'den gelmiştir. Blake, evreni durağan değil yaşayan bir organizma olarak tasvir etmektedir. Mekanik bilim ve materyalizm, yaşamı elimine edip hayatı ölçülebilir düzeyde küçültülmüştür. Küçülen bu dünya, hayatın olağan akışı içerisindeki tüm elemanları kapsamamaktadır. Bu sebeple toplumsal dünyada yaşanan şeyler ancak bireyin içsel deneyiminin öğrenilmesi sonucu bilinebilmektedir. Bundan dolayı pozitivist bilimin ölçüm araçları ne denli tam olursa olsun deneyimi yansıtmaz; yaşamı fiziksel bir ölçekle tartıp ölçme amacı gütmektedir (Balcı, 2010, s. 33-34). Pozitivism ötesi bilim anlayışı, nesnel bilgi üretmekten ziyade dünyanın göreliliğini temel alan bir bakış açısı vardır. Toplumsal dünyaya ait sosyal olgular, genellenebilir yasalar türetmek yoluyla anlaşılamamaktadır. Bu olgular ancak kendine özgü boyutları çerçevesinde bilginin sosyal kurgular boyutunu oluşturmaktadır. Anlam oluşturma sürecinde aktif bir rol oynayarak pozitivism ötesi anlayışta kendine yer bulan insan, büyük söylem ve tekil doğru yerine pozitivism ötesinde çoklu gerçeklikle karşı karşıya kalmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 29).

Nitel ve nicel araştırmaların ölçüm teknikleri arasında birtakım farklar vardır. Bunlardan ilki zamanlama ile ilgili olup nicel çalışmalarda araştırmacı planlama, veri toplama veya analiz sürecine geçmeden önce değişkenler hakkında bir düşünceye sahip olup, onları çeşitli eylemlere dönüştürmektedir. Nitel çalışmalarda ise araştırmacı veri toplama sırasında ölçüm yapmaktadır. Diğer bir fark ise direkt verinin niteliği ile ilgilidir. Nicel araştırmalarda veriler, tümdengelimli bir bakış açısıyla soyut fikirlerin ampirik bir temsili olarak sayısallaştırılarak çalışmalarda yer almaktadır. Nitel araştırmalarda da veriler bazen sayılarla ifade edilse de çoğunlukla yazılı ve sözlü kelimeleri, görsel materyalleri (fotoğraf, video, gazete vb.), eylemleri, sesleri ve sembolleri içermektedir. Ölçüm süreci ile ilgili son fark ise yapı ile veri arasındaki bağlantı kurma biçimidir. Nicel araştırmalarda araştırmacının veri

toplamadan önce kavram ile ilgili bir fikri vardır. Bu sayede kavramlardan hareketle veriler arasında köprü işlevi gören teknikleri kullanma eğilimdedir. Nitel araştırmalarda ise başlangıç aşamasında bir fikir olsa da veri toplama sürecinde kavramların değişimi ve yeni fikirlerin ortaya çıkması mümkündür. Bu sebeple nitel araştırmalarda kavramlar ile veriler sürekli etkileşim halindedir (Neuman, 2016, s. 266). Bundan hareketle nitel ve nicel yöntemlerin kendi teknikleri içerisinde üstün ve zayıf noktaları bulunmaktadır. Nitel araştırmalar; ayrıntılı konularda daha önce belirlenmiş kategorilerin bir sınırlaması olmaksızın yapılan çalışmaların derinliğini, açıklığı ve detaycılığını desteklemektedir. Nicel araştırmalar ise standart ölçüm kalıplarından hareketle insan deneyimlerini önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinden sayısallaştırmaktadır. Nicel araştırmaların; sayıca fazla insana sınırlı soru sorma avantajının olması, elde edilen verinin karşılaştırması ve istatistiksel olarak toplanmasına yardımcı olmaktadır. Nitel araştırmalarda ise nicel araştırmanın aksine daha sınırlı sayıda insan deneyiminin derinlemesine anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Nicel araştırmaların geçerliliği ise elde edilmek istenen veriyi en iyi şekilde ölçülmesi için geliştirilen ölçme aracının dikkatli bir biçimde tasarlanmasına bağlıdır. Ölçüm aracının standardize edilmiş kurallar çerçevesinde güvenilirliğinin sağlanması hedeflenmektedir. Nitel araştırmalarda ise araştırmacı ölçüm aracıdır. Bu sebeple nitel yöntemin inanılabilirliği araştırmacının becerisine, yeteneğine ve dikkatine bağlı olduğu kadar araştırmacının süreci sekteye uğrattak sorunlarında neler olduğunun bilmesine bağlıdır (Patton, 2018, s.14).

Geçerlilik ve güvenilirlik hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerinin temel konularından biridir. Her iki yöntemde de incelenen yapıların belirsiz, dağınık ve doğrudan gözlemlenmeye imkân vermemesi, kusursuz güvenilirlik ve geçerlilik ile araştırmaların yapılmasına engel teşkil etmektedir (Neuman, 2016, s. 276). Ancak sıfır hata payı ile araştırma yapmak çoğunlukla mümkün olmasa da araştırmacıların bu ideale yaklaşmaları için uymaları ve uygulamaları gerek birtakım kurallar vardır.

Nitel araştırmaların en temel ilkelerinden birisi, gerçeğin bireylere ve içinde bulunulan bağlama göre değişim gösterdiği ve benzer şartlar altında dahi tekrarlanan araştırmaların aynı sonuçlara ulaşılmasını mümkün kılmamasıdır. Başka bir deyişle nitel araştırmalarda dış geçerlilik sağlaması için araştırmacılar hem araştırmanın temel aşamaları sırasında hem de veri toplama süreci içerisinde kendi konumu ve

yaklaşımı hakkında ayrıntılı ve açık bilgi vermelidir. Nitel araştırmaların aynen tekrar edilememesi bu araştırmaların birbirleri ile tutarlı olmayan sonuçlar vermesi ihtimalini ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple araştırmacı çalışma sürecinde izlediği adımları detaylı bir şekilde raporlaştırması, elde ettiği bulguların topladığı verilere bağlı olduğunu, kendi varsayım veya önyargılarından bağımsız olduğunu ortaya koyarak dış geçerliliği sağlama yolunda önemli bir adım atmış olacaktır. İç geçerlilik açısından ise nitel yaklaşım sonucu elde edilen bulguların araştırmacıların yorumlama biçimine göre farklılık göstereceğinin kabul edilmesi hata payını azaltacaktır. Ancak araştırmacı, araştırma sürecindeki veri toplama veya analizi gibi aşamalarda yaptığı kontrolleri açık bir şekilde rapora yansıtmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 262-264). Bu sebeple nitel araştırmalarda geçerlilik, tek bir doğru fikirden ziyade otantiklik ile ilgilenmektedir. Otantiklik, toplumsal hayatta var olan ve onu her gün deneyimleyen bireyin bakış açısından adil, dürüst ve dengeli bir anlatım sunma amacını ifade eden kavramdır. Nitel araştırmalar toplumsal yapının bir portresini çizme amacındadır. Bu sebeple birçok nitel araştırmacı içeriden bir bakışı yakalama ve olguların nasıl algılandığını ayrıntılı bir biçimde incelemek için çalışmaların nötr bir katılımcısı olmaktadır (Neuman, 2016, s. 286).

Nitel yöntem, bireylerin deneyimlerini kendi dünyasından seçtiği kelimelerle anlatmasına imkân sağlayarak okuyucuları çalışmanın yapıldığı “an”a götürmektedir (Patton, 2018, s.47). Sıradan bir sohbete göre yapılandırılmış bir tarama görüşmesinde araştırmacı katılımcının fikirlerini ve inançları değiştirmeye çalışmaz, yargılayıcı değildir. Tüm verilerin kaynağını katılımcıların görüşleri oluşturmaktadır. Araştırmacı, katılımcıların olgusal hatalarını düzeltmeden araştırılan konu dahilinde görüşmenin yönünü ve gidişatını denetleyerek konu dışı ilgisiz sapmaları önlemeye çalışmaktadır (Neuman, 2016, s. 443). Yeme- içme tercihleri üzerinde çok farklı faktörlerin etkili olması ve aynı zamanda yemeğin kendi içerisinde bir deneyim ve anlam bütünü olması, kültürel aktarım ve değişim ekseninde yemek tercihlerinin araştırılmasında nitel teknikleri ön plana çıkarmıştır. Bu sebeple araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Çalışmada tarama araştırması yöntemi kullanılarak yeme-içme tercihleri hakkında katılımcılara bu deneyim ve tecrübeleri ile ilgili çeşitli sorular yöneltilmiştir. Tarama araştırmaları, sosyal bilimlerde yaygın olarak

kullanılan tekniklerin başında gelmektedir. Geniş gruplar üzerinde yürütülen bu araştırma tekniği ile grubun içerisindeki bireylerin olgu ve olaylara dair görüşleri, tutumları ve inançlarının betimlenmesi amaçlanmaktadır. Bu tür araştırmalarda evrenin tümüne ulaşma imkanının mümkün olmaması, örneklem seçimini önemli hale getirmektedir. Genelleme yapabilmek adına evreni doğru bir şekilde temsil eden örneklemelerin seçilmesi gerekli olmaktadır. Aynı zamanda verilerin farklı kaynaklardan toplanması ve konuyla ilgili ayrıntılı bilgi toplanmasına izin vermesiyle bu araştırma türünün geçerliliği de yüksek olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 59-60). Katılımcıların geçmişteki ve şimdiki davranışları hakkında bilgi edinilmesini sağlayan bu teknik, kişilerin öznel anlayışlarını ve deneyimini yansıtması ve tek seferde çoğunlukla birden çok göstergesi olan pek çok şey hakkında sorular sormasına imkân vermesi, uygulamada avantaj sağlamaktadır (Neuman, 2016, s. 395).

Katılımcıların yemek tercihlerinin nirengi noktası olarak kabul edildiği araştırma çerçevesinde nitel mülakat tekniği kullanılarak Adanalı ve Ankaralı olan bireylerden veya uzun süre Adana’da ve Ankara’da ikamet eden bireylerden çalışma çerçevesinde hazırlanan sorular vasıtasıyla çalışmanın verileri elde edilmiştir. Mülakatlar; araştırma konusuna, toplanmak istenen veriye ve kaynakların ulaşılabilirliğine göre farklı alt başlıklara ayrılabilir. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği hem araştırma çerçevesinde hazırlanan sabit soruların tüm katılımcılara sorma imkân sağlaması hem de ilgili konuya dair derinlemesine bilgi almak adına mülakat sürecinde farklı soru sorma avantajı sağlaması sebebiyle bu çalışmada tercih edilmiştir (Büyüköztürk vd., 2013, s. 152). Mülakatta aynı zamanda standartlaşmış açık-uçlu görüşme stratejisi kullanılmıştır. Bu strateji ile açık uçlu bir şekilde yarı yapılandırılan sorular, soruların sırası ve cümle yapısı önceden belirlenerek aynı sıra ile tüm katılımcılara sorulmaktadır. Bu sayede konuya ilişkin cevapları bulmak ve katılımcıların verdikleri cevapların karşılaştırılabilme olanağını artmaktadır. Aynı zamanda bu strateji, verilerin organize edilmesini ve analizini kolaylaştırmaktadır (Patton, 2018, s. 349). Açık uçlu sorular kapalı uçlu sorulara göre katılımcıya konuyla ilgili sayısız olası yanıt imkânı tanımaktadır. Aynı zamanda verilen bu yanıtları katılımcılar ayrıntılandırabilir, netleştirebilir veya nitelendirebilmektedir. Bu sayede araştırma öncesinde tahmin edilemeyen bulguların keşfedilmesinin önü açılmaktadır (Neuman, 2016, s. 417). Katılımcıların yiyecek ve

içecek tercihlerini belirleyen faktörlerden hareketle hem ulusal hem yöresel mutfak kültürünün oluşumu, gelişimi ve sürdürölmesi hakkında görüşleri alınmıştır. Yapılan tüm mülakatlar sırasında ses kaydı alınmıştır. Görüşmelerde elde edilen verilerin kaydedilmesi için kayıt cihazının kullanılması araştırmacının mülakat esnasında aktif dinleme ve soru sorma işlevlerini etkin bir şekilde kullanmasına (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 147) yardımcı olmaktadır. Bu sayede mülakat içerisindeki akış bozulmadan araştırmacı, bir kâtipten öteye geçerek mülakat sürecinin içindeki nötr ancak aktif bir üyesi olmaktadır. Çalışmanın saha araştırması kısmından elde edilen veriler, ses kayıtlarının çölzölmesi sonrası çalışmaya eklenmiştir.

2.6. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın araştırma evrenini Adana ve Ankara illerinde yaşayan 25 yaş üst bireyler oluşturmaktadır. Araştırma çerçevesinde Akdeniz'in tarım, ticaret, enerji ve gastronomisi ile ünlü Adana ve İç Anadolu bölgesinin idari niteliğı ile öne çıkan, farklı medeniyetlere ev sahipliğı yapan Ankara illeri tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini hem köken memleketi olarak hem de uzun yıllardır bu iki şehirde ikamet eden bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmanın verilerinin elde edilmesinde olasılıklı/rastlantısal olmayan örnekleme metodu tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bu örnekleme yöntemi, örneklem büyüklüğünü önceden belirlemenin mümkün olmadığı veya örneklemdaki grup hakkında kısıtlı bilgilerin olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Nicel araştırmanın aksine nitel araştırmada veri toplama süreci daha yavaş geçmektedir. Bireylerin katılımcı olarak araştırmaya dahil edilip edilmeyeceğı ise çalışmanın özel içeriğı belirlemektedir (Neuman, 2016, s. 320). Araştırmada olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örneklem yöntemi seçilmiştir. Kartopu örneklemede araştırma sürecinde katılımcılara bu konuda başka kiminle görüşmemi önerirsiniz? gibi sorular yöneltilerek önerilen kişilerle görüşölmektedir. Daha sonra önerilen kişilerden de benzer katılımcı tavsiyeleri alınarak katılımcı kişi sayısı artarak devam etmektedir. Süreç sonunda ise belirli kişiler üzerinden çalışmanın örneklemini oluşmaktadır (Şahin, 2014, s. 125). Memleketleri Adana veya Ankara olan ya da uzun süredir bu şehirlere ikamet eden bireylerin yeme-içme tercihlerinin kültür ve değışim odaklı oluşumu üzerine yapılan çalışma çerçevesinde 36 kişiyle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların seçiminde; memleketleri, ikamet süreleri, yaş, cinsiyet ve yemek konusundaki bilgi, birikim ve tecrübeleri dikkate alınmıştır. Mülakat öncesinde araştırmanın amacı hakkında bilgi verilip ses kaydının alınması konusunda onam alınmıştır.

2.7. Verilerin Tasnifi ve Analizi

Saha araştırması süresince derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak Adana ve Ankara’da toplam 36 kişiyle görüşülmüştür. Çalışma esnasında katılımcıların rızaları dahilinde görüşmeler ses kaydına alınmış sonrasında ise bu ses kayıtları deşifre edilerek çalışmaya eklenmiştir. Aynı zamanda deşifrelerden elde edilen veriler, MAXQDA nitel araştırma programı ile kodlanmıştır. Çalışma; Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerine ait görüşler, sosyo-kültürel aktarım ekseninde mutfak kültürü ve toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı olmak üzere üç tema üzerine inşa edilmiştir. Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerine ait görüşler teması altında beslenme alışkanlıkları ve kültürel sermayenin yemekle ilgili kavramlara yansımaları; sosyo-kültürel aktarım ekseninde mutfak kültürü teması altında nesiller arası yemek kültürü ve toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı teması altında ise ulusal ve yerel yemek kültürünün değişimi adı altında dört kategoriye ayrılmıştır. Kategorilere kendi kapsamaları çerçevesinde kodlar belirlenerek veriler kodlanmıştır. Deşifrelerden elde edilen veriler çalışmaya eklenirken katılımcıların görüşme sırası (G1⁴,G2...), cinsiyeti (kadınlar için K, erkekler için E), yaşı ve bulundukları şehir (G1K⁵, 31, Ankara veya G17E, 55, Adana gibi)ayırıcı nitelikler temelinde kodlanmıştır.

Kültür maddi ve manevi unsurlarıyla nesiller arası aktarılan bir olgudur. Bu sebeple mutfak kültürü de kendi içerisinde barındırdığı değerler çerçevesinde kuşaklar arası yeme-içme tercihleri ve geleneksel kültürün aktarımı boyutuyla çalışmanın önemli sac ayaklarından birini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda hem görüşme formunda hem de daha sonrasında oluşturulan temalaştırma sürecinde yeni neslin beslenme alışkanlıkları ve bu doğrultudaki tercihlerine ayrıca yer verilmiştir.

⁴Burada ifade edilen G1 görüşme yapılan ilk kişi, G2 ise ikinci görüşülen kişiyi ifade etmektedir.

⁵Görüşülen 1’inci kişi, Kadın, yaşı 31, görüşülen yer **Ankara**; Görüşülen 17’nci kişi, Erkek, yaşı 55, görüşülen şehir **Adana**

Günümüz dünyasında kuşak kavramı, multidisipliner bir alanı ifade etmesi sebebiyle farklı anlam öbeklerini içerisinde barındırmaktadır. Biyolojik, soybilimsel, demografik, tarihsel ve kültürel olarak dört ana başlık etrafında kuşak kavramının tanımlanması mümkündür (Semenova, 2003 aktaran Karashchuk vd., 2020). Sosyolojik bakış açısından ise kuşak kavramı, toplumsal belleğin ortak deneyimlerini nesiller özelinde incelemeye imkan tanıyan bir niteliktedir (Gençer ve Altun, 2022). Literatür incelendiğinde sessiz kuşaktan X, Y ve Z kuşağına kadar sınıflandırma niteliklerine göre kadar farklı perspektifler mevcuttur. Bu konuda ilgili bilimsel literatür incelediğinde; (Keleş, 2011, s. 131-132; Berkup, 2014, s. 219; Aka, 2018, s. 120; Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019; Alptekin vd., 2021, s. 256) Kayıp Kuşak/Sessiz Kuşak (1925-1945), Baby Boomers (1946-1964), X kuşağı (1965- 1979), Y kuşağı (1980-1999), ve Z kuşağı (2000 ve sonrasında doğanlar-milenyum kuşağında doğanlar) olarak beş kategoride ele alınmıştır. Günümüzde Z kuşağı sonrasındaki kuşağı ifade etmekte kullanılan Alfa kuşağına belirtilen kaynaklarda rastlanılmamıştır. Ancak özellikle Alfa kuşağı veya Milenyum kuşağı olarak tanımlanan dijital, sosyal, küresel, hareketli, görsel kelimeleriyle karakterize edilebilen kendinden önceki kuşaklardan özgün niteliklere sahip olan, farklılık ihtiyaç ve kategoriler üzerinden yapılan kuşak betimlemeleri de mevcuttur (McCrindle vd., 2021).

Kuşaklar; kendi arasında birtakım farklılıklara sahip olsa da benzer duygu, düşünüş, tecrübe ve tercihler gibi ortak özellik temelinde bir araya gelen ve diğerlerinden farklılaşan bir nitelik göstermektedir. Kuşak özelinde yapılan bu temalaştırmalar, nesillerin yaşadığı dönemdeki sözlü-yazılı kültür öğelerinden, teknolojik gelişmelere ve toplumdaki yeme-içme tercihlerinin eğilimine kadar baskın bir şekilde var olan dinamikler üzerinden yapılmaktadır. Kültürel değişme, nesiller arasındaki etkileşim ve dönüşümün gözlemlenebileceği yegâne alanlardan biridir. Her kuşak kendi yaşayışları çerçevesinde diğerlerinden farklı özgün bir birey ve toplum oluşturmaktadır. Türkiye özelinde düşünüldüğünde sessiz kuşak; 2. Dünya Savaşını, yeni bir devlet kurmanın buhranları dönemlerini deneyimlerken; baby boomers kuşağı ihtilallerle başlayan ve çok partili hayata geçişle birlikte insan haklarında yaşanan değişim gözlemlendiği ve radyo-televizyonlu bir hayatı yaşamıştır kuşağı sağ-sol çatışması, 1980 ihtilali, petrol krizleri ve sinemanın etkisinde bir dönem geçirirken; Y kuşağı ise 11 Eylül'le başlayan süreçte internet ve bilişim

sektöründeki hızlı değişmelerle yaşanmaya başlayan küresel ısınma gibi uluslararası etkilere sahip olaylarla yüzleşmiştir. Z kuşağı ise Bitcoin, siber saldırılar başta olmak üzere terör olayları, göç/göçmen ve istihdam sorunları gibi yaşanan toplumsal olaylar neticesinde kimliklerini biçimlendirmiştir (Özdemir, 2019).



2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Besin Üretiminden Toplumsal Dönüşüme Gıdanın Serüveni

Yemeğin tarihini anlamak, insanın dünyadaki varlığının tarihini anlamaktır. Bunun ilk adımı ise milattan önce yaşayan ilkel beslenme biçimleri incelemektir. Ancak besin maddelerinin çabuk bozulan bir yapıya sahip olması özellikle arkeologların bu alana dair doğrudan veri elde etmesini zorlaştırmaktadır. Eski besin kaynaklarına dair bozulmadan kalabilen çeşitli bitki, hayvan fosilleri ve yemek pişirmede kullanılan gereçler yoluyla bu döneme ait dolaylı bir çıkarım yapmak mümkündür (Beardsworth & Keil, 2011, s. 30). Binford'un (1992) savı göre bu alanda yapılan arkeolojik kazılarda özellikle mağara ve kovuklarda bulunan kemik ve kalıntıların insanların avcılıkla uğraştığının bir kanıtı değildir. Özellikle leopar, kurt veya sırtlan gibi hayvanlar bu tip yerlerde yuvalandıkları için onların avladıkları hayvanlardan geri kalan fosiller olma ihtimali de bulunmaktadır (aktaran Beardsworth & Keil, 2011, s. 31). Bundan dolayı elde edilen bilgiler sorgulanmaya muhtaçtır. Ancak bir gerçek vardır ki insan hayatta kalmak için her zaman yemeğe ve beslenmeye ihtiyaç duymuştur. İnsanoğlu bu gereksinimini ise yaşadığı dönemin şartlarına göre şekillendirmiştir.

Toprağa atılan bir tohumdan sofradaki bireyin tabağına kadar gelen süreçte yemek, toplumsal sistemleri etkileyen ve onlardan etkilenen dinamik bir sürecin ürünüdür. Üreticiden son tüketiciye gelene kadar yiyeceklerin temin edilme safhalarını Jack Goody; üretim, dağıtım, hazırlama, tüketim ve atıklardan kurtulma olarak beş alana ayırmıştır:

Tablo 1: Yiyeceklerin Temin Edilme Safhaları

İşlem	Aşama	Yer
1. Yetiştirme	Üretim	Tarla
2. Tahsis etme/Depolama	Dağıtım	Ambar/Pazar
3. Pişirme	Hazırlama	Mutfak
4. Yeme	Tüketim	Masa
5. Temizleme	Atıklardan kurtulma	Bulaşıkhanne

Kaynak: (Goody, 2013, s. 56)

Yiyecekler, toplumun temel yeniden üretim süreciyle doğrudan ilişkili bir kavramdır. Maddî unsurlar temelinde üretim biçimine karar verilen yemek, ekonomik anlamda tabakalaşmanın politik sonuçlarıyla belirlenmektedir. Yiyeceğin üretimi, depolanması ve dağıtımının organize edildiği ilk aşama, ekonomik faktörlerin en belirgin şekilde gözlemlendiği aşamadır. Tahsis etme aşaması politik süreçlerin hâkim olduğu, üretilen ürünlerinden alınan vergi, haraç ve kira bedellerinin belirlendiği ayrıca gelecek senelerde de kullanılmak üzere tohum stoklarının saklaması süreçlerini de içermektedir. Üçüncü aşama üretilen gıdaların yemek sofralarına gelmek için ev içinde partrimonyal bir iş bölümü ve tabakalaşma sisteminin oluşturulduğu dönemdir. Pişirilen yemeğin tüketilme aşaması olan masa safhası, grup kimliğinin belirginleştiği ve diğerlerinden farklılıklarının ortaya çıktığı yerdir. Bu safha, sofrada adabından sunumlara, yemeklerdeki tercihlere ve yasaklara kadar toplumun yemek kültürünün aşikâr olduğu aşamadır (Goody, 2013, s. 55-57). Beşinci aşama ise toplumda din, inanç, öğreti, gelenek ve kültür temelinde temiz ve kirli ayrımının yapıldığı tüketim sonrası aşamadır.

Besin arama ve karın doyurmanın tarihi insanlık tarihinin büyük bir dönemini kapsayan avcılık ve toplayıcılık faaliyetleri ile başlamaktadır. Avcılık, vahşi olarak nitelendirilebilecek hayvanlardan besin maddesi olarak yararlanmayı öngörürken, toplayıcılık kavramını ise bitkiler ya da tuzak kurmadan avlanabilecek hayvanlar yoluyla elde edilen besin kaynakları için kullanılmaktadır. Avcılık, insanın içindeki fizyolojik bir dürtü sonucu ortaya çıkmıştır. İnsanın hem yaşadığı çevreye hem de toplumsal düzene adaptasyon sürecinin hazırlayıcısı konumundaki birçok beceri, avcılık sayesinde gelişim göstermiştir. Avcılık faaliyetleri, avlanmak için alet yapımı, stratejik düşünebilme, hız ve çeviklik, iletişim becerileri, liderlik veya paylaşma gibi insani özelliklerin gelişimine fırsat vermektedir. Ayrıca avcılığın erkek ile toplayıcılığın ise kadın ile özdeşleşmesi patriarkal aile düzeninin de ilk şeklini oluşturmaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s. 35-36). Bu dönem de kadınların genellikle toplayıcılık faaliyetleriyle ve ev içi işlerle uğraşırken erkekler daha fazla fiziksel güç gerektiren uğraşlarla ilgilenmektedir. Toplumsal iş bölümünün cinsiyet temelli, fizyolojik güç odaklı olması; erkeklerin ve kadınların belirli iş kollarında uzmanlaşmalarına sebep olmaktadır. Ancak tarım dönemi ve sonrasındaki sanayi devrimi ile insanın fiziksel güç kullanarak yapması gereken birçok iş, makineler aracılığıyla yapılmaya başlanmıştır. Bu ise avcı ve toplayıcı

dönemden sanayileşmeye kadar gücün kullanım oranı ve niteliği değişse de el emeğinin her zaman önemli olduğunu göstermektedir.

İnsanların elde ettikleri gelirle doğru orantılı olarak ortaya çıkan zenginlik ve yoksulluk kavramları, doğal olarak kabul edilen bir durumdur. Ancak hem avcı ve toplayıcı dönemde yaşayan insanların hem de ilk çiftçi topluluklarının benzer uğraşları olduğu için dengesiz servet dağılımı çok sınırlıdır. Ancak Standage'e göre bu sebeple o dönemlerde yaşayan insanların yoksul olduğu söylenemez. İlk yerleşik çiftçi toplulukları ile mukayese edildiği zaman başka bir deyişle tarım dönemine geçilmesiyle birlikte avcı ve toplayıcı grupların yoksulluğu ortaya çıkmaktadır (Standage, 2020, s. 81). Tarım dönemiyle birlikte insanlar, ihtiyaçlarından fazlasını üretmeye başlamıştır. Bu durum ise elde kalan ürünlerin sahip olunmayan diğer ürünlerle takas edilmesine ve ticari ilişkilerin gelişim göstermesine sebep olmuştur. Önceleri genellikle kullanım değeri olan bu ürünlerle yapılan değişim, daha sonraki dönemlerde ise sadece değişim değeri olan paranın icadı ile toplumsal dinamikleri ve iş bölümünü derinden etkilemiştir.

Simmel'e (2004) göre para felsefesi, pratik dünyada şeylerin anlamlarının karşılıklı etkileşim içinde belirledikleri bir temsil düzenini ifade etmektedir. Para, dış dünyada soyut olarak bir değer ifade etmezken; mübadele değeri olan bir madde ile girdiği ilişki, parayı somut bir hale getirmektedir. Bu sayede araçsal bir işlev kazanan para, bir değer haline gelmiştir. İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak için somut şeylerin veya altın, gümüş ya da değerli madenleri takas aracı olarak kullanmaları; kendi içerisinde kullanım değeri olan araçların değişim değeri olarak kullanmasının önünü açmaktadır. Ancak toplulukların birleşip devleti oluşturması, paranın soyut bir değer kazanmasına sebep olmuştur. Para, niteliğine bakılmaksızın sayısal anlamda saf niceliğin ölçüsüdür. Para, somut bir form olarak ilk dönemlerde deniz kabukları, tuz ve porselen parçaları veya sansar kürkleri gibi malzemelerden oluşan bir niteliğe sahipken; günümüzde küçük dikdörtgen formda cüzdana sığan bir form alıp, dijital paralarla el ile tutulamayan bir nitelikte değişim aracı olarak kullanılmaya devam etmektedir. Paranın evrensel bir genel kabul olarak belirli formlarla simgeleştirilmesi ise devletlerin kurulmasıyla birlikte olmaktadır. Ülkelerin resmi para birimleri ve devletlerin kanunları uyarınca hangi unsurların para niteliğinde olacağına karar vermesi, paranın hem nitelik hem de nicelik olarak kabul görmesine neden olmuştur.

Bu durum ise parayı semboller aracılığıyla televizyon ekranlarında aşağı ya da yukarı yönlü hareketleriyle ya da somut olarak var olmadan banka hesaplarındaki sayılar üzerinden soyut bir sosyal değişim aracı haline getirmiştir. Paranın bir araç olarak tanımlanması bir amacı üretmektedir. Hem kapsamlı hem de farklı kullanım çeşitleri ile bir araca dönüşen para, amaçlara ulaşmada anahtar işlevi görmektedir. Bu ise insanın değerini dahi niceliksel bir meblağ ile ölçülmesine sebep olurken; işlediği suçlara karşılık kefaret yöntemi olarak kullanılmasının da önünü açmıştır. Ayrıca para, insan ile şeyler arasındaki mesafenin de belirleyicisi konumundadır. İnsanların ulaşamayacakları uzaklıktaki şeyler ya da elinin altında kolayca ulaşabileceği şeyler değerli değildir. Bir nesneyi elde ederken ki geçen zaman, emek ve o nesnenin önemi uzaklığın asıl ölçütü olmaktadır. Para bu sebeple hem bireyleri şeylere yaklaştıran bir işleve sahipken hem de aynı zamanda yeterli paraya sahip olmama durumu ise bireylerin şeylerden uzaklaşmasına sebep olmaktadır.

Para gibi değişim değerine sahip şeyler ancak satın alınacak bir ürün olduğunda kıymetlidir. Zenginlik ve yoksulluğun mutlak veya göreceli birtakım tanımları olsa da insanın satın alma gücünden ziyade satın alacağı şey üzerinden değerlendirilmektedir. Tarih kitaplarında yapılan kronolojik sıra üzerinden bir dönemden diğerine geçildiği zaman ilkel, yoksul, barbar, uygar vb. nitelermelerin yapılması, o dönemin şartları göz önüne alınmadan yapılan yanlış ve eksik yorumlara sebebiyet verebilmektedir. Bu sebeple olaylar ve olgular, yaşandığı dönem içerisinde anlamlıdır ve bu perspektif ile incelenmelidir.

Avcı ve toplayıcı dönemde yemek, grup içinde sigorta işlevi görerek; grubun devamlılığının sağlanmasında önemli bir yere sahiptir. Gruba yiyecek getiren kişinin yiyeceği diğerleri ile paylaşma zorunluluğu, özellikle kıtlık dönemlerinde gıda transferlerinin sağlanması anlamında önemlidir. Ancak bu durum avcı ve toplayıcı dönemin ideal bir düzen olduğu şeklindeki bir yanılsamayı beraberinde getirmemelidir. Avrupalılar tarafından on sekizinci yüzyılda avcı ve toplayıcı grupların keşfedilmesiyle soylu vahşi yaşam tarzını idealize eden tasvirler yapılmaya başlanmıştır. Lewis Morgan'ın avcı ve toplayıcı gruplar üzerine yaptığı analizlerden etkilenen Marx ve Engels özellikle ilkel komünizm düşüncesini bu fikir üzerine inşa etmiştir. Ancak Standage göre diğer dönemlere kıyasla avcı ve toplayıcı yaşam tarzı daha eşitlikçi ve özgür olsa da grup içi nüfusu kontrol etmek adına yeni doğmuş

bebekleri öldürme veya avlanma bölgesi üzerindeki hakimiyet üzerinden çatışmalar ve katliamlar yaşanması bu duruma gölge düşürmektedir (Standage, 2020, s. 52-56). Yine de avcı ve toplayıcı dönemde insanların kaybedecekleri ve kazanacakları şeyler sınırlıydı. Bu sınırlı olma hali ise çatışma ve toplumsal sorunların günümüzle kıyaslanmayacak derece kolay çözülebilir ve basit bir nitelik almasına sebep olmuştur. İnsanın bir toprak parçasını çit ile çevreleyip ihtiyacından fazla besin üretmesiyle asıl toplumsal dönüşüm ve çatışma başlamıştır.

İnsanlar tarafından evcilleştirilen hayvanların artan nüfusa yeterli gelmemesi ve yaşanan iklim değişikliklerinin değiştirdiği doğal düzen, grupları yeni bir düzen arayışına sevk etmiştir. Bu durum ise insanın besin ihtiyacını sistematik olarak karşılamak için bir toprak parçasını işlemesiyle sonuçlanmıştır. Böylece tarım faaliyetleri ortaya çıkmıştır. MÖ yaklaşık 3000’de uygarlığın başladığına inanıldığı “iki nehir arası” anlamına gelen Mezopotamya, Akdeniz’i batısında bırakıp doğuya doğru Fırat ve Dicle’ye sonra Irak’a ve oradan da Basra körfezine inen bereketli hilal olarak (Civitello, 2019, s. 11) adlandırılan bir alana sahiptir. Kaynağını Anadolu’daki iki büyük nehirden alıp Şattülarap denilen bölgeden Basra körfezine dökülen geniş bir havzayı kapsayan Mezopotamya, insanların doğaya bağımlı olarak bir toplum yapısı inşa etmesinin en önemli örneklerinden biridir. Hem içme suyu olarak hem de tarımda kullanılabilmeye uygun su kaynaklarının varlığı, orta kuşakta yer alması sebebiyle ılıman iklim şartlarına sahip olması, alüvyal toprak yapısı sayesinde elde edilecek ürünün veriminin fazla olması, tarih boyunca Mezopotamya’nın birçok uygarlığa ev sahipliği yapmasına sebep olmuştur. Doğal koşulların insan yaşamı için uygun olması bu dönemde bir tercih değil, zorunluluktur. Bundan dolayı tarımsal faaliyetlere uygun şartların olduğu güvenli bir çevre, insanın neslinin ve medeniyetin devamı için önemli bir faktördür.

Geçtiği coğrafyalara hayat veren ve medeniyet oluşuma katkı sağlayan Nil nehri, Ekvator’un güneyinden başlayarak kuzeydoğu Afrika’dan kuzeye doğru akan Mısır topraklarından Akdeniz’e dökülen 4.000 milden fazla bir mesafeyi kapsayan dünyanın en uzun nehirlerinden biridir. Nil nehri, antik çağlardan itibaren Mısır başta olmak üzere geçtiği ülkelerde verimli tarım arazileri oluşturarak çevresinde çeşitli medeniyetlerin kurulmasına imkân sağlamıştır. Antik çağdaki Mısır medeniyeti için Nil, yaşamlarının devamı için önemli bir yere sahipti. Mısır için kullanılan antik

dönemdeki isimlerden birisi olan “*kemet*”, kara toprak anlamına gelmekte; Nil nehriindeki taşkın sonrası geriye kalan verimli toprağı ifade etmektedir. Haziran ayı ile ağustos ayları arasındaki taşkın dönemi sonrası toprağın uzun süre suya doymuş olarak kalması çeşitli tarım ürünlerinin üretimi için olanak sağlamaktadır. Ayrıca Nil nehrinin yakınında olmayan arazileri de ekip biçmek adına yapılan sulama kanalları, doğal ve yapay baraj yapımı Mısır hükümdarlarının önemli görevleri arasında yer almaktaydı. Yatak eğimi ve akış hızının ulaşım için elverişli olması ise Nil nehrinin kolay, hızlı ve ucuz bir anayol olarak hem Mısır hem de çevresindeki ülkelere hizmet etmektedir. Bu ise Mısır’ın ekonomik hayatının canlanmasına ve ticaretinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Nil Vadisinde yaşanan taşkınlar aynı zamanda Mısır’da yöneticilerin meşruiyetlerinin kaynağında olmaktadır. Nil nehrinin taşkın zamanları periyodik olarak tahmin edilebilir olsa da yaşanan taşkınların toprağı yeterince su doygunluğuna ulaştıramaması tarımda üretimin düşmesine ve kıtlığa sebep olurken; taşkınların tahmin edilenden fazla olması ise tarım ürünlerine, arazilere ve yerleşim yerlerine zarar vermektedir. Nil nehriindeki taşkınlarda yaşanan bu dalgalanmaların sorumlusu ise halk nezdinde Mısırlı yöneticiler olarak görülmektedir. Zira bu durum Mısır halkı tarafından tanrıların yöneticilerden memnuniyeti veya memnuniyetsizliğinin bir karşılığı olarak yorumlamaktaydı (Wallenfels & Sasson, 2000, s. 137-138).

Besin kültürünün gastronomi ile ilişkilendirilmesi modern döneme ait bir olgudur. Bu dönem öncesinden devlet kavramı; toprak/tarım havzalarına sahip bir grup ile toprağı işleyip üreten, üretilen ürünü satan ve tüketen olmak üzere toplumda var olan bu iş bölümünü ile belirlenmekteydi. Devleti oluşturan bu iş bölümünün temelindeki besin kültürünü; gök kültü, ateş kültü, doğa güçleri kültü ve toprak kültü adı verilen dört inanç kültü oluşturmaktaydı. Toprak kültü en merkezi ve yaşamın kaynağı olan kült olup Sümer Mitolojisinde *Dummu*zi olarak adlandırılarak hem öteki dünyanın hem de bu dünyada ekinlerin çıkmasını sağlayan güç olarak betimlenmiştir (Mil, 2019, s. 38).

Mezopotamya’nın ev sahipliğı yaptığı uygarlıklar, şehirlerini surlarla çevrili bir yapı içine inşa etmiştir. Her surlarla çevrili şehir ise kendi içerisinde küçük şehirlere ve tapınaklara sahipti. Tapınak içerisinde yer alan en önemli bölüm olan tahıl ambarları ise tüm şehrin yiyeceklerinin depolandığı yerlerdi. Göze göz, dişe diş

mantığıyla bilinen Hammurabi Kanunlarında da bireylere karşı işlenen suçlardan ziyade kamu malına karşı işlenen suçun cezası daha ağırdı. Tapınaktan bir koyun, domuz veya öküz çalmanın cezası bireyin malının çalınmasına göre üç kat daha fazla ceza almasına sebep olmaktaydı (Civitello, 2019, s. 12). Rahip ve rahibeler tanrılara yemek hazırlamak ve özel günlerde onları onurlandırmak için vakitlerinin birçoğu bu tapınaklar içerisinde geçirmekteydi. Ayrıca *kispu* adı verilen ölmüş ve yaşayan tüm aile bireyleri için verilen anma yemeği de (Civitello, a.g.e., s. 15) göstermektedir ki din, suç ve cezanın yemekle ilişkisi ilk uygarlıklardan itibaren var olan, birbirini etkileyen ve sadece yaşayanlar için değil ölümler içinde karşılığı olan bir olgudur.

Beardsworth ve Keil (2011), göre tarımsal faaliyetler sadece toprağın işlenmesiyle sınırlı kalmayıp hayvanların evcilleştirilmesini de beraberinde getirmektedir. Hayvanlardan hem besin maddesi olarak yararlanma hem de insanın gücünün yetmediği toprağı sürme ya da taşıma faaliyetlerinde kas gücünden yararlanılmıştır. Besin bulma şeklindeki değişim aynı zamanda da toplumsal ilişkilerin örgütlenmesinde yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Mülkiyet kavramı ile toplum içerisinde bazı bireylerin toprağın sahibi olduğu, bazılarının ise emeği karşılığında geçimini sağladığı bir iş bölümünü meydana getirmiştir. Fazla üretilen besin kaynaklarının depolanması ve dağıtımı yoluyla toplumda siyasi egemenlik kavramının ortaya çıkması ise toplumsal eşitsizliklerin ve ayrıcalıklı grupların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Avcı ve toplayıcı dönemde insanlar, avlanma faaliyetlerine nispeten daha az zaman ve emek harcayıp modern manada daha fazla boş vakte sahipken, tarım döneminde insanlar daha uzun süreler fiziksel güç gerektiren işlerde çalışmaktaydı. Bu ise günümüz dünyasındaki “iş” kavramının tarım dönemiyle birlikte ortaya çıktığının bir göstergesidir. İş dediğimiz kavramının o dönemde toprak gibi sabit bir ögeye bağlı olması çalışanların toprağın çevresine taşınmasıyla birlikte ilk göç hareketlerine ve kentleşme hareketlerinin de başlamasına sebep olmuştur. Avcı ve toplayıcı dönemde insanların besin teminlerinde iklim değişikliklerinin etkisi nispeten daha az etkiliyken, tarım döneminde yaşanan kuraklık, sel vb. afetler ve iklim değişiklikleri insan hayatını doğrudan etkileyip kıtlıklara ve toplu ölümlere sebep olmuştur.

Tarım dönemiyle birlikte insanların toplu halde bir arada yaşamasıyla devlet dediğimiz kavramının da ilk nüveleri oluşmaya başlamıştır. Devleti oluşturan

toplumsal tabakalaşmanın en önemli faktörü ise besin kaynaklarının üretim ve dağıtım süreciyle ilgilenen toplumsal grupların oluşmasıdır. Harris (1978) göre ilk devlet, nüfus artışının beraberinde getirdiği sorunlara karşı tarımsal verimi arttırıp kısa süreli çözüm sağlamanın bir sonucu olarak oluşmuştur. Antropologların tabiriyle büyük adam yöneten- yönetilen ilişkisinde sadakat kazanmak adına ödüller üzerinden bir meşruiyet kazanmaktadır. Bu ödüllerin başında ise besinler gelmektedir. Tarımsal verimi arttırmak için yapılan teşvikler veya büyük ziyafet sofraları ile lidere bağlı olanların besine ulaşımı kolaylaşmakta ve büyük adama sadakatleri artmaktaydı. Büyük adamın büyük gıda stoklarına sahip olması ve bunu kendi gücünün devamı olarak kullanması bu liderleri “gıda yöneticileri” haline getirmektedir (aktaran Beardsworth & Keil, 2011, s. 54-55). Artı ürün üzerinde denetim sağlayıp kendi bağlı bir insan topluluğunun oluşturan büyük adamlar, eşitlikçi bir grup anlayışından sınıflı şehir yaşamına giden yolun ilk adımını oluşturmaktadır. Büyük adam, cömertlik üzerinden özellikle besin kaynaklarıyla mallarını hibe ederek borç ilişkisini meydana getirip sonrasında ise insanlar borçlarını bir dahaki sefere daha fazla besin ile ödemek mecburiyetinde kalarak bağımlı bir sınıfı oluşturmaktaydı (Standage, 2020, s. 58). Nüfusun artması daha fazla besin ihtiyacına sebep olurken, ilerleyen zamanda gıda tedarik süreci kendi içerisinde daha ayrıntılı ve tabakalı bir hale bürünmektedir. Büyük adam kral olurken halka yaptığı gönüllü ikramlar ise vergi ve haraç adını almaktadır. Kralın etrafında askeri personel, din adamları, yöneticiler, sanatçı ve zanaatkarlardan oluşan bir görevliler hiyerarşisi bulunurken bu tabakalara ait üyeler daha aşağı tabakadan bulunan işçilerden/kölelerden farklı bir yaşam tarzını sahip elit bir sınıfı oluşturmaktaydı. Devletin kurulduğu bölgedeki iklim değişiklikleri doğal kaynakların tükenmesi ve üretimin düşmesi; savaş, fetih ve ticaret üçlüsünden hareketle ikincil devletlerin oluşmasına ve gelişmesine zemin hazırlamaktadır (Harris, 1978, aktaran Beardsworth & Keil, 2011, s. 56-57).

Avcı-toplayıcı dönem ve tarım döneminde insanların yaşamı için gerekli olan tüm araçları topraktan elde etmiştir. Topraktan besin maddesi üretiminden, kıyafet yapımına, yakıt olarak kullanımından inşaat malzemesine, hayvan yeminden araç gereç yapımına kadar birçok alanda yararlanılmıştır. Tarım temelli toplumsal hayattan fabrika temelli toplumsal hayata geçişin ilk adımını ise ev sanayisi ve el sanatları çatısı altında başlayan kırsal sanayinin büyümesi oluşturmaktadır. Tarımsal üretimdeki olağandışı artışlar Avrupa’nın birçok ülkesinde yaşansa da özellikle

İngiltere özelinde kendisini göstermektedir (Standage, 2020, s. 165-166). İngiltere’de orman alanlarının kırsal sanayinin büyümesi ile birlikte artan oranda tarım alanlarına dönüşmesi temel yakıt olarak odunun kullanıldığı İngiltere’de, odun fiyatlarının ani bir artış yaşamasına sebep olmuştur. Bundan dolayı halk, alternatif enerji kaynaklarına aramaya yönelmiştir. İngiltere’de kömürün yüzeye daha yakın bulunması sebebiyle ucuza mal edilmesi odun yerine kömür kullanımı arttırmıştır. Bir yandan kömürün kalori değerinin oduna göre daha fazla olması enerjide verimliliği sağlarken, diğer taraftan orman arazilerinin tarıma açılması daha fazla artı ürün elde edilmesine sebep olmuştur. İlerleyen süreçte maden kaynaklarının bilinçsiz kullanımı İngiltere’de yüzeye yakın alanlarda kömür rezervlerini azalmasına, toprağın derinliklerindeki maden kuyularının açılmasını elzem hale getirmiştir. Ancak derinlerde karşılaşılan yer altı suları, su baskınlara neden olmuştur. Bu sebeple 1712 yılında Thomas Newcomen tarafından su tahliyesini sağlayan buhar makinası tasarlanmıştır. 1763 yılında ise James Watt, Newcomen’in yaptığı buhar makinasını tamir ederken bazı parçaların gereksiz enerji israfına sebep olduğuna kanaat getirince bu makinayı 1775 yılında kendi tasarımıyla yeniden dizayn etmiştir. Bu yeni tasarım özellikle hareket ettirici makineler için işlevsel olduğundan buhar gücünün tekstil endüstrisinde kullanılmasının önünü açmıştır (Standage, 2020, s. 168-171).

3.2. Gıda Çalışmaları ve Yemek Sosyolojisi

Tarihsel olarak incelendiğinde gıda ve yemek yeme alışkanlıklarına ilişkin ilk bilgiler mağara duvarlarındaki resimlerden başlayarak hem yazı öncesi dönemde hem yazılı kaynaklar da yer alırken; gıda çalışmaları (*food studies*) bilimsel araştırma yöntem ve tekniklerin gelişmesiyle başlayan modern bir gelişmenin ürünüdür. Gıda çalışmaları teriminin tek bir tanımı yoktur. Ancak kapsayıcı bir tanım olarak gıdanın üretim ve tüketiminin kültürel, politik, tarihsel, sosyo-ekonomik, biyolojik, coğrafi, gelenek, toplumsal yaşam pratikleri ve mutfak tarihini de içeren incelemelerin yapıldığı bir çalışma alanı olarak nitelendirilebilmektedir. Gıda çalışmaları yeni bir olgu olduğu ve sınırları belli olmadığı için multidisipliner bir alan özelliği göstermektedir. Gıda üretimi; beslenme, mutfak sanatları, gıda endüstrisi, ekonomik, kültürel ve toplumsal analiz çerçevesinde hem teorik hem de uygulamalı alanlara uygun bir konudur. Bu sebeple gıda üzerine ekonomistlerin, tarihçilerin, beslenme

uzmanlarının, arkeologların, mutfak şeflerinin, hukukçuların, siyasetçilerin ve sosyologların kendi disiplinleri çerçevesinde söyleyecekleri bir sözleri vardır (Berg vd., 2003, s. 16-17).

İnsanın beslenmesiyle ilgili her türlü açıklamayı kapsayan bilgi, gastronomidir. Gastronominin ana hedefi en iyi besinler aracılığıyla insanın korunmasıdır. Bu hedefe ulaşmak için ise gerçekleştirdikleri iş veya unvan ne olursa olsun (çiftçi, avcı, aşçı vb.) gıdaları besin haline dönüştürme sürecinde onu araştıran, temin eden veya hazırlayan herkesi harekete geçiren güç, gastronomidir. Gastronomi, besin maddelerini sınıflandırma ihtiyacından dolayı *doğa tarihine*; sınıflandırılan bu besin maddelerinin oluşum ve niteliklerini belirlenmesi için *fiziğe*; besin maddelerinin çözümleme ve ayrıştırma tekniklerinde yararlanmak için *kimyaya*; besin maddelerinin lezzetli yemeklere dönüşmesi için *mutfak sanatlarına*; üretilen besin maddelerinin piyasada el değiştirmesi ve son tüketicinin tabağına gelmesi için *ticarete*; son olarak da hem vergi olarak geri dönen kaynakların temini hem de uluslararası alanda kurduğu alışveriş olanaklarından dolayı *siyasi ekonomiye* bağlı olarak gelişen bir alandır (Brillat-Savarin, 2018, s. 53). Multidisipliner bir alana sahip yemek üzerine farklı disiplinlerin çalışma alanları mevcuttur. Tarladan sofraya gelinceye kadar birçok toplumsal sistemi etkileyen ve ondan etkilenen yemeğin anlamlandırılmasında sosyolojide önemli bir role sahiptir. Genç bir disiplin olan sosyolojinin taze ve kurulması geç kalınmış alt alanlarından olan yemek sosyolojisine dair literatür halen kısıtlı kalmaktadır.

1980’li yıllardan itibaren tüketim çalışmalarına verilen önem, önceki dönemlere göre artarken bu alanda çeşitli kavramsal ve kuramsal temelli bakış açıları geliştirilmeye çalışılmıştır. Bourdieu (1984), Baudrillard (1988) ve Veblen (1899) gibi birçok sosyal bilimcinin yaptığı çalışmalar, yemeği biyolojik ihtiyaç veya ekonomik kavramlar özelinde açıklamaktan ziyade kültürel, sembolik ve toplumsallık yönleriyle gündelik hayat içerisindeki kıyafetten, yeme-içmeye, müzik zevklerinden spor tercihlerine kadar farklı tercihler üzerinden değerlendirmektedir. Toplumsal kimliklerin üretilmesi, üretilen bu kimliklerin sembolik ve kültürel olarak yeniden üretiminin hiyerarşi içerisinde sürdürülmesinde tüketimin çeşitli biçimleri etkilidir (Yenal, 1996, s. 197).

İnsanın dünyaya ilk gözünü açtığından itibaren hayatının devamı için gerekli olan beslenme ihtiyacı, aynı zamanda toplumu da var eden ve devamlılığını sağlayan bir gerekliliktir. Yemek kültürünü toplum oluşturmakta, sosyoloji ise toplumunu incelemektedir. Ancak sosyoloji ve yemek arasındaki bu organik bağa rağmen yemek sosyolojisi alanındaki çalışmaların tarihi çok eski değildir. Simmel'in 1910 yılındaki makalesi bu alandaki ilk çalışmalardan biri kabul edilmektedir (McIntosh, 2013, s. 14).

Georg Simmel'in "*Soziologie der Mahlzeit (The Sociology of the Meal)*" makalesi 1910 yılında yayınlanan yemek sosyolojisi alanındaki ilk eserlerden biridir. Simmel, makalesinde günümüz yemek sosyolojisindeki ana temaları oluşturan yemek-içme alışkanlıkları, yemek pişirme metotları veya mutfak kültürüne dair bir grup, sınıf veya topluluğa dair sosyolojik perspektif ortaya (Symons, 1994, s. 340) koymamıştır. Bunun yerine yemeği sosyal bir olgu olarak değerlendirip tüm insanlar için temel bir ihtiyaç olarak tanımlamıştır. Çünkü tüm insanlar hayatlarına devam etmek için beslenmeleri gerekmektedir. Bu anlamda yemek fizyolojik bir gereksinimdir. Doğrudan bireyle sınırlı olan bu eylem, düşünceleri ifade etme, gördüklerini diğer insanların görmesine sağlama veya söylediklerini diğer insanların duymasını sağlama gibi paylaşılan bir deneyimi içermemektedir. Yemek bu anlamda bireysel bir tecrübe olsa da maddi ve manevi unsurlardan etkilenecek insanın tabağına gelmesi sosyolojik bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Fizyolojik bir gereksinim haricinde yemek, bir ceza sistemi⁶ olarak da uygulanarak toplumsal bir değer halini almıştır. Ancak temel gereksinim olan yemek, diğer taraftan da tüketilecek gıdanın seçiminden pişirme tekniklerine ve tüketim şekline kadar toplum tarafından düzenlemiş kültür unsurlarını da içermektedir. Bu ise toplum içerisinde besin tercihlerinden tüketim biçimlerine kadar farklılık gösteren grupları oluşturmaktadır. Yemek yemenin bir düzen halini alması, onun estetik ilkelere göre bir standardizasyon ile mümkündür. İnsanlar tek bir masa etrafında toplanıp yemek yedikçe, bazılarının çatal bıçak kullanması diğerlerinin kullanmaması ve diğer sofr kuralları, yemeği materyalist bir anlamına ötesine götürmemektedir. Sosyalleşme

⁶ On birinci yüzyılda Cambridge Loncasının bir lonca kardeşinin katili ile yemek yiyenlere ağır ceza uygulaması; 1267 yılında Viyana Konseyi'nin Hristiyanların Yahudilerle aynı masada yemek yememeleri kararını alması ya da Hindistan'daki kast sisteminde alt sınıflarla yemek paylaşmanın kirlenme olarak addedilmesi bu durumu yansıtmaktadır (Simmel, 1910).

süreci içerisinde öğrenilen kültürel unsurlar ve görgü kurallarının bireyin sosyal statüsünü belirleyici bir etkisi vardır. Aynı zamanda yemeğin fizyolojik bir ihtiyaç haricinde sosyal içirme ve dışlanma yönü de bulunmaktadır. El ile yemek yeme, bireyin maddi dünyayla doğrudan ilişki kurma biçimini yansıttığı için Simmel'e göre benmerkezci bir davranıştır. Üst sınıflar için masada, çatal-bıçakla yemek yeme ve görgü kurallarına uyma ise sosyal statüsün gereğidir. Yemek yeme üzerine belirlenen bu kurallar bireyler üzerinde baskı ve kendini kontrol etme güdüsü oluşturmaktadır. Üst tabakalar yemeği estetikleştirip fizyolojik ihtiyacın ötesinde sosyokültürel bir eyleme dönüştürmektedir. Bu sayede yemek temel bir ihtiyaç haricinde, bir gösteriş unsuru halini almakta; toplumda tabakalaşmanın önünü açmaktadır (Simmel, 1910). Böylece yemek temel bir gereksinimden ziyade toplumdaki bireyleri farklılaştırıcı ve sınıflayıcı bir nitelik halini almaktadır.

Beslenme alışkanlıklarının evrensel ve değişmez bir yapısı yoktur. Bu yapılar toplumsal hayat içerisinde kültürel değerler ve sosyal yapının şekillendirdiği inşalardır. Birçok toplumda evcil hayvan olarak beslenen köpeğin bazı toplumlarda besin kaynağı olarak görülmesi ya da ineğin temel tüketim maddesi olduğu bazı toplumların aksine Hindistan'da kutsal sayılması evrensel olmadığını kanıtlar. Sosyoloji, sosyal organizasyon ile bireysel davranış pratikleri arasındaki etkileşim noktalarını ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Yemek sosyolojisi ise sosyal iştah (social appetite) kavramı özelinde yiyeceklerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ile yemek tercihleri arasındaki toplumsal etkileşim üzerine odaklanmaktadır. Aynı zamanda yemek tercihlerinde sosyal çevrenin olduğu kadar bireysel zevklerinde rolü vardır. Ancak yemek seçimlerinde sadece bireysel zevkler etkili olsaydı ilk tadımda damakta acı bir tat bırakan kahve gibi gıdalar ilerleyen süreçte bu kadar popüler olmazdı. Aksine bu gibi alışkanlıklar edinilmiş bir tat olduğu için tekrarlama yoluyla alışkanlık kazanmaktadır (Germov & Williams, 2016, s. 4-5). Bundan dolayı karın doyurma eylemi bireysel bir davranış olsa da nelerin yenileceği ve nasıl tüketileceği gibi sorular, kolektif bir bilincin ürünü olarak toplumsallığı incelemektedir.

Sosyolojik tahayyülü Evan Willis, birbiri ile bağlantılı olarak tarihsel, kültürel, yapısal ve eleştirel olmak üzere dört faktör üzerinden kavramsallaştırmıştır. Germov ve Williams, bu dört faktör üzerinden Avrupalılar tarafından Avustralya'nın sömürgeleştirilmesinden önce avcılık ve toplayıcılık ile yaşamlarını idame ettiren

Aborijinler ve Torres Boğazı ada halkı (Aboriginal, Torres Strait Islander [ATSI]) yerlilerinin beslenme biçimlerini sosyolojik bir bakış açısı ile analiz etmiştir. Kolonizasyon faaliyetleri öncesinde avcı-toplayıcı dönemde daha doğal ve sağlıklı beslenme imkanına sahip olan ATSI yerlilerinin batılılar tarafından yaşam şeklinin değiştirilmesi, beyaz un ve şeker gibi besin değeri, düşük kalori değeri yüksek işlenmiş gıdaların tüketilmesine sebep olmuştur (Germov & Williams, 2016, s. 7).

2021 yılı itibariyle Avustralya içerisinde toplam nüfusunun yüzde 3,2'sini Aborjin ve/veya Torres Boğazı ada halkı oluşturmaktadır (Aboriginal and Torres Strait Islander people, Census, 2022). 2019 yılında yapılan sağlık araştırmasına göre nüfusun yüzde 46'sı en az bir kronik hastalığa sahipken kalp hastalıkları ve diyabet, ATSI yerlileri için önden gelen ölüm sebepleridir. Ayrıca 15 yaş ve üzeri bireylerin yüzde 71'i fazla kilolu ve obez olması; tansiyon, kalp-damar hastalıkları, diyabet gibi kronik hastalıkların hazırlayıcısı konumundadır (National Aboriginal and Torres Strait Islander Health Survey, 2019). Günümüzdeki hareketsiz yaşam, işlenmiş ürün tüketimi ve diğer etkenler, beslenme alışkanlıklarındaki kültürün yitimini gözler önüne sererek *tarihsel faktörlerin* etkisi ortaya koymaktadır.

Yaşanılan çevrenin değişimi de beslenme alışkanlıklarının değişime uğramasına sebep olmuştur. Galah (bir papağan türü), goanna (bir tür kertenkele), bal karıncaları ve kurtçuklar günümüz Aborjin halkının beslenmesinde nispeten az yer tutarken, kırsal ve uzak bölgelerde yaşayan halkın yemek tercihlerinde ve geleneklerini sürdürmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Yoksulluk, işsizlik ve düşük eğitim oranları özellikle kırsal ve uzak bölgelerde yaşayan yerli halkın temiz ve taze besinlere ulaşımını zorlaştırmaktadır. Besinlerin depolanması, sevkiyatı ve yerli halkın saklama koşullarındaki sorunlar, gıda çeşitliliği ve beslenme güvenliği sorununu ortaya çıkarmaktadır (Germov & Williams, 2016, s. 8).

Ulusal Aborjin ve Torres Boğazı Ada Halkı Beslenme Stratejisi ve Eylem Planı (National Aboriginal and Torres Strait Islander Nutrition Strategy and Action Plan [NATSINSAP]), 2000-2010 yılları arasında yerli halkın beslenme koşullarının iyileştirilmesi ve sağlık şartlarının geliştirilmesi için Avustralya hükümeti tarafından kabul edilmiş eylem planıdır. Kırsal ve uzak bölgelere gıda arzının sağlanması, gıda güvenliği, aile odaklı beslenme vd. öncelikli eylem planları çerçevesinde ATSI yerlilerinin sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlarının çözülmesi hedeflenmektedir

(NATSINSAP, 2021). Özellikle kır ve kent yaşamı arasındaki gıdaya ulaşım imkanlarındaki farklar, bireylerin yaşam şartları ve yemek tercihlerini de değiştirmektedir. Bu değişim ise geleneğin aşınmasıyla birlikte *kültürel faktörlerin* etkisinin azaldığının bir göstergesi olmaktadır. Sosyal kurumların besinlerin üretiminden tüketimine kadar ki etkisini oluşturan *yapısal faktörler*, ulusal beslenme alışkanlıklarının belirleyicisi konumundadır. Ancak üretilen politikaların uygulanabilir ve kapsayıcı olması gerekmektedir. NATSINSAP, yerli halkın beslenme şartlarını iyileştirilmesi üzerine yapılan bir plan olmasına rağmen nüfusun büyük bir bölümü bu iyileştirmelerden faydalanamamakta, sağlık göstergeleri ise bu durumu destekler niteliktedir. *Eleştirel faktör* özelinde ATSI yerlilerinin normalleşmiş alışkanlıkları üzerine düşünülmesi ve alternatif seçeneklerinin olabileceği fikrinin ortaya çıkması önemli bir gelişme iken pratikte fayda oranının az olması bu planın etki derecesini azaltmaktadır.

Yeme- içme ve sosyoloji ilişkisini yansıtan en güzel örneklerinden biri de yeşil yapraklı bir ağacın, kiraza benzeyen küçük kırmızı meyvelerinden dünyanın en çok tüketilen içeceklerinden birine dönüşen kahvedir. Sekizinci yüzyılda dans eden keçiler efsanesiyle⁷ mutfaklara giren kahve, bir fincan soğuk veya sıcak içecekten fazlasıdır. Sosyoloji perspektifinden bakıldığında kahve denilince ilk akla gelen isim Anthony Giddens'dır. Giddens'a göre toplumsal hayattaki belirli bir rutine sahip, doğal olarak verili olarak kabul ettiğimiz birçok şey tarihsel ve toplumsal güçler tarafından ortaya çıkmıştır. Mikro olgulardan makro olgulara kadar insanın hem grup içinde hem toplum nezdindeki yaşamını inceleyen sosyoloji, bireyi "*uzaklaştırarak düşünmeye*" sevk ederek tarihsel ve toplumsal güçler tarafından ortaya çıkan bilindik olayların arkasındaki ince ayrıntıların farkında olmamıza fırsat vermektedir. Kahve hem simgesel bir anlamı olan hem de toplumsal etkileşim yollarını arttıran bir içecektir. Bir fincan kahve, tüm dünyayı kapsayan uluslararası toplumsal ve

⁷ Sekizinci yüzyıl Etiyopya'sında Kaldi isimli çoban çocuk, keçilerin sakince otlanmaları yerine tuhaf davranışlar sergileyip etrafta koşturduklarını gözlemleyince sürüsü için endişelenmiş ve sebebi araştırmaya başlamıştır. Birkaç gün keçileri gözlemleyen Kaldi, diğer günlerde de keçilerin benzer şekilde davranmaya devam ettiklerini fark etmiştir. Sonraki gün keçileri takip edip ne yediklerini öğrenmeye çalışan Kaldi, küçük kırmızı kiraz benzeri bir meyveyi yediklerini görmüştür. Keçiler bu meyveyi yedikten sonra zehirlenmedikleri için Kaldi de bu meyvenin tadına bakmıştır. Aroması hoşuna gidince önce yapraklarıyla birlikte kahve meyvesini suda demleyerek daha sonra da meyveleri kavurup toz haline getirerek (Pendergrast, Uncommon Grounds, s. 4, aktaran Civitello, 2019, s. 80) kahvenin günümüze kadar olan serüvenini başlatmış oldu.

ekonomik ilişkilerin gözlem noktasıdır. Yoksul ülkelerde tohumun toprağa atılmasıyla başlayan ve zengin ülkelerde bir fincan içeceğe dönüşen kahve, birbirlerinin yüzü görmeden binlerce kilometre uzaktaki insanların etkileşimini sağlamaktadır. Aynı zamanda özellikle Batıda kahvenin yaygınlaşmasında etkili olan sömürgecilik faaliyetleri, siyasi sebepler dolayısıyla boykot edilen kahve markaları veya elinde isminin yazıldığı bir bardak kahve ile yaşam tercihlerini aşıkâr eden insanlar gibi birçok sosyal olgu, sosyolojinin anlamlandırmaya çalıştığı konulardır (Giddens, 2012, s. 38-41). “*Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır*” atasözüyle de Türk toplumunda da bir öğleden sonra komşu ziyaretinde sohbet eşlik eden, kız isteme törenlerinde gelinlik kızların maharetini gösterdiği bir içecek, kahvehane gibi yeme-içme mekanlarına ismini veren ve içine konulan menengiç, damla sakızı gibi değişik aromalarla farklı versiyonlara sahip kahve, sosyalleşmeyi sağlayan aynı zamanda törensel niteliğe sahip bir içecek olarak toplumsal ilişkileri şekillendirmektedir.

Sosyoloji içerisinde beslenme, gıda ve yemeğe olan ilgi son zamanlarda artış göstermiştir. Bir dönem ağırlıklı olarak ekonomik, siyasi ve sosyal açıdan üretimin toplumsal sonuçları üzerinden yapılan çalışmalar yerini son yıllarda tüketim ve tüketici kimliği üzerinden temellenen çalışmalara bırakmıştır. Feminizmi benimseyen teorisyenlerin çalışmalarıyla ev içi roller üzerine yapılan sorgulamalar ve gıdaların market alışverişinden sofraya gelinceye kadar ki süreçte kadının sorumluluğu, yemeğin sosyoloji alanına dahil edilmesinde önemli adımlar olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ülke sınırları içerisindeki ve uluslararası alandaki beslenme ve gıdanın popüler hale gelmesi, siyasetinde doğrudan veya dolaylı olarak bu alana ilgi duymasına sebep olmuştur. Kamu politikaları haricinde baskı grupları ve mesleki gruplar aracılığıyla besin standartları, gıdaların üretim ve hijyen standartları, beslenme ve sağlıklı yaşam, hayvan hakları ve çevre duyarlılığı ya da düşük ekonomik gelire sahip aileler gibi hassas grupların gıdaya erişimi konusu gibi birçok başlık, siyasetin gıdalar ile doğrudan ilişkisini göstermektedir (Beardsworth & Keil, 2011, s. 18-19).

Yemek sosyolojisi özellikle yirminci yüzyılın sonuyla birlikte ortaya çıkan Beck’in risk toplumu kavramsallaştırmasıyla sağlık sosyolojisi, kırsal sosyoloji ve tarım sosyolojisi gibi alt disiplinlerle kesişim noktaları oluşturmuştur. Bir tarafında

az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yetersiz gıda sorunu süregiderken diğer tarafta arz fazlası gıda üretiminin oluşturduğu toplumsal yaşam; sosyoloji içerisinde yemeğin beden, kültür, tüketim alışkanlıkları, beğeni ve yeme-içmenin sembolik anlamı gibi yemekle doğrudan ilişkili konuların gündeme gelmesine sebep olmuştur (Akarçay, 2016, s. 39).

3.3. Yemeğe Kuramsal Bakış

İşlevselci bakış, sosyoloji ile olduğu kadar sosyal antropoloji ile de yakından ilişkili olan toplumu vücuttaki organlarla analogi kurarak inceleyen bir yaklaşımdır. İnsan vücudundaki her organı kendine özgü tikel işlevleri olsa da bir bütün olarak insan bedeninin sağlıklı bir hayat sürmesi için bir uyum içinde çalışması gerekmektedir. Açık ve gizli işlev özelinde toplumdaki karşılıklı ve birbirine bağımlı ilişkilerin oluşturduğu uyum neticesinde ortaya çıkan sosyal düzen, sistemin yaşamını sürdürebilmesi için önemlidir. Davis, Durkheim, Merton ve Parsons işlevselci yaklaşım öncülerinden sayılmaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s. 98-99). İşlevselci yaklaşım açısından yeme-içme pratikleri, çatışmacı teorinin aksine toplumsal düzen ve dengenin sağlamasında etkisi olan bir öge konumundadır. İş yemekleri veya kokteyller, (Avcıkurt ve Sarıoğlu, 2019, s. 3), iftar çadırları, düğün yemekleri, mevlitler vb. farklı toplum kesimlerinden insanların bir sofrada bulunduğu organizasyonlar, toplumsal birliğin ve etkileşimin sağlandığı ortamlardır.

On dokuzuncu yüzyılda işlevselcilik yemeği, antropoloji kaynaklı olarak tabu, totem, kurban ve komünyon soruları çerçevesinde inceleme konusu olarak ele almıştır. James Frazer'in *Encyclopaedia Britannica* 'nın dokuzuncu edisyonu için yazdığı tabu ve totemizm tanımlaması daha sonra *Questions on the Customs, Beliefs, and Languages of Savages* adında bir kitapçık halinde basılmıştır. "Yenilebilir olan her şeyi yer miyiz yoksa belli bazı yemekler bizim için yasak mı?" sorusuyla başlayan kitapçığın yemek ile ilgili bölümü "Yamyamlık var mı? Yamyamlar düşmanlarını mı yoksa kendi arkadaşlarını mı yerler?" gibi psikanalitik eğilimleri olanlar için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Ernest Crawley'in *The Mystic Rose* ve *Studies of Savages and Sex* kitabında yemek ile cinsellik arasındaki ilişkiyi vurgulayan çalışması, Radcliffe- Brown'un kabul törenlerinde yeme-içme kurallarını incelediği *The Andaman Islanders, A Study in Social Anthropology* çalışması, Audrey Richards'ın *Labour and Diet in Nonhem Rhodesia* kitabındaki pişmiş yemeğin sembolizmini

incelediği çalışması ve Malinowski'nin Trobriand Adalarındaki besin üretim süreçleri üzerine yazdığı *Coral Gardens and their Magic* kitabı yemek kültürü üzerine işlevselci bir perspektif ile yazılmış önemli antropolojik eserlerdir (Goody, 2013).

Çatışmacı teori, toplum tarafında belirlenmeyen bazı ortak çıkarların toplumsal ilişkilerde gücü elinde bulunduranların değer ve düşüncelerinin kendi amaçlarını gerçekleştirme adına kullandıkları ortak kabulünden hareket etmektedir. Çatışmacı teorisyenler, insanların doğası gereği önceden belirlenmiş çıkar duygularına sahip olduklarını varsaymaktadır (Avcıkurt ve Sarioğlu, 2019, s. 3). İnsanların sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçlarını karşılama üzerindeki rekabeti hem gıda maddelerine ulaşım konusunda hem de tüketim pratiklerinin sembolizmi çerçevesinde toplumsal anlam üretmektedir. Çoğu ulusun tarihinde özellikle imparatorluk dönemlerinde yiyecek ve içecekler iktidarların güç gösterisi haline gelmiştir. İhtişamlı yemek sofraları⁸ ile lüks ve şatafat içerisinde bir yaşam süren bir zümrenin varlığı, yoksul halk nazarında kızgınlık kaynağı (Avcıkurt ve Sarioğlu, 2019, s. 8) olmaktadır. Yemek, güç ve zenginlik arasındaki denkleme paranın eklenmesiyle gıdanın gösterge değeri de değişmiştir. Para, zenginliğin cüzdanda taşınabilen formudur. Eski zamanlarda değişim aracı olarak kullanılan deniz kabukları ya da arpa tanelerinin yerini günümüzde marketlerde ve restoranlarda anında besine dönüşen, taşınması kolay bir form olan para almıştır. Ancak yemek ile ekonomi arasındaki merkezi ilişki gündelik yaşamdaki sözcüklerle devam etmektedir. İngilizcede eve para getiren kişi için ekmeği kazanan (*breadwinner*) (Standage, 2020, s. 9) kelimesinin kullanılması ya da Türkçedeki *ekmek parası*, *ekmeğini taştan çıkarmak*, *ekmek teknesi*, *ekmeğine göz dikmek*, *tuz ekmek hakkı*, *ekmeğine yağ sürmek* için kullanılan deyim ve atasözleri ile hem besinin hem de özel olarak ekmeğin farklı toplumlardaki önemi

⁸“*Ekmek yoksa pasta yesinler.*” Fransa Kraliçesi Marie Antoinette’in bu sözü hangi olay üzerine söylediğine dair çeşitli rivayetler vardır. Fransa da ekmek kıtlığının yaşandığı bir dönemde köylülerin ekmek bulamadıklarını duyduğunda söylediği veya halkın yaşanan sefalet sonrası sarayın kapısında kraliyet ailesini protesto ederken dile getirdiğinde söylediği; diğer bir rivayette ise Antoinette’in Paris sokakların at arabasıyla gezinirken yoksul insanları görüp bu sözü söylemiş olabileceği; bir diğer rivayete göre de Fransız devrimi arifesinde muhaliflerce Kraliçeye mâl edilmiş bir söz olduğu düşünülmektedir (Standage, 2020, s. 151-152). Yöneten ve yönetilen ayrımının olduğu her organizasyonda iki grubu birbirinden farklılaştıran beğeniler mevcuttur. Yeme-içme özelinde düşünüldüğünde saray mutfak ve halk mutfak ayrımı sadece yemeğe dair değil ekonomik ilişkilerin temelini oluşturduğu sınıfsal farklılıkların göstergesi olmaktadır.

vurgulamaktadır. Bu sebeple güç, statü ve yemek üçlüsü sınıf ayrımının, çatışma öğelerinin ve toplumsal değerlerin temel göstergeleri arasında yer almaktadır.

İşlevselci yaklaşım, bütünün parçaları ile olan ilişkisinin görünen yüzünü kuramsallaştırma amacındayken yapısalcı yaklaşım, bu toplumsal ilişkilerin temelindeki köklü inanışları (Beardsworth & Keil, 2011, s. 105) anlamlandırma çabasıdır. Yapısalcı yaklaşımı yemek çalışmaları üzerinden inceleyen Fransız antropolog Claude Lévi-Strauss, yapıların görünen yüzünden ziyade “derin yapının” içine odaklanmıştır. Lévi-Strauss, dilsel analogi üzerinden insan zihninin derin yapısı ile toplumsal hafızanın temelindeki yakınlığı ve temel doğası içindeki nedensel ilişkiyi bulmayı hedeflemektedir. Ortak bir tema üzerinden toplumsal ilişkiyi inceleyen Lévi-Strauss’un enesti konu aldığı ilk çalışmasından sonra ilgisini yemek pişirme süreçlerine yöneltmiştir. *Mythologiques* adındaki üç ciltlik çalışmasının *Çiğ ve Pişmiş* (*Le Cru et le cuit*, 1964), *Baldan Küle* (*Du Miel aux cendres*, 1966), ve *Sofra Adabının Kökeni* (*L’Origine des manières de table*, 1968) adlı başlıklarından anlaşılacağı üzere yemek ve toplumsal düzene olan ilgisi artmıştır (Goody, 2013, s. 30-31).

Lévi-Strauss göre mutfak kültüründe bulunan yemek pişirme teknikleri ve kuralları, toplumsal yapının altında yatan dinamik süreçlerin bir göstergesidir. Bu yapılar çözümlendiği takdirde insan zihni ve toplumsal örgütlenme hakkında birçok bilgi ortaya çıkıp dil bilimsel kaynak birikimi sağlayacaktır. Toplum ve yemek arasındaki bu ilişkiyi dilbilimsel bir kavram olan fonemden (phoneme) türettiği *gusteme* kelimesiyle yapmaktadır. İngiliz ve Fransız mutfak kültürlerini *iç veya dış kaynaklı* (yerliye karşı yabancı), *merkezi veya çevresel* (ana yemek ve garnitür) ve *belirli veya belirsiz* (tadı güçlü olan ve tadı zayıf olan) olarak üç temel zıtlık üzerinden inceleyen Lévi-Strauss, toplumsal kurumlar arasındaki ilişkiyi veya toplumun temelinde olan ortak derin yapının analizini yapmayı hedeflemektedir (Beardsworth & Keil, 2011, s. 106; Goody, 2013, s. 32-33).

Lévi-Strauss, yiyeceklerin toplumsal yapı içerisindeki dönüşümünde başat rolü ateşe vermiştir. 1965 yılında L’Arc’da yayımlanan “*Mutfak Üçgeni*” makalesinde yiyeceğin serüvenini çiğ, çürük ve pişmiş olarak evrensel üç pişirme tekniği üzerinden incelemiştir. Mutfak üçgeninin ayırt edici özelliği temelinde çift zıtlığın var olmasıdır. Yiyeceğin işlenmiş veya işlenmemiş olması bu zıtlığın kültür ve doğa ile

arasındaki ilişkiyi yansıtmaktadır. Çiğ yemeğin kültürel olarak dönüştürülmüş hali pişmiş yemek iken çürük olan her ikisinin de (çiğ ve pişmiş) doğal bir şekilde dönüşmüş halidir. Lévi-Strauss daha sonra kızartma, tutsüleme ve haşlama tekniklerini mutfak üçgenine ekleyerek “*tarif üçgeni*” elde etmiştir. Tutsüleme tekniği, haşlama tekniğinden suyun kullanılmasıyla ve ateşte kızartma tekniğinden havadan faydalanılmasıyla ayrılmıştır. Kızartma ve tutsüleme yiyeceğin doğa ile olan ilişkisinin göstergesiye haşlama ise kültürün bir ürünüdür. Pişirme teknikleri arasındaki bu dönüştürücü işlevler toplum içinde dilsel tavrının bir yansıması olarak görülmektedir. İnsan ilişkileri, evlilik veya akrabalık gibi toplumdaki farklı gruplar arasındaki iletişim ve birbirini etkileme durumunun bir yansımasıdır (Goody, 2013, s. 35-37).

Lévi-Strauss’un yapısalcı yaklaşımını açık ve anlaşılır bir şekilde gündelik yaşama daha yakın bir biçimde ele alan (Beardsworth & Keil, 2011, s. 108) Mary Douglas, analizini yemek yeme ve besinler üzerinden belirlediği kodlarla oluşturmuştur. Kodların içerdiği mesajlar, sosyal olana dair bir dizi genel olasılık içermektedir. Yemek yeme biyolojik olduğu kadar sosyal bileşenleri de içerisinde barındıran bir kod niteliği taşımaktadır. Douglas’ın bundan hareketle yemek üzerine oluşturduğu bu kodlarla toplumsal olaylar ile kurduğu ilişkisellikler üzerine yapısalcı yaklaşımını şekillendirmektedir. Douglas’a göre Lévi-Strauss’un İngiliz ve Fransız mutfağı özelinde yaptığı karşılaştırmaların temelde iki eksik yönü bulunmaktadır. Bunlardan ilki Lévi-Strauss yemek alanında daha önce kodlanmamış temalar üzerinden makro açıklamalar üzerine yoğunlaşması, daha mikro ölçekli toplumsal ilişkileri gözden kaçırmaya sebep olmuştur. Bir diğeri ise ikili analiz kaynaklarının güvenilirliği neticesinde yerel kodlardan oluşan ikili çiftlerin analizi için teknik bilgi sağlayamamasıdır (Douglas, 1975, s. 249-251).

Douglas, yemeğin sosyal hiyerarşisini belirlemek adına pazartesiden pazar gününe, kahvaltından gece içilen bir kadeh içkiye kadar ikili veya daha fazla karşıtlıklar üzerinden toplumsal olanla yemeği birbirine bağlayan anlam kodları oluşturmayı hedeflemiştir. Yemek yemeyi rutinleşmiş bir pratik olarak niteleyen Douglas göre “*Yemek yemek, konuşmak gibi kalıplaşmış bir etkinlik*” doğal olarak verili bir dürtüdür. Michael Halliday’ın oluşturduğu şemayı kullanan Douglas, şemanın en üstünde günlük menü (*daily menu*) onun altında öğün (*meal*)

bulunmaktadır. Öğünün altında ise sırasıyla yemek çeşidi (*course*) ve porsiyon (*helping*) gelmektedir. En sonunda ise Halliday'ın gastronomik birim olarak ifade ettiği bir lokma (*mouthful*) gelmektedir. Halliday'ın gramatik bir formda ortaya koyduğu birincil ve ikincil yapılar aracılığıyla bir günlük tam menüyü hiyerarşik olarak düzenlemiştir. Douglas bu şemadan hareketle kendi ailesinin yemek yeme davranışlarını yiyecekler, içecekler ve kullanılan kap kaçak özelinde inceleyerek İngiliz mutfak pratiklerine karşı bir iç görüş sağlamıştır. Douglas için yemek, anlamını her öğünün bir diğer öğünden aldığı anlam dizilerinden hareketle tekrarlanan bir analogi sisteminden almaktadır. Her yemek yapılandırılmış bir sosyal inşa olduğu için Douglas, yiyeceği hem bir sembol veya metafor olarak tanımlamış hem de hayati öneme sahip toplumsal ve fiziksel yönü olan bir olgu olduğu sonucuna ulaşmıştır (Beardsworth & Keil, 2011, s.109; Douglas, 1975; Halliday & Matthiessen, 2014).

Mennel'e göre Lévi Strauss ve Douglas'ın fikirleri aracılığıyla şekillenen yapısalcı yaklaşımın en önemli özelliği kültürel olarak şekillendirilip sosyal olarak kontrol edilen damak tadının sadece beslenmeye dair kavramlarla açıklanamayacağını kabul etmesidir. Bu yönüyle dinamik bir yapıya sahip olan yapısalcılık, toplumsal zevklerin değişimi ve gelişimi hakkında az şey söylemesi ile statik yöne sahiptir. Douglas'ın yemeğin şifrelerini çözerken bütüncül bir yapı olarak değil kendi evindeki beslenme düzeninden yola çıkarak her öğünü kendi içerisinde değerlemesini eleştirel bulmaktadır. Yapısalcılar, mutfak kültürü ve damak tadı üzerine öncü çalışmalara imza atsalar da indirgemeci bir perspektif ile durumların ardındaki değişmez yapılara odaklanmaları yemeğe dair bütüncül bir bakış açısı geliştirmelerini önlemiştir (Mennell, 1986, s. 17–18).

Göstergebilimin kurucusu olarak kabul edilen Roland Barthes, yapısalcı bir çizgiden hareketle Douglas gibi yemeği bir bilgi kaynağı olarak tanımlamaktadır. Barthes (1997, s. 21-22) göre yemek sadece beslenme çalışmalarına konu olan bir kullanım protokolü veya besin değeri ve kalori hesabı çerçevesinde istatistiksel veri kaynağı değildir. Yemek aynı zamanda üretimi, tüketimi, ona atfedilen anlam, tutum ve davranışları da kapsayan bir iletişim sistemi oluşturmaktadır. Yemek insanın en temel ihtiyacıdır. Ancak bu işlev, yemeğin iletişim sistemine benzer çıktıları sahip bir yapı olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Yemek, var olduğu haliyle toplumsal

anlamı yansıtan bir bilgi kaynağı, bir işaret ögesi konumundadır. Yiyecekler toplumun üyeleri içerisinde paylaşılan anlamlar üretmektedir. Bayramlar, dini törenler ve toplum içindeki özel günlerde yapılan yemekler sadece bir konukseverlik göstergesinin ötesinde bir anlam inşa etmektedir.

Türk toplumunda da gerek dini bayramlarda gerekse de toplumsal anlamı olan özel zamanlarda yapılan içecek, tatlı ve yemek çeşitleri vardır. Bu yiyecek ve içecekler belirli zamanlar özdeşleştirildiği için diğer zamanlarda çoğunlukla tüketilmez, tüketilse bile anlam kargaşalarına sebep olmaktadır. Güllacın market raflarında yer almaya başlaması Ramazan ayının geldiğinin habercisi olurken, içerisine konulan çeşitli bakliyat ve kuru meyvelerle hazırlanan aşure Muharrem ayını, kavrulan bir helva bir vefat haberini, pastane vitrinlerinde yer alan kandil simitleri kandilleri, kırmızı rengiyle ikram edilen bir bardak lohusa şerbeti yeni doğan bir bebeği, bulgurun çeşitli sebzelerle harmanlanarak yapılan bir tabak kısır altın günlerini, tavuk suyuna yapılmış bir çorba ise gribe şifa olarak tanımlanıp toplum içinde anlam kazanmaktadır. İçinde bulunan zamanın kıymetinin toplumun diğer üyeleriyle yemek üzerinden paylaşma edimi bu sayede sosyal pratiklerin besinler üzerinden anlamlandırılmasının önünü açmaktadır.

Bir toplum içinde tüketilen besin öğelerinin tüketim teknikleri, yeme alışkanlıkları, tüketen kişi ve zaman gibi birçok faktör, dilbilimsel olarak yemeğin inşasına katkı sağlamaktadır. Yemeğin inşa ettiği bu dilbilimsel sistem, ampirik olmaktan ziyade sentaks (menü) ve biçim (beslenme biçimi) temellinde kavram setleri oluşturmaktadır. Var olanının statik anlamında öte işaret ettiği dinamik anlam üzerinden toplumsal bir yapılandırma yapmak asıl amaçtır. Gıda ürünlerine dair reklamlar incelendiğinde bireylerin ulusal geçmişini bugüne taşımasına zemin hazırlayan bir hatıra işlevi görmesi, cinsiyet farkları üzerinden yiyeceklerin kategorileştirilmesi ve yüceltilmiş cinsellik unsurunun eklenmesi, sağlık kavramı çerçevesinde gıda maddelerinin enerji, uyanıklık, rahatlama sağlaması yoluyla bedensel işaretlere dönüşmektedir (Barthes, 1997, s. 24). “*Can boğazdan gelir*” atasözü, çikolatanın serotonin hormonu salgılaması veya bağırsakların insanın ikinci beyni olduğunun ortaya çıkması, besin maddelerinin karın doyurma işlevinin ötesinde fizyolojik ve psikolojik etkilerinin de olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca leblebi tozu, emzik veya horoz şeker, şıpsavdi ve tipitip sakızı, toybox, altın çikolata

gibi birçok ürün bireyleri çocukluklarına götürüp hatıra işlevi görmektedir. Geçmişe olan bu özlem ise günümüzde markaların retro ambalajlarla yeniden üretim yapmasına ve nostalji kutuları ile alışveriş sitelerinde hediye önerileri olarak kendine yer bulmaktadır.

17. yüzyılda gazetelerin yaygınlık kazanması ve reklamcılık faaliyetlerinin doğuşuyla tüketimde yeni bir dönem başlamıştır. Daha önceki dönemlerde bireylerin tecrübe ve tavsiyeleriyle şekillenen alışveriş mantığı özellikle 19. yüzyıla gelindiğinde reklamcılık sektörünün doğmasıyla yeni bir ivme kazanmıştır. Bu yeni reklamcılık faaliyetleri, alışveriş faaliyetlerinin gerçekleşmesinde üretici ve tüketicinin arasında köprü vazifesi görmeye başlamıştır. Böylece tüketiciler bir aracıya gerek duymaksızın kendileri direkt tüketim nesneleri ile temas kurma imkânı bulmuştur. Modern yayıncılık faaliyetleriyle tüketici doğrudan üretilen ürünü tanıma fırsatı bulurken bu durum bireylerin tüketim tercihlerinde reklamlar ve basın yayım faaliyetlerinin gücünü ortaya çıkarmıştır. Başka bir deyişle gazete, dergi, radyo veya televizyon gibi basılı yayınlar aracılığıyla yapılan reklamlar; modern dönemde *tüketicinin misyonerliğini* görevini üstlenmektedir (Orçan, 2004, s. 10-11). Basılı yayımlar aracılığıyla yürütülen pazarlama stratejileri aynı zamanda tüketicilerde birtakım arzu ve istek duygusu oluşturarak kitleleri tüketim konusunda güdülemektedir. Televizyonlardan telefonlara, sokaktaki billboardlardan toplu taşıma araçlarına kadar insanın gözünün alabildiği her yerde reklamlara rastlanmak kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Reklamlar aracılığıyla özellikle üst tabakanın yaşam tarzının yüceltilmesi ve *“Onlar gibi yaşar ve onlar gibi tüketirsen, sen de böyle ünlü, gözde ve popüler olabilirsin.”* mesajının verilmesi, tüketimin orta ve alt sınıf olmak üzere tüm toplumsal gruplara yayılmasının önünü açmaktadır. Bu arzu ve istek doğrultusunda yapılan gösterişçi tüketimin ise temelinde “güç” elde etme duygusu hakimdir. Tüketilen nesnenin bireye sağladığı düşünüldüğü saygınlık, sınıflar arası güç mücadeleleri ortaya çıkararak gösterişçi tüketimin daha fazla yaygınlık kazanmasına sebep olmaktadır (Şahin ve Anık, 2017).

Postmodernizm ekseninde batılı ülkelerdeki sanayileşme sonrasında yaşanan arz fazlasının talebe dönüştürülmesi gayesiyle toplumun tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi, tüketim toplumunun temel taşlarından birini oluşturmaktadır. Bu hususta hem üreticiler hem devletler nezdinde farklı politikalar hayata geçirilmiştir.

Topluma ulaşma ve etkileme gücü olan kitle iletişim araçları bu yeni toplum düzeninde tüketimin yaygınlık kazanmasında önem bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçlarında servis edilen cezbedici reklam jingleları ve tanıtımlar aracılığıyla markaların toplumun her kesimine ulaşması, reklamı yapılan ürünü tüketip tüketmeme üzerinden sosyal hayatta belirli toplumsal gruplaşmaların işaretçisi olmaktadır. Baudrillard'a göre bolluk dünyası içerisinde nesnelerle kuşatılan ve gerçek ihtiyaçlarla sahte ihtiyaçlar arasındaki sınırın ortadan kalktığı tüketim toplumunda birey, kendisini diğerlerinden ayırt etmek amacıyla prestij ve toplumsal ayrıcalık temelinde tüketmiş olmak için tüketmektedir. Özellikle *tüketim kahramanları*yla nesneler arasında sürüklenen bolluk toplumundaki bireyler, sadece tüketme amacıyla ihtiyaç, zaruriyet vb. bakmaksızın savurganlığa teşvik edilmektedir. *Tüketimin kültürelleştiği* ve zorunluluk haline geldiği bolluk toplumunda, gündelik hayat içerisinde beslenme harcamalarıyla prestij harcamalarının aynı kefeye konulduğu bir dönem yaşanmaktadır. Baudrillard'a göre metalar ancak bir gösterge değeri kazandıkları anda bir tüketim nesnesi haline gelmektedir. Tüketim nesneleri, kendi kullanım amaçlarından ziyade bireyi belirli gruplardan ayırttırma veya kendi grubu içerisinde yüceltme amacıyla kullanılmaktadır. Bu doğrultuda bolluk dünyasında tüketim, etkin bir sosyal davranış ve tükettikleri nesneler özelinde toplumsal grupları meydana getiren bir yapıya sahiptir (Baudrillard, 2016).

Yiyecekler, vücuda enerji sağlayan temel gereksinimlerinden birisi olsa da temel işlevi bununla sınırlı değildir. Yemek aynı zamanda tüketim kültürü, zevk, estetik ve ahlakın yeniden üretildiği bir unsur haline gelmektedir. Dijitalleşen dünyada internet tabanlı platformlar aracılığıyla paylaşılan yemek ve gıda görüntüleri, kullanıcılarda dolaylı bir şekilde tüketim isteği ortaya çıkarmaktadır. Food porn kavramında yemek, bir mesaj ve araç olarak kabul edildiği için sıradan olarak tanımlanabilecek bir görüntü dahi göz alıcı bir biçimde sunulmaktadır. Gastro porn ile eş anlamlı kullanıldığında ise karnı aç bir kitle tarafından tüketilmesi için bir yemeğin kamera merceği aracılığıyla arzulanabilir bir nesne haline getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu durumda yemeğin sadece görme duyusu ile tüketilmesi hedeflenmektedir. Aktif bir tat alma duyusu bir kenara bırakılarak fotoğraftaki gıdaya ulaşılması bir hedef olarak imgeleştirilmektedir (İbrahim, 2015, p. 2-3). Food porn kavramı ile yemek, hazları ortaya çıkaracak günahkâr tatlılar ya da gerçek

hayatta ulaşılamayacak lezzetleri ve yaşam tarzlarını albenili bir şekilde sunmaktadır. Bu sebeple yemek onu oluşturan besin öğelerinden soyutlanarak yüzeysel bir simülasyon halini almaktadır (Magee, 2007). Yiyeceklerin görselleştirilmesi, sıradan olanı metalaştırmaktadır. Bu ise sadece akıllı mobil cihazlar aracılığıyla gerçekleşmemektedir. Fotoğraf, video veya reklamlar aracılığıyla yemek kitapları, televizyon programları, sosyal medya platformları vd. medya unsurları ile istek uyandıran görüntüler paylaşılabilmektedir. Food porn, arzu edilen yiyecekleri tanımlaması anlamında olumlu olarak anlamlandırılrsa da izin verilen veya yasaklanan günahkâr bir zevk unsuru da olabilmektedir (Rousseau, 2013, s. 748). Bu ise aynı zamanda yemeğe atfedilen saflık ve kutsallığın ikinci plana atılmasına sebep olarak, food porn kavramının yiyecek püritanizminin karşısında konumlandırmaktadır (Magee, 2007).

İnsan hayatını sağlıklı devam ettirebilmesi için çeşitli besin gruplarından yeterli ve dengeli bir şekilde almalıdır. Beslenme kaynaklarının çeşitliliği açısından bakıldığında ise insanın diğer canlı türlerinden daha fazla besin alternatifi vardır. Bu sebeple insan, *omnivor* (hem etçil hem otçul) bir varlıktır. Fischler'e göre omnivor olan insan, yiyecek seçiminde çevresindeki değişikliklere uyum sağlayabilen kendi tercihleriyle ekosisteme müdahale edebilen, özerk bir canlıdır. Ancak aynı zamanda bu bağımlılık ve kısıtlamayı ortadan kaldırmamaktadır. Doğadaki diğer canlılar yaşamlarını devam ettirebilmek için belirli sayıda besin maddesine ihtiyaç duyarken insan vücudunun ihtiyacı olan için protein, karbonhidrat, vitamin ve minerallerin karşılaması için besin çeşitliliğine ihtiyaç duymaktadır. Bu ise *omnivor paradoksu* adı verilen durumun ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. İnsan, bir taraftan besin çeşitliliğini sağlamak için yeni kaynakları keşfetme eğilimindedir. Bugün dünyada var olan birçok besin kaynağı çeşitliliği sağlamak adına deneme yanılma yoluyla kuşak kuşağa aktarılacak günümüze kadar gelmiştir. Diğer taraftan yeni besin kaynakları potansiyel bir tehlike kaynağıdır. Zehirlenme ihtimali başta olmak üzere insan sağlığına olan riskleri, insanın besinlere karşı güvensiz hale getirmektedir. Bu

sebeple paradoksun bir ucunda *neofili* diğer ucunda ise *neofobi* kavramları⁹ önemli bir yer tutmaktadır (Fischler, 1988, s. 277-278).

Yiyecek seçimindeki bu kararsızlık haline Breadswoth ve Keil üç ek paradoks dahil etmiştir.

Tablo 2: Besinlere Ait Paradokslar

Olumlu	Olumsuz
1. Besin doygunluk hissi ve tatsal haz verir.	Besin, tatsal memnuniyetsizlik, hazımsızlık, bulantı veya kusmaya neden olabilir
2. Besin, güç, enerji ve sağlık için gereklidir.	Besinler, hastalık veya rahatsızlığa sebebiyet verebilir.
3. Besin, yaşamın devamı için gereklidir.	Besin, tüketilen canlının ölümüne neden olur.

Kaynak: (Beardsworth & Keil, 2011, s. 257)

Memnuniyet/memnuniyetsizlik paradoksu (paradoks 1), yiyeceklerin damak tadında bıraktığı keyif veren veya hoş olmayan durumlara yol açacağına işaret etmektedir. Bu hem yiyen birey tarafından hem de diğer bireylerden tarafından dışardan bir gözle fark edilebilecek kilo alma gibi uzun dönemli sonuçları olabilmektedir. Sağlık/hastalık paradoksu (paradoks 2), besinleri hem enerji kaynağı olarak yaşamın devamı için önemini vurgularken diğer taraftan da vücut sağlığını etkileyebilecek mikrop, enfeksiyon veya toksinlerin alımına sebep olmaktadır. Yaşam/ölüm paradoksunun temelinde (paradoks 3) ise yemek hayatın devamı için gerekli olduğu vurgusu varken diğer taraftan besin kaynağı olan diğer canlıların hayatlarını kaybetmesine sebep olmaktadır. Bitki ve bitkisel ürünlere çoğunlukla duyguları olan canlılar olarak kategorileştirilmediği için kaygı konusu olmazken,

⁹ Neofili, yeni besinlere ilgi, keşfetme ve çeşitlilikten yana olma anlamına gelirken; neofobi, değişime ya da yeni olana karşı olan karşı tedirginlik ve yeni besinlerin zararlı olma ihtimaline olan korku anlamına gelmektedir (Fischler, 1988, s. 278).

besi hayvanlarının tüketiminde etik kaygılar mevcuttur (Beardsworth & Keil, 2011, s. 257-259).

Besinlerin seçimine ait olan bu paradokslara birey, sadece kendi çabasıyla çözüm yolu bulamamaktadır. Bireyin deneyimlerini anlamlandırabilmesi ve güven duygusunun inşası için gerekli olan toplumsal yapı, gelenekten kaynağını alan bir referans çerçevesi gerektirmektedir. Memnuniyet/memnuniyetsizlik paradoksunun aşılması için gerekli olan kaynak, geleneğin oluşturduğu yenilebilir olarak tanımlanan yiyeceklerin uzun dönemler boyunca verdiği güven duygusudur. *Gıdasal bütünlük* olarak adlandırılan bu durum, toplumda yiyecekleri yenebilen veya yasaklanan gibi sınıflamalara tabii tutarak bireylerin bu temel tüketim gıdalarına aşinalığını beraberinde getirmektedir. Köklü mutfak kültürü ve yeme-içmeye ait adetler güven duygusu oluşturmaktadır. Sağlık/hastalık paradoksu hakkındaki endişeleri gidermenin yolu ise toplumsal inanç ve pratiklerden geçmektedir. Bireyler yaşadıkları çevreden aldıkları sağduyu bilgisi ile belirli besinlerden kaçma veya belirli besinleri seçme tercihinde bulunabilmektedir. Belirli bir kültür çerçevesinde ortaya çıkan beslenme rejimleri, perhizler, ilaçlar ve topyekûn olarak etnomedikal uygulamaların yavaş gelişimi, kendi içerisinde hataları ve başarısızlıkları barındırsa da büyük oranda toplumsal fayda sağlaması bu bilgilerin geçerliliğini makul hale getirmektedir. Yaşam/ölüm paradoksunun temelinde ise özellikle et yemeye ilişkin etik kaygıların bireyin vicdanında cevap bulmasına araç olan inanç ve gelenekler vardır. Dini metinlerde et yemenin helal kılınması veya totemler ve ayinler yoluyla af dileme merasimleri buna örnek olmaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s. 260-263). İnsan, geleneğin içine doğmaktadır. Modern zamanın uzman görüşlerinin aksine ilk doğduğunda kundağa sarılmasından itibaren birey, toplumda tecrübe yoluyla süregelen sağduyu bilgisi ile büyümektedir. Nane-limon ikilisi, ateşlenince alınına koyulan sirkeli bir bez, ishal durumunda tedavi edici olarak kullanılan haşlanmış patates, eklem ağrıları için gidilen bir kaplıca, hacamat vd. toplumsal sağduyu bilgisi, geleneğin ve yılları aşkın bir tecrübenin ürünüdür. Geleneğe ait kültürel birikimin aşınması ve yeni nesle aktarılamaması ise başta yeme-içme kültürü olmak üzere değerlerin yitimine neden olmaktadır.

Geleneğin hakim olduğu kırsal ve taşra toplumunda, bireylerin yemek tercihleri sınırlıdır. Yemeklerde kullanılacak malzemeyi mevsim, içine konulacak veya

konulmayacak gıdaları din, yemeğin kimlerle, nasıl, ne zaman yenileceğini toplumsal yaşam kuralları belirlemektedir. Her meyve ve sebze için bir ay, balık için bir gün ve çorba veya atıştırmalığın yenme zamanı ve herkesin sofrası bir yeri vardı (Fischler, 2001, s. 204). Fischler'e göre modern dönemde ise yemek yeme alışkanlıklarının anlamı aşınmaya başlamış, yemek bireyselleşmiştir. Atıştırmalık ve abur cubur olarak tanımlanan yiyeceklerin insanların beslenmesinde daha fazla yer alması, yemeğin ve yemek ritüellerinin bozulmasına sebep olmaktadır (Fischler, 1980, s. 946).

Yemek tercihi bireyin biyolojik, sosyal ve psikolojik olarak inşa ettiği kimliğinin bir parçasıdır. Ancak yemek yeme pratikleri ve tercihlerindeki bireyselleşme, özellikle insanları bir masa etrafında toplayan yemeğin toplumsallık yönünün bozulmasına sebep olmuştur. Aynı zamanda artan uzmanlaşma, tarım faaliyetlerindeki modernleşme ve gıda tedarik zincirindeki gelişmeler insanların gıdaya ulaşmadaki engellerini minimum düzeye indirerek erişim kolaylığı sağlamıştır. Seracılık faaliyetlerinin gelişmesiyle turfanda taze sebze ve meyve yeme imkanı, konserve, pastörizasyon ve ürünlerin tazeliğini uzun süre koruyan ambalaj sektörünün gelişmesiyle coğrafya, iklim veya mevsim kısıtlaması olmadan insanlar özgürce gıdaya ulaşım sağlamaktadır. Gıda endüstrisindeki bu topyekûn dönüşüm, bireylerin gıda üretim döngüsünden uzaklaşmasına sebep olmuştur. Yemeğin bireyselleşmesini ve insanın gıdadan yabancılaşmasını Fischler, Durkheim'in anomi kavramından hareketle *gastro-anomi* kavramı ile somutlaştırmaktadır. Çağdaş gıda üretim ve tüketim biçimleri ile modern tüketicilerin büyük bir kısmı üretim sürecini bilmediği yiyecekler tüketmektedir. Ayrıca hazır yemek sektörünün gelişmesi ile yiyecek hazırlama sürecinin birçoğunun fabrikalarda bitmesi son tüketicinin tabağındaki yemeğin üretim sürecinden habersiz bir şekilde gelmesine sebep olmuştur. Modern yemek, içindeki malzemeleri, baharatları ve aromasıyla duyu özelliklerini yitirerek albenili paketler için tüketicilere sunulmaktadır. Gıda endüstrisinin doğal ve geleneksel gıdaları koruma adına geliştirdiği teknolojiler doğal adı altında daha fazla yapay tatların oluşmasına ve tüketicinin bir konserve içerisinde üzerinde organik ifadesinin yer aldığı gıdaya daha fazla yabancılaşmasına sebep olmaktadır. Bu ise günümüz insanını geleneksel aile ve kültürel bağlardan kopuk, kitle toplumunun bir parçası haline gelmektedir. Kitle iletişim araçları, reklamlar, uzman görüşleri etrafında yiyecek tercihlerine karar veren insan, aslında kendi

kimliğinde giderek daha fazla şüphe duyup uzaklaşmaya başlamıştır. Birey ne yediğini bilmiyorsa kendi benliğinin ve kimliğinin farkında olması da güçtür. Gıdaya olan bu modern güvensizlik ve neofobik durum ise tüketicin yiyeceklerin daha şeffaf şart altında tarladan sofraya gelmesini talep eden siyasi ve sosyal oluşumları beraberinde getirmektedir (Fischler,1979; 1988). İnsanın sağlığı iki dudağının arasındadır. Dünya da bazı insanların çok yemekten bazılarının ise yemek bulamamaktan kaynaklı hayatlarını kaybetmeleri, obezite, diyabet, tansiyon ve kalp ve damar hastalıklarında artışların yaşanmasına sebep olmuştur. Ayrıca GDO’lu besin üretimden hareketle gıda güvenliği tartışmaları insan sağlığı tehdit ederken aynı zamanda fast food adı altında tüm dünyada tek tip yemeklerin yaygınlaşması yerel kültürlerin kaybolması riskini beraberinde getirmektedir. Ben kimim, ne yiyorum? sorularının dünya çapında cevabının aranması başta Slow Food¹⁰ hareketi olmak üzere küresel çapta gıdanın korunması ve yerel beslenme kültürünün¹¹ sürdürülebilir konusunda bilinçlenmeyi de beraberinde getirmiştir.

Toplumsallaşma süreci, insanın kendini tanıdığı ve hem maddi hem de manevi unsurlarıyla birlikte tanımlamaya çalıştığı bir süreçtir. Birincil toplumsallaşma sürecinde aile, arkadaş ve oyun grupları yüz yüze birincil ilişkilerin en fazla yaşandığı dönemdir. Bu dönem aynı zamanda birincil toplumsallaşma dönemindeki birey için beslenme alışkanlığının kazanıldığı ve damak tadının oluştuğu dönemi de ifade etmektedir. Kültür ekseninde yetişkin bireylerin tutumlarından hareketle oluşan beslenme pratikleri, çocuklar için rol model niteliğindedir. Ayrıca toplumsallaşma süreci içerisindeki cinsiyet rollerin gelişmesi ve bu rollerin yemek kültürü ile gelecek

¹⁰ Slow Food Hareketi; ilk olarak Roma’daki McDonald’s restoranındaki eylem sonrası kendinden söz ettirse de resmi olarak 1989 yılında Paris’te kuruldu. “İyi, Temiz ve Adil” gıda mottosuyla yola çıkan Slow Food hareketi, insanların ne yediğini konusunda bilinçlendirme, yiyeceklerin üretim süreci hakkında bilgilendirme, yerel kültürel öğelerin ve yemeklerin kaybolması önleme gibi faaliyetleri olan küresel bir örgüttür. <https://www.slowfood.com/about-us/>

Türkiye’de ise 2009 yılında Fikir Sahibi Damaklar adı altında Slow Food hareketinin bir temsilcisi kurulmuştur. İstanbul merkezli oluşum, şehir yaşamının getirdiği hızlı hayat temposunda tüketici ile üretici arasında doğrudan etkileşim kurmayı hedeflerken aynı zamanda da imece gibi geleneksel pratiklerin sürdürülmesine katkı sağlayıp tüketicileri bilinçlendirmeyi hedeflemektedir. <https://terramadreamatolia.com/fikir-sahibi-damaklar/>

¹¹ Geleneksel olanı koruma ve yerel beslenme kültürünü ön planı çıkarıp sürdürülebilir olmasını sağlama amacıyla son yıllarda Mutfak Dostları (Convivium), Nuh’un Ambarı, Afrika’da On Bin Bahçe, Presidia, Terra Madre Ağı (Toprak Ana) ve Yeryüzü Marketleri adından birçok proje biyoçeşitliliğin sağlanması için hayata geçirilmiştir (Küçükkömürler ve Kaya, 2022, s. 395).

nesillere aktarılmasında da önemli bir etkiye sahiptir. Geleneksel toplumsal roller içerisinde kadına, ev hanımlığı ve yemek pişirme görevinin verilmesi yemek kültürünün yeni nesle aktarılması kolaylaştırmaktadır. Ancak kadının iş hayatına atılması, hayat şartlarının zorlaşması; bireylerin yemek tercihlerinde de daha kolay, pratik ve hızlı olana yönelmesine sebep olmuştur. Bu nedenle yeni neslin damak tadında geleneksel lezzetlerin yeri azalmaktadır (Beşirli, 2021, s. 212-214). Dayanıklı tüketim eşyalarının yaygınlaşmadığı ve hızlı şehir yaşamının toplumun başat özelliği olmadığı dönemde reçel, salça, turşu vd. yiyecekler evlerde kışlık hazırlık adı altında hazırlanırken modern dönemde bu yiyeceklerin dondurulmuş, fabrikasyon bir şekilde konserve haline getirilmiş veya turfanda sebze-meyve üretimiyle her mevsim tüketicilere sunulması *kapitalist ev tüketim kültürünün* doğmasına sebep olmuştur (Orçan, 2004, s. 204). Mevsimden ve geleneksel üretim usullerinden bağımsız bir şekilde besinleri üretimi ve evdeki mutfak kültürünün de yaşanan hazır/hazırlanmış ürün bazlı değişim, geleneksel yemek ve yeme kültürünün aktarımına ket vurup piyasaya bağımlı bir hal olmasına sebep olmaktadır.

Yemek kültürünün aktarımı aynı zamanda insanları bir araya getirerek özel günlerin ve o özel günlerde yapılan ritüellerinde kaybolmasını da önlemektedir. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine en çok unsur kaydettiren beşinci ülke konumundaki Türkiye, bu listeye *Tören Keşkeği Geleneği (2011)*, *Mesir Macunu Festivali (2012)*, *Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)*, *İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği, Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (2016)* (UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi, b.t.) yiyecek ve içecekleri ile dahil olarak kültürel çeşitliliğin korunması ve geleneğin gelecek nesillere aktarılması için uluslararası alanda önemli projelere dahil olmaktadır.

McDonald's tüm dünyada şubeleri olan bir fast food zincirinin ismi olsa da George Ritzer'in *McDonalddlaşma* kavramsallaştırması bir paradigma olarak "*Fast food restoranlarının temelindeki ilkelerin, Amerikan toplumunun ve dünyanın geri kalan kısmının gitgide daha fazla kısmına egemen olma süreci*" olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere McDonalddlaşma, sadece yeme-içme sektörünü kapsayan bir süreç değil aynı zamanda aile hayatı, iş, eğitim, siyaset, sağlık vb. birçok toplumsal sistemi de etkileyen makro bir özellik göstermektedir (Ritzer, 2011, s. 23).

Ritzer'e göre McDonalddlaşmanın başarılı olmasında McDonald's'in verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim sağlama boyutları etkilidir. Müşterilerin açlık ile doyma arasındaki süreyi minimumda tutması ile arabadan inmeden satın alma imkânı sağlaması ile verimlilik sağlarken; satın alınacak ürünün porsiyonu ve maliyeti (daha büyük porsiyonu daha ucuza almak) ve sipariş ile ürünü satın alma arasındaki sürenin kısa olması hesaplanabilirlik boyutunu oluşturmaktadır. Ayrıca markanın belirlediği franchising ilkelerinden hareketle alınacak hizmetin her şubede her zaman aynı olacağını garanti etmesiyle tüketicilere öngörülebilirlik sağlarken, sınırlı bir menü, standart masa ve sandalye ve hızlı tüketimi özendiren iç mekân tasarımlarıyla müşterileri denetim altında tutmaktadır (Ritzer, 2011, s. 34-37).

Ritzer'in üzerinde durduğu McDonallaşma (2011) birdenbire oraya bir kavram değildir. Bu kavramın gelişim sürecini hazırlayan Weber'in bürokratikleşmesinin oluşturduğu verimlilik sağlayan biçimsel akılcı hiyerarşik yapı, modern toplum mühendisliğinin bir sonucu olarak görülen Yahudi soykırımında kısa sürede en etkili ve fazla kişinin öldürülebileceğinin hesaplanabilirliği ve toplama kampları sürecinde böyle bir soykırım öngörülebilir olması; Taylorizm'in fabrikadaki verimliliği arttırmak adına geliştirdiği bilimsel yöntem; otomotiv fabrikalarının öncülük ettiği montaj bandı vasıtasıyla yapılan hızlı ve seri üretimin fast food sektörüne uygulanmasıyla arabanın vidasını monte etmekle görevli olan işçi, hamburgere sos sürmekle görevli hale gelmiştir. Abraham Levitt öncülüğünde kurulan hızlı ve düşük maliyetle üretilen birbirine benzer evlerden oluşan banliyö kentlerinin kurulması ise fast food restoranlarının gelişmesi için gereken müşteri kitlesini temin ederek bu restoranlara süreklilik sağlamıştır.

Amerika'da 1916'da ilk planlı alışveriş merkezinin açılmasının ardından Ray Krock'un 1956'da Southdale Center da ilk McDonald's restoranını açmıştır. Gençlerin alışveriş yapmak, yetişkinlerin sosyalleşmek, yaşlıların egzersiz yapmak ve anne-babaların çocuklarını oyun merkezleri aracılığıyla eğlendirmek adına ziyaret ettiği AVM'ler tüm toplumsal kesimlere hitap eden bir toplanma noktasını ifade etmektedir (Ritzer, 2011, s. 62-63). Kowinski, içinde fast food restoranlarının olduğu AVM'leri "*İnsanların modern 'tüketim dinleri'nin ibadetini yerine getirmek için gittikleri modern 'tüketim katedralleri'*" olarak ifade etmiştir (1985, s. 218, aktaran Ritzer, 2011, s. 28). Güçlü olan kültürün diğer kültürleri yönlendirme ve değiştirme

becerisi, ulusal ve yerel kültürlerin yitimine, kültürlerin birleşerek tek bir kültür özelliği (*pan-kültür*) göstermesine sebep olmaktadır (Mil, 2019, s. 43). Yerel ürünlerin küresel düzeyde tanınması ve küresel düzeydeki popüler ürünlerin yerel ürünlere entegre edilmesi gibi karşılıklı etkileşimden doğan küyerelleşme/glokalleşme¹² kavramı, yemek alanında da önemli yansımalarla sahiptir. Amerikan menşeli hamburger, McDonald's restoranları aracılığıyla tüm dünyada bilinen bir tat haline gelmiştir. McDonald's ülkelerin beslenme alışkanlıklarına göre iki ekmeğin arasına Çin'de patates köftesi, Hindistan'da *Veggie Maharaja Mac* adında vegan bir köfte, Tayvan, Endonezya, Singapur'da *McRice Burger* ile pirinçten yapılmış bir köfte, Arap ülkelerinde *McArabia* adında tavuk ve Türkiye'de *McTurco* adında kırmızı etten yapılmış bir köftenin konulmasıyla farklı menüler¹³ satışa sunmuştur. Hamburgere toplumların damak tadının aşına olduğu yerel kültürel ürünlerin dahil edilmesi, dünya çapında farklı ülke isimleriyle anılan menüler ortaya çıksa da uluslararası bir marka adı altında bu tatların birleşmesi yerel kültürlerin aşınmasıyla sonuçlanıp global bir pan-burger kültürü oluşmasına sebep olmaktadır. Hamburgerin tüm dünyada bu kadar popüler ve yerel kültürler ögelere kolayca uyum sağlayabilme kapasitesine sahip olması, bu yiyeceğin aynı zamanda akışkan sosyal düzeninde bireylere toplumsal bir anlam kazanmasının da önünü açmaktadır. Orçan (2004, s. 213) göre batı kültürünün küreselleşmesi ve bunu bir yansıması olarak hamburger özelinde fast food kültürünü dünyada bu denli yaygınlık kazanmasının asıl sebebi toplumların kültür dönüşümünü temelden sarsacak ve toplumların kendi değerlerini unutturacak düzeyde ürün ve hizmet üretip bunu bir yaşam tarzı olarak bireylere empoze etmesidir.

Fransız şef Brillat-Savarin'e göre yemeklere yüklenilen anlam, insanın meyvelerle beslenmeyi bırakmasıyla ortaya çıkmıştır. Yiyeceklerin çeşitli işlemler

¹² Etimolojik olarak Oxford Yeni Kelimeler Sözlüğüne göre Japoncaya ait olan “dochakuka” kelimesinden hareketle türetilen yerel tarım teknikleri için kullanılan küyerelleşme/glokalleşme terimi, Japon iş dünyasında yerel ürünlerin küresel pazarda rekabet etmesine yönelik geliştirilen pazarlama stratejisini tanımlamak için kullanılmıştır (Robertson, 1995, s.28). Roland Robertson ise küreselleşme ve yerelleşme kelimelerinin bir melezi olan bu terimi; yerelin ve küreselin birbirine bağımlı bir şekilde birbirini dönüştürdüğü, coğrafyadan bağımsız bir şekilde hibridizasyon atıfta bulunulan iki aşamalı bir sistem olarak tanımlamıştır. Detaylı bilgi için bkz. <https://www.britannica.com/topic/globalization#ref1180952>

¹³ McDonald'sın dünyadaki farklı şubelerinde yer alan değişik tatları ile ilgili daha fazla örnek için bkz. <https://www.delish.com/uk/food-news/g34687443/mcdonalds-world-menu/>

görerek sofraya gelmesi, av etlerinin paylaştırılması aile üyelerini bir sofraya etrafında toplamış; bu durum daha sonraları ise komşuluk ve dostluk ilişkilerini kapsayacak şekilde genişlemiştir. Toplumların grup halinde dünyanın farklı yerlerinde yaşaması, seyyahların farklı sofralara konuk olmasına sebep olmuştur. Bu ise Brillat-Savarin'e göre yerli halkın tanımadığı insanlarla ekmeğini suyu paylaşmasıyla misafirperverlik anlayışının doğmasına zemin hazırlarken; insanların sofrada bir araya gelmesi ve yemek sonrası gelen rahatlama ile birlikte oluşan güven ve tatmin duygusu, dillerin doğmasına ya da gelişmesine katkı sağlamıştır. İnsanları bir araya toplayan yemek, aynı zamanda yemek zevkinden farklı olarak sofraya zevkinin doğmasına sebep olmuştur. Yemek zevki, yeme ihtiyacı ve açlığın giderilmesini kapsayan insanın o anki doğrudan hissi olarak tanımlanırken; sofraya zevki, *“Yemeğe eşlik eden olaylar, nesneler ve kişilere dair çeşitli koşullardan doğan, üzerine düşünülmüş bir his”* şeklinde tanımlanabilmektedir. İnsanlara özgü olan bu edim; yemeklerin yapılması, yer seçimi, davetliler için önceden hazırlık yapılmasını da kapsayan bir sürecin ürünüdür (Brillat-Savarin, 2018, s. 155). Bu sebeple yemeğin özellikle toplumsal değişim üzerindeki etkisi ve toplumsal dönüşüm üzerindeki yansımalarının gözlemlenmesinde bir masa etrafında toplanan insanlar önemli bir yere sahiptir.

Yapısalcı ve işlevselci yaklaşımın aksine gelişimsel yaklaşım, toplumsal ilişki örüntülerinin belirlemesi ve bu unsurların geçmiş örnekleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi hedeflemektedir. Bu ilişkinin tespiti için esas noktayı ise toplumsal değişim oluşturmaktadır. Norbert Elias göre bu değişim, birey üzerindeki dışsal kısıtlamaların süreç içerisinde bireyin kendi kendilerine uyguladıkları içsel kısıtlamalar haline almasıyla başlamaktadır. Bunun en somut örneği ise toplumsal yeme-içme pratikleri üzerinden okunmaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s.112). Toplumsal değişim sürecinin Avrupa'da aşamalı olarak ilerlediğini savunan Elias, masa başında oturan insanın sofraya düzeninden yemek yeme ve çatal bıçak kullanımına kadar adab-ı muaşeret olarak adlandırılacak toplumsal kuralları detaylı bir şekilde incelemiştir. Orta Çağ'da insanların bir sofraya etrafında toplanması hem sosyalleşme imkânı sağladığı hem de bir eğlenme biçimi olduğu için yeme-içme kültürü üzerinden yapılan bu değerlendirme değişimin gözlemleneceği önemli noktalardan biridir. Civilite kavramından uygarlık kavramına geçişle toplumun gelişimini anlamayı öngören Elias göre barbarlık ya da uygarlaşmamış olarak ifade edilebilecek birçok hal ve davranış, bugünkü uygarlık standartlarının önkoşulunu oluşturmaktadır.

Uygarlaşmış ve uygarlaşmamış ayrımının esasını iyi veya kötü olarak ifade edilebilecek statik karşıtlığı içermemektedir. Geçen neslin uygarlık olarak karakterize etmediğini bugün uygarlık olarak adlandırılabilirken, gelecek nesil ise bugünün sosyal yaşam pratiklerini uygarlık dışı olarak tanımlayabilmektedir. Bu sebeple uygarlık, nasıl sahip olduğumuzu düşünmediğimiz, dinamik olarak içinde var olduğumuz bir sürecin ürünüdür (Elias, 2004, s. 138-142).

Uygarlaşma süreci ve toplumun ortak davranış pratiklerinin önemli parametrelerinden birini oluşturan yemek yeme ve sofrada adabı konusuna önem veren Elias, Orta Çağ'daki yemek yeme alışkanlıkları üzerinden Yeni Çağ'daki insana öğüt vermektedir. Açlık ve iştah fizyolojik bir dürtü sonucu ortaya çıkan iki durum olsa da aynı zamanda bireyin kendisini kontrol etmesini sağlayan psikolojik bir işleve de (Mennell, 1987, s. 374–375) sahiptir. Elias'a göre uygarlaşma sürecinde değişen sadece yemek yeme biçimi değil düşünüş biçiminden kıyafete, konuşma tarzı kadar bireyin tüm hayatını kapsayan değişiklikleri beraberinde getiren bir dönüşüm sürecidir. Kendini yemek masasında çeşitli kurallar çerçevesinde denetim altında tutan seçkin sınıf ile alt toplumsal tabakalar arasındaki farkı; dil kullanımından et tüketimine kadar toplumsal grupları kendi içerisinde farklılaştırarak uygarlaşma kimliğinin özgün yönlerini bulmayı hedeflemektedir (Elias, 2004).

Modern öncesi dönemde kültürün muhafazakâr yönlerinden biri oluşturan yemek, en yavaş değişen öğelerden biri konumdaydı. Bu durum hala geçerliliğini korumakla birlikte yemek zevkleri moda endüstrisinin bir parçası haline gelerek değişime uğramıştır (Mennell, 2017, s. 130). Yemek tercihlerine dair değişen zevkler, bireylerin farklı mutfak kültürleri arasında estetik olarak ayırma yapma kapasitesinin bir sonucudur. Değişen zevkler sonucu oluşan damak tadı ise habitusun parçasıdır. Bu anlamda doğuştan verili olmayan, sonradan öğrenilen ama bireylerin doğal olarak kabul ettiği seçimlerdir. Bireylerin kişisel tercihleri bu anlamda etkili olsa da bu tercihler büyük oranda yaşanan çevredeki alışkanlıklarla örtüşen bir niteliktedir. Damak tadı, tercih temelinde gıdalar arasında ayırma yapma kapasitesinin bir sonucu olarak evrensel bir niteliğe sahiptir. Bireyler çevrelerinde gördükleri her şeyi beslenmelerine dahil etmemektedir. Bireylerin gıdalara ilişkin sınıflandırma yapma eğilimi evrensel bir değerdir. Kültürel öğrenme, din ve inanç kuralları, sosyal olarak yenilebilir ve yenilebilir olmayan gıda kategorileri ve Lévi-Strauss'un yaptığı çiğ,

pişmiş ve çürük olarak besinlerin pişirilme aşamaları üzerinden yapılan sınıflandırmalar bu evrenselliğin bir parçasıdır. Yemek üzerine yapılan bu sınıflandırmalar ise en nihayetinde bireylerin sürekliliği olan, kolay erişim sağlayabileceği, yerelliğin ön plana çıktığı ve kendi kendine yeten bir grup özelliği gösterdiğini kanıtlar niteliktedir (Mennel, 2005, s. 22-24).

Aylak sınıf, Thorstein Veblen'in emek olmadan yemek bulan grupları tanımlamak için kullandığı hiciv niteliğindeki ünlü tanımlamasıdır. Veblen'e göre (2005, s. 31-33), geleneksel aylak sınıfın¹⁴ kökeninde ne tembelliğin tarihi ne de bireysel tüketim nesnelerinin kullanılmaya başlaması vardır. Esas nokta kültürel evrim sonucu bireysel mülkiyetin ortaya çıkışı ile boş zaman sayesinde oluşan refahın, tüketim pratikleri yoluyla toplumla paylaşılmasıdır. Özel mülkiyet bu dönemde gelişmiş olmasa bile belirli bir eşya ya da mala sahip olma mücadelesi, ekonomik bir sürecin var olduğu göstermektedir. Modernize edilmiş klasik ekonomik doktrinlerine göre maddi unsur için verilen bu mücadele, esas itibarıyla geçim mücadelesidir. İnsanların doğal koşullara bağımlı bir hayat sürdüğü bu dönem, hayatın devamı için gayretli bir şekilde çalışmayı beraberinde getirmiştir. Bu durum ise ilerleyen süreçte bilginin kümülatif bir şekilde birikmesine ve teknolojik gelişme ile endüstriyel ilerlemeyi meydana getirmiştir. Endüstriyel dönemde doğal koşulları kontrol altına alma ve üretilenin bir kısmının biriktirilmesi, bireylerde fiziksel konforlarında artışa sebep olmuştur. Tüketime getirdiği konfor, yalnızca fiziksel olarak tecrübe edilip ekonomik saiklerle açıklanamamaktadır. Aynı zamanda şeyler, estetik ve entelektüel olarak da bir konfor alanı sağlamaktadır.

Neo-klasik ve Marxist ekonomik anlayışa getirdikleri eleştiriler ile interdisipliner bir alanı ifade eden kurumsal iktisat anlayışının kurucularından birisi de Veblen'dir. Bu anlayışa göre iktisadi olgulara sadece dar bir ekonomik pencereden bakmak yerine

¹⁴ Orçan'a göre, Veblen'in tüketim hakkındaki görüşleriyle, modern dönemde hemen hemen tüm toplumsal gruplar temelinde tecrübe edilen tüketim olgusu birbirinden farklılık göstermektedir. Veblen'in çalışmadan tüketen bir sınıftan hareketle oluşturduğu kuramı, günümüz toplumunu tam anlamıyla ifade etmemektedir. Modern kapitalizm döneminde tüketim, tüm sınıfları kapsayacak şekilde genişlemiş, her birey az ya da çok sermayeleri ölçüsünde tüketici sınıf içerisinde yer almaktadır. Bu sebeple tüketimin kendisinin toplumsal tabakalaşmada bir ayırım unsuru olmamaktadır (Orçan, 2004, s. 18). Her toplumsal sınıf kendisi bir diğer toplumsal sınıftan farklılaştırmak adına tüketimi gösterişçi toplumsal dünyada tükettiği değer ve nesneler üzerinden ayrıştırmaya çalışmaktadır.

meydana gelen iktisadi olgunun var olduğu siyasi, sosyal, kültürel veya coğrafi diğer unsurlar ile etkileşimi göz önüne alınmalıdır. Bu bakış açısı, iktisadi tüketim biçimleri içerisindeki sosyal faktörlerin ağırlığını, edinilen malların sadece para ile alınıp satılan şeyler olmasının ötesine götürmektedir (Şahin ve Anık, 2017, s. 43). Nesnelerin bireylerin mülkü haline gelmesi, kişiye pratik faydalar sağlasa da en önemli işlevi malikinin gücünü ve saygınlığı sergileme işlevi görmesidir. Bu sebeple tüketim sadece fiziksel ihtiyaçların maddi unsurlarla karşılanmasını içermemektedir. Aynı zamanda tüketim bireye sağladığı statü ve güç sayesinde saygınlık temelli, şerefli ve takdire şayan bir fiil haline gelmiştir. Emekten kaçınma ve tüketim üzerinden kendini var eden aylak sınıf, bu saygınlığı tüketim pratiklerini farklılaştırıp kendini diğer sınıflardan ayırarak sergilemektedir (Veblen, 2005, s. 42). Diğer bir deyişle tüketim, temel ihtiyaçların girdirilmesini öngören bir faaliyetin ötesinde göstergeler ve imajlarla toplumsal dünyada kimliklerin sunulmasına fırsat vererek mal ve hizmetlerden ziyade soyut olarak değerlerin tüketilmesini (Orçan, 2004, s. 13) beraberinde getirmiştir. Tüketim toplumunda metaların statü, sınıf ve gücün sembolü haline gelmesi şeylerin kullanım değerinin ikinci plana atılmasına sebep olmaktadır. Pratik fayda özelinde düşünüldüğünde ünlü markaların muadil ürünlerinin üretilmesi veya kebabçıya gitmek ile steakhouse’a gitmek arasında bariz farklar olmasa da gösterge değerinin farklı olması, tüketim toplumunda bu gibi unsurların gösteriş halini aldığını göstermektedir.

Mary Douglas ve Baron Isherwood’un rasyonel insan temelli ekonomi teorilerine kültür ve toplum boyutunu ekleyerek ekonominin antropolojisini yaptığını *“Tüketimin Antropolojisi” kitabı*, bu alanda yazılmış önemli eserlerden biridir. Douglas ve Isherwood göre tüketim; zevk kavramını dışlamadan zamanın günlere, aylara, haftalara ve yıllara ayrılmasıyla toplumsal anlamda yapılandırılmış ve standardize edilmiş bir kavramdır. Kolay ulaşılabilir ve yeterli miktardan bulunan mallar, standart bir yemek rutini oluşturmaktadır. Sade bir hayat tercih edenler için kahvaltı, özel günlerde dahil olmak üzere haftanın ve yılın her günü servis edilen biri öğünken; gösterişli bir hayat seçenler için hem kahvaltı hem de diğer öğünler ve bu öğünlerde tüketilen yiyecek türleri farklılaşmaktadır. Bu sebeple gıdalar toplumsal grupların değerleri arasında bir ayrım meydana getirerek tüketilecek besin maddelerinin çeşitlenmesine sebep olmaktadır. Yemek haricinde giyim, konut

seçimi, ulaşım vd. faktörler, satın alma ve tüketim süreçlerini belirleyerek toplumsal gruplar arasındaki sınırları belirginleştirmektedir. Kültürel sürecin ürünü olan bu sınırlar, kendi içerisinde bir anlama sahiptir. Bu sebeple kültürel unsurlar tüketim nesnelerinin görünen yüzünü oluşturmaktadır. Akışkan süreç içerisinde toplumsal kategoriler sürekli yeniden tanımlanma eğilimindedir. Bu durum kişilerin ve olayların toplumsal anlamda sınıflandırılması ve tüketimin toplumsal anlamının belirlenmesinde malların aktif olarak kullanımını öngörmektedir (Douglas & Isherwood, 1996, s. 44-45).

Yiyeceklerin toplumsal anlamda tüketilmesi besinleri, bireylerin kimliğinin oluşmasında ve toplumsal anlamda besinlere atfettikleri anlam özelinde önemli hale getirmektedir. Bireylerin toplumun bir ferdi olarak yaşamayı deneyimleme süreci bu anlamda sadece gelenek ve kültürün öğrenilmesini öncelememekte aynı zamanda yeme-içme kültürü üzerinde de bir toplumsallaşma sürecini beraberinde getirmektedir. Beardsworth ve Keil bu süreci *besinsel toplumsallaşma* olarak nitelendirmektedir. Besinsel toplumsallaşma sürecinde bireyler; kitle iletişim araçları, reklamcılar, kamu kurumları, dini veya ideolojik birçok hareket etkisi altında kalmaktadır. Bireyler bu toplumsallaşma sürecinde sadece karınlarını doyurmak adına yenebilir olan ve yenebilir olmayan besinleri ayırt etmenin ötesine geçmektedir. Farklı besin kombinasyonları ile yeni tatları ortaya çıkarmak veya yemek ritüellerine dair geleneksel bilgileri öğrenmek de bu sürecin önemli bir parçası haline gelmektedir. Toplumsal dönüşüm temelinde meydana gelen değişim, bireylerin kültürlerinde var olan besinleri sınıflandırmasını da beraberinde getirmiştir. Jelliffe, toplumların temel besin maddelerini genel kategoriler halinde tanımlayarak; *birincil kültürel besinleri*, toplumun temel besin maddeleri olarak; *prestij(saygınlık) besinlerini*, özel durumlarda veya yüksek statü gruplarının tüketimi ile sınırlı olanlar; *beden imgesi besinlerini*, vücut sağlığına direkt etki eden besinler olarak; *sempatik büyüğü besinlerini*, tüketen kişiye arzu edilen özellikler kazandırdığına inanılan besinler olarak; *fizyolojik durum besinlerini*, hastalık, hamilelik vs. dönemlerinde yaşa, cinsiyete ve sağlık durumuna uygun olan besinler olarak sınıflandırmıştır. Bu sayede bireyler acıktıklarında salt bir karın doyurma eyleminin ötesine geçerek yemek yeme eylemlerini çeşitlendirip, sosyal bir aktivite halini almasını sağlamaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s. 96-97).

Toplumsal sınıf içerisinde ekonomi temelli kültürel ve ideolojik ayrımın oluşturduğu besin ve yemek tercihlerindeki farklılıklar, toplumsal gruplaşmanın başlangıç noktasını oluşturmaktadır (Beardsworth & Keil, 2011, s. 149). Pierre Bourdieu tarafından kaleme alınan *Ayırım*'da Kant'ın estetik anlayışı ve Marx'ın sınıf ideolojisine eleştirileri üzerinden toplumsal sınıfları yeniden üreten pratikler incelemiştir. Kültürel sermaye temelli bu bakışla Bourdieu'nun eseri, mesleklerinden, gelir durumlarına, müzik zevklerinden yeme-içme üzerindeki beğeni ve tercihlerine kadar sınıflar hakkında geniş bir bilgi kaynağı sağlamaktadır. Başka bir deyişle kültürel sermaye, aylak sınıftaki gibi sadece bir zenginliğe sahip olmakla ifade edilmemektedir. Zenginliğin bir sosyal statü olarak tanımlanması ancak tüketim unsurları ile somutlaşmaktadır. Seçkin yiyecekler, ikamet yerleri, kıyafetler, ender süs eşyaları vb. diğer unsurlar tüketim nesnelerinin üretim amacından çok tüketim temelli yığıtlık ve şeref teminatı olmaktadır (Veblen, 2005, s. 57-58).

Douglas ve Isherwood'a (1996) göre tüketim; bireylerin eylemlerinde (mallarda) somutlaşan, kültürün gelişiminde ve değişiminde aktif rol alan bir kavramdır. Kültür, tüketim unsurlarını ve çeşitli toplumsal grupların temsilini de içerisinde barındıran bir kavram olduğu için tek bir tüketim biçimi üzerinden şekillenen bir süreci değil o anda var olan, kültürün hayati bir kaynağı olarak tüketim kültürü adı verilen süreçten bahsetmenin gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu sebeple bireylerin satın aldıkları her şey yalnızca pratik fayda niyetiyle değil tüketmek üzerinden var olan bir gösteriş imgesi haline gelmektedir.

Toplumsal yaşam çok farklı parçalardan meydana gelen bir bütündür. Her parçanın bütün ile olan etkileşiminin incelenmesi ise toplumsal yaşamın statik olmamasından dolayı somut bir gerçekliği ifade etmemektedir. Bourdieu'ya göre kuş bakışı bir görüş ile eyleyicilerin sosyal dünyaya dair görüşlerini, diğerleri ile olan ilişkilerinin tüm boyutlarını gündelik var oluş içerisinde anlamlandırmayı hedefleyen soyut temsil *toplumsal uzam*dır. Eyleyiciler, toplumsal uzam içerisindeki gündelik varoluşlarıyla hem uzam içerisinde yer alan hem de uzamı dönüştürme veya koruma kapasitelerine sahiptir. Toplumsal uzam içerisindeki nesnel olarak sınıflandırılabilen gündelik hayat pratikleri ile eyleyicilerin birbirine benzer veya farklı yönleriyle gruplaşmasına sebep olmaktadır. Bu pratiklerin hem sınıflama sisteminin (principium divisions) hem de sınıfsal farklılıklarının üretici ilkesi ise habitustur. Bourdieu'ya

göre habitus, eyleyicilerin toplumsal olana dair pratiklerinin benzer koşullara sahip diğerleri ile özdeşlik kurmasına yarayan aynı zamanda da farklı yaşam pratiklerine sahip diğer eyleyiciler ile ayırım sistemi oluşturan şeydir (Bourdieu, 2015, s. 253-255).

Toplumsal yaşam içerisinde neyi doğru neyin yanlış olduğu, nerede nasıl davranılması gerektiği, bulunduğu yaş dilimine göre toplumsal rol ve beklentilerin öğrenilmesi sosyalleşme sürecinin baskın olduğu dinamik bir yapıdır. Bireylerin kim olduğu ve toplumdaki yerine dair oluşan yaşam pratikleri, bireyin habitustur. Diğer bir ifadeyle habitus; sosyal düzene bağlayan, kişinin statülerine uygun davranmayı öğrendiği ve yeniden üretim sürecine katkı sağladığı bir alandır. (Calhoun, 2007, s. 103).

Toplumsal sınıfların özünde bulunan farklılıklar kendini otomobiller, evler, giysiler, saç stilleri, parfüm tercihleri, spor ve eğlence tercihleri vd. beğeniler çerçevesinde ayırtıran pratiklerdir. Beğeni, “*Nesnel olarak sınıflanmış ve içinde bir koşulun (sınıfsal) kendi kendini anlamlandırdığı (yine beğeni aracılığıyla) pratikleri (...)*” ifade eden bir kavramdır (Bourdieu, 2015, s. 259-261). Beğeniler, bireyin öteki karşısındaki tercihlerinin oluşturduğu bir yaşam stilidir. Ancak bu tercihler her zaman özgür irade ile verilen kararları kapsamamaktadır. Dışsal olarak oluşan ekonomik durum, içsel beğeni algısını oluşturan sosyo-kültürel ve çevresel faktörlerin bir bütünüdür. Öteki karşısında benzer tercihlerin oluşturduğu topluluklar, grup olarak beğeni sınıflarını meydana getirerek üst veya alt gibi toplumsal sınıf tabakalarını oluşturmaktadır.

Bourdieu, sermayeyi birbiriyle etkileşim içinde olan ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye olarak üçe ayırmıştır. *Ekonomik sermaye* doğrudan mülkiyet haklarını kapsayan, para ile alınıp satılabilen tüm şeyleri kapsarken; ekonomik sermayeye dönüşebilen akademik bilgi ve nitelikler *kültürel sermayeyi*; toplumsal yükümlülüklerden oluşan, soyluluk unvanı şeklinde kurumsallaşmış ekonomik sermayeye dönüşebilen ise *sosyal sermaye*dir (Bourdieu, 1986, s. 243). Sermaye tiplerinin dönüşümü kendi içerisinde iki farklı anlama sahiptir. Bunlardan ilki sermayeler arasındaki dönüşüm süreci aynı zamanda nesiller arası yeniden üretimin bir parçası niteliğindedir. Üst tabakaya ait bireyler çocuklarını özel okullara göndererek onların eğitsel becerilerinin kendi habituslarına uygun bir şekilde

gelişmesi istemektedir. Bu yolla kültürel sermaye (eğitsel beceriler), ekonomik sermaye biçimini alarak sınıfsal özelliklerin devamı için bir kaynak sağlamaktadır. Sermaye tiplerinin dönüşümünün bir diğer anlamı ise daha dolaysız ancak diğer sermaye türleriyle birbirini etkiler niteliktedir. Bir spor dalında başarılı olan bir bireyin bu başarısına dair sermayesini kullanarak potansiyel bir müşteri kitlesi oluşturması farklı bir iş kolunda çalıştığı zaman bu kitleyi ekonomik sermayeye dönüştürebilmektedir (Calhoun, 2007, s. 106-107).

Statü onurunun temelini oluşturan belirli bir gruba veya çevreye ait olma isteği ancak belirli bir hayat tarzına sahip olmakla kazanılmaktadır. Bu ise beraberinde sosyal ilişkilerin kısıtlanmasını ve diğerleriyle ayrışmayı beraberinde getirmektedir. Birey için statü onuru ancak bir hayat tarzının taklidinden öteye geçip içselleştirilmiş bir yaşam tarzının olmasıyla mümkün olmaktadır (Weber, 1996, s. 278). Aylak sınıf, toplumsal hiyerarşi içerisinde hayat tarzı ve tüketim alışkanlıkları ile en tepede yer almaktadır. Modern uygar topluluklarda sosyal sınıflar arasındaki bu hiyerarşik çizgilerin belirsizleşmesi üst sınıf tarafından olumlanan normların diğer sınıflar içinde uyulması gereken bir kural niteliği almaktadır. Alt sınıfın üyeleri, bir üstteki sınıfın idealleri çerçevesinde iyi bir isim kazanmak için çaba sarf etmektedir (Veblen, 2005, s. 66). Bourdieu sosyolojisinin üç ana sınıfından birini oluşturan burjuvazi, toplumsal hiyerarşide en üst tabakada yer almaktadır. Sahip olduğu sermaye birikimi ve konumu ile burjuvazi, diğer tüm toplumsal sınıflar için referans görevi gören beğenin tanımlamasını yapmaktadır. Bourdieu, kültürel iyi niyet olarak kavramsallaştırdığı meşru kültüre bağlı kendi gerçekleştirme isteği, küçük burjuvazi olarak nitelenen alt sınıfların egemen sınıfları taklit etmesiyle somutlaşmaktadır. Meşru kültürle bütünleşme çabası zevkler hiyerarşisinde her sınıfın, üst sınıfların beğenilerini taklit etmesiyle oluşmaktadır. Diğer taraftan üst sınıflar kendi ayrıcalıklı konumları korumak adına diğer sınıflardan farklılaşmak için ayırım mekanizmasını devreye sokmaktadır. Bu sayede üst sınıflar ayrıcalıklı konumlarını koruyarak sınıfları yeniden üretmekte; beğeni tercihleri ile ayırma sebep olmaktadır (Jourdain & Naulin, 2011, s. 74-78). Kültürel tüketim biçimleri ve beğeni bu sebeple tüm toplumsal pratikler üzerinde başat bir aktördür. Hem ekonomik hem de kültürel sermaye bakımından yüksek olan ayrıcalıklı sınıfın elit tüketim alışkanlıkları ile bu iki sermaye açısından yoksun olan avamın kolayca ulaşabileceği tüketim pratikleriyle sermaye biçimleri arasındaki farklılıkların sürdürülmesi

sınıfların yeniden üretilmesinde etkilidir (Bourdieu, 2015, s. 262). Sınıfların yeniden üretiminin temelini oluşturan statü onuru, pozitif veya negatif nitelikli olabilmektedir. Aynı zamanda geleneğinde taşıyıcısı olan bu gruplar diğer taraftan da en uç noktada bir kast oluşumuna yola açabilmektedir. Bu sebeple statü, toplumsal düzende tüketim alanının bir parçasıdır (Weber, 2012, s. 76). Statü gruplarının oluşturduğu toplumsal tabakalar arasındaki sınırlar keskinleştiği zaman sıradan insanların lüks olarak tanımladıkları tüketim unsurları, üst sınıflar için rutin bir ihtiyaç haline gelmektedir (Douglas & Isherwood, 1996, s. 84). Kırmızı et tüketimi özelinde düşünüldüğünde, etin fiyat yüksek bir ürün olması ve her gün softaya gelmemesi sebebiyle alt sınıf grubu için lüks bir tüketim unsuruyken; üst sınıf için ekonomik sermayelerinden hareketle daha kolay ulaşılabilir olması eti sıradan bir yiyecek haline getirmektedir. Aynı zaman deniz ürünlerine bakıldığında da alt sınıflar için bu besin grubu genellikle belirli balık türleriyle (hamsi, istavrit vb.) sınırlıyken; üst sınıflar havyar, kalamar, ıstakoz, yengeç veya kalkan balığı gibi balık türleri içerisinde pahalı olanları tüketme imkanına sahiptir. Lüks ve rutin ihtiyaç ayrımının tam tersi de mümkündür. Sırada insanlar için rutin oluşturan birtakım pratikler, üst sınıflar için lüks tüketim adı altında yüceltilebilmektedir. Üst sınıfın daha minimalist bir hayat tarzı olarak ortaya koyduğu sade bir yaşam, alt sınıf için ekonomik sermayelerinden hareketle oluşturduğu bir çevredir. Aynı zamanda eski devirlerde yırtık kıyafetler bir ayıplanma unsuruyken günümüzde dünyaca ünlü markalar yırtık kot modelleri üreterek yüksek fiyatlara tüketicilerini beklemektedir. Alt sınıfa mensup bireyler için memleketlerinden getirdiği sebze-meyve vd. gıda ürünleri ile aile bütçesine bir nebze rahatlama sağlama amacı varken üst sınıflar için bu durum organik beslenme adı altında imgeleştirilen ve ulaşılması gereken bir hedef olarak görülmektedir. Bu durum aynı zamanda söylem dilinde de kendini göstermektedir. Baby shower- bebek mevlidi, kına gecesi-bekarlığa veda gecesi gibi toplumsal organizasyonlarda ya da üst sınıfların duyulmamış, geleneksel olmayan kız ve erkek çocuk isimlerini tercih etmeleri, alt sınıflarla kendileri arasında bir ayrım oluşturmaktadır.

Lüks beğeni (özgür beğeni) ile zaruri beğeni arasındaki zıtlık, tüketim tercihleri arasındaki farkın esasını belirlemektedir. Lüks beğeni; maddi koşulların belirlediği, bireylerin sahip oldukları sermayelerinin tercihlerine sağladıkları kolaylıktır. Zaruri beğeni ise eyleyicilere hem ekonomik sermaye hem de üst sınıflardan hareketle

kalıplaşmış beğeni algısı üzerinden tercih gibi görülen belirli sınırları olan *kaderin seçimidir*. Bazı sınıflar için lüks olan bir seçim, diğerleri için yoksunluğu ifade etmektedir. Bu yoksunluk üzerinden yapılan olumsuzlama ise öteki karşısından biz'i oluşturan bir sınıf yapısını ortaya çıkarmaktadır. Herkesin hak ettiğini yaşadığı algısı ise sınıf ırkçılığına sebep olmaktadır (Bourdieu, 2015, s. 265-269).

Sınırsız gibi görünen ihtiyaçların sınırlı kaynaklar üzerinden giderilme çabası, günlük olaylara dair insani tepkilerin tek tipleşmesine sebep olmuştur. Oluşan bu tek tipleşme, gelişme kavramının evrensel olarak tüm toplumlarda standardize edilmiş yapılardan sökün edilen ürünlerle yeni bir tür bağımlılık alanları oluşturmuştur. Endüstri toplumunda maddi ilerlemeyi hedef alan uzmanlar tarafından bireylerin bağımlılığını temin etmek için birtakım eşyalar oluşturulmuştur. İlerlemenin ölçüsü ise üretilen eşyaların miktarı ve çeşitliliğinin artışı ile olmaktadır (Illich, 2000, s. 22-24). Makinelerin gücü arttıkça bireyler salt tüketici kimliğiyle toplumda var olmaya başlamıştır. Illich'in şenlik kavramı kişilerin çevrenin suni olarak dayattıkları komutlara koşullu tepkiler vermek yerine, toplum içerisindeki kişiler arasında özerk ve yaratıcı ilişkinin tesis edildiği bir sosyal düzeni nitelemektedir. Bireysel özgürlüklerin güvence altına alındığı bu toplumda, özgürlükler ancak başka bir bireyin eşit özgürlüğü yararına kısıtlanabilecektir. Endüstriyel üretkenliği yücelten toplumsal değerlerin şenlikli verimliliğe tercih edilmesi, toplumun işleyişinin ürünlere karşı taleplerin artmasıyla ölçülmeye başlanmıştır (Illich, 2018, s. 24-26). Teknolojinin ilerlemenin ve endüstriyel üretkenliğin ölçütü ise değişik ürünlerin geliştirilmesi olmuştur (Illich, 2000, s. 66).

Piyasadaki ürünlerin hızlı bir şekilde devir daim etmesi bireylerin tüketim isteklerinin sabun köpüğü halini almasına sebep olmaktadır. Yüksek oranlardaki tüketim, bireyin bağımlı olduğu eşyaların üretiminin çoğalması, tüketicileri profesyonellerden gelen komutlar üzerinden veya reklamlardan gelen uyarıcılar ile ihtiyaçlarını karşılamaya yöneltmiştir. Bu ihtiyaçların ise parçalara ayrılması ve uzmanlaşması, tüketicilerin ihtiyaçlarını bir bütün olarak tanımlamasına yardım edecek profesyonellere bağımlı kılmıştır. Tüketiciler ülkesinde profesyonellerin aktif bir müşterisi olarak bireylere tayin edilen yerde hayatlarını sürdürmektedir. Bu sebeple tüketim, kişisel bir tatmin veya tecrübeden öte kendisine öğretilen şeyi yapma edimi şeklinde toplumda var olmaktadır (Illich, 2000, s. 55-58). Bireylerin

tüketici kimliği “doğuş” tan ortaya çıkan bir olgudur. Hayat şartlarının değişmesi, gıdaların niteliğinin değişmesi ve çevresel faktörler, insanların fizyolojik yapısını etkilemiştir. Bu durum ise bireylerin doğal yollardan çocuk sahibi olma şansını görece olarak azaltmaktadır. Bu sebeple çiftlerin çocuk sahibi olmak için tüp bebek gibi alternatif yollara başvurulmasıyla insan, uzman bilgisine ihtiyaç duymakta ve daha dünyaya gelmeden bir tüketici halini almaktadır. Illich’in yeni doğan bebeğin anne sütünü inek sütüne tercih etmesi örneğindeki gibi bebeğin doğuştan sahip olduğu emme güdüsünü fabrikasyon bir biberon aracılığıyla tatmin etmesi, tüketici kimliğinin ilk basamağını oluşturmaktadır. Yeni dünyaya gelen bebeğin normal şartlar altında ilk 6 ay boyunca sadece anne sütü ile hayatını devam ettirebilme gücüne sahipken; içeriği zenginleştirilmiş anne sütüne muadil görülen mamalarla anadan doğma bir tüketici haline gelmiştir.

Değerlerin endüstri tarafından tekelleştirmesi; yeni kıtlık sınıflarıyla birlikte tüketim düzeylerine göre sınıflandırılmış, kişisel tepkiden bağımsız, standardize edilmiş bir düzeni beraberinde getirmiştir. Değer taşıyan araçların hizmet maliyetleri yükseltilerek bireylere ayrıcalıkları oranında paylaştırılmaktadır. Bu ise kaynak kullanımını kısıtlayarak kişileri bağımlı hale getirmektedir. Bu sebeple radikal tekel¹⁵, “*Kişileri kişisel ihtiyaçlarını kişisel bir tarzda doyurma yeteneğinden yoksun bırakarak -kurumsal hizmetin karşısı olan- kişisel hizmet konusunda, radikal bir kıtlık*” oluşturmaktadır (Illich, 2018, s. 76). Tüketim toplumunda insanları bağımlı hale getiren eşyaların olmadığı bir hayat ya imkansızdır ya da bunu göz ardı kişiler suçlu olarak nitelendirilmiştir. Başka bir deyişle birey, tüketmediği sürece işe yaramaz biri olarak kalmaktadır (Illich, 2000, s. 11).

Yeme içme pratikleri üzerinden bakıldığında toplumsal hiyerarşide üst tabakalarda yer alanların zayıf olmayı yücelten yeni kanaatkarlık etiğinin karşısında alt sınıf için (köylüler ve işçiler) can boğazdan gelir anlayışı hakimdir (Bourdieu, 2015, s. 268). Ayrıca besinin insan bedenine sağladığı kuvvet, sağlık ve güzellik etkileri de bireylerin sahip olduğu toplumsal sınıfın değerlendirilmesinde etkilidir.

¹⁵Illich’e göre radikal tekel; “*Bir şirketin, bir mal ya da hizmetin üretim ya da satış araçları üstünde tek başına denetim kurması*” olarak bir egemenliği ifade etmektedir. Bu tekelleşme sadece markalar ya da şirketler aracılığıyla değil aynı zamanda belirli bir ürün egemenliğini de kapsayan geniş bir kavramdır (Illich, 2018, s. 72-73). Aynı zamanda araç terimi sadece araba, kapacak, ya da enerji santralleri gibi eşyaları değil aynı zamanda mısır gevreği ya da eğitim, sağlık, karar vb. gibi maddi olmayan ama mal üreten sistemleri de kapsamaktadır (Illich, 2018, s. 35).

Halk sınıfına mensup bireyler (özellikle erkekler) vücutlarının biçiminden çok kuvvetine önem verdikleri için ucuz ve besleyici gıdaları tercih etmektedir. Elit sınıfa mensup bireyler ise sağlıklı, hafif ve şişmanlatmayan besinleri daha fazla tüketmektedir. Başka deyişle toplumsal uzamdaki beğeni ve tercihler, sınıf bedenlerinde (corps de classe) vücut bulmaktadır (Bourdieu, 2015, s. 281). Yemek tercihlerindeki bu farklılığın temelinde ise *“lüks zevklerle zaruriyetten doğan zevkler arasındaki karşıtlık”* vardır. Halk sınıfına mensup bireylerin emeğin yeniden üretimi için temel ihtiyaçlarının garanti altına alınamaması ve çalışma koşullarının getirdiği zorlu şartlarda bireylerin yiyecek tercihleri için fazla seçenekleri yoktur. Diğer taraftan belirli bir kültürel ve ekonomik sermayeye sahip elit sınıf için yemek zaruri bir ihtiyacın haricinde soyut ve karmaşık bir zevk unsuru olarak estetik bir hal almıştır. Habitus aracılığıyla farklı sınıflara ait farklı beğeniler toplumsal sınıflandırma ilkelerinin içselleştirilmesinin bir göstergesidir (Yenal,1996, s. 215-216).

Yazılı, görsel ve sosyal medyanın aktif olduğu günümüz dünyasında tüketmek, bireylerin kişiliklerinin asli unsuru haline gelmiştir. Tüketimin kişisel bir tercihten ziyade çağa uygun bir hayat tarzı için ön koşul gibi lanse edilmesinde ise uzmanların rolü büyüktür. Uzman denilen kişilerle hem bir bilim dalında uzmanlık kazanma hem de sosyal medya platformlarındaki takipçi sayısı ile rüştünü ispat edip uzmanlaşan kişiler kastedilmektedir. Sosyal medyada kullandığı ürünler ya da tükettiği yiyecekler ile itibarlı bir hayat süren kişilere öykünme ya da uzmanların bilimsel bilgi adı altında diyet ve beslenme önerileri üzerinden bir mutfak düzeninin oluşumu, kişisel tercihleri dışlamaktadır. Kişisel değer, tecrübe ve muhakeme yeteneğinden yoksun bir şekilde kendi grubu içerisinde ayrışma; üst veya toplum tarafından itibarlı(?) sayılan değerlere yakın gruplara benzeme amacı, bireylerin tercih kriterlerini belirlemektedir. Aynı zamanda radikal tekel oluşturan ürünler sadece tüketim ile sınırlandırma olmaksızın toplumsal dilde de belli başlı ürünleri nitelemesini (Sana yağı, Selpak mendil, borcam gibi) de beraberinde getirmektedir.

Atsuko Ichijo ve Ronald Ranta, milliyetçilik ve yemek arasındaki ilişkiyi gayri resmi/ aşağıdan yukarıya, resmi/ yukarıdan aşağıya ve küresel bir perspektif ile üç farklı ölçekte incelemiştir. Yemek, bireye kim olduğunu anımsatan dil, gelenek, coğrafya vd. diğer farklı unsurlarla etkileşim içinde olup ulusu inşa etmektedir.

Yemekle ilgili inşa edilen kuralların, gündelik deneyimler yoluyla yeniden üretimi sağlayan bir boyutu vardır. Bu aynı zamanda ulusal kimliğin uygulama boyutunu teşkil ederken diğer taraftan da savunma mekanizması geliştirerek ulusun tarihine, geleneklerine ve coğrafyasına doğrudan bağlar sağlamaktadır. Bu sayede bir toplumdaki bireyler “ulusu gerçekleştirmeyi” başarmaktadır. Yemek tercihleri banal temsil ögesi olarak ulusun yeniden üretimine katkı sağlarken aynı zamanda üretimi, tüketimi veya tedarik koşulları da bu sürecin bir parçasıdır. Hangi yemeği ne zaman, nasıl, kiminle ve nerede yendiğine dair verilen cevaplar, yemek kültürü üzerinden belirli sınırlamalar konulmasına ve karakteristik özellikler ile diğerlerinden farklı olarak bir ulusu tahayyül edilmesine katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan da gündelik rutin pratiklerin sosyal yaşam içerisinde devamını sağlayarak geleneğin sürdürülebilir olmasının önünü açmaktadır (Ichijo & Ranta, 2018, s. 17-19). Milliyetçiliğin gündelik yaşam içerisinde fark edilmeyen, toplumdaki insanlar tarafından kanıksanan bir durum olması, milliyetçi unsurların yeniden üretimine katkı sunmaktadır. Sabah işe veya okula giderken fırında bagel (bir tür Amerikan simidi denebilir) yerine simit satıldığının bilinmesi veya bir kafede çay siparişi verdiğinde ince belli bardakta siyah çayın geleceğinin bilmesi bireylerde yaşadığı yerin ulusunu yansıttığının bir göstergesidir. Bu sebeple gündelik hayatta farkında olmadan yeniden üretilip paylaşılan *banal milliyetçilik*¹⁶ unsurlarından birisini de belli bir ulusu yansıtan imgeler olarak yiyecekler oluşturmaktadır.

Toplumsal kimliğin söylemsel inşasında kullanılabilecek analiz yollarından biri de yemek tarifleridir. Yemek tarifleri aracılığıyla bir yemeği o ulusa ait yapan malzemelerin veya koymadıkları ürünler bir ulusun damak tadını ve otantikliğini belirlemektedir. Bu ise o ulusu diğer uluslardan kültürel farklılık temelinde tanımlanmasına yardımcı olmaktadır (Ichijo & Ranta, 2018, s. 42-43). Çay, farklı bitkilerden elde edilen yaprakların demleme veya kaynatma usulüyle sıcak veya soğuk içilebilen en temel içeceklerden biridir. Civitello’ya göre çay, İpek Yolu aracılığıyla ve daha çok Budizm¹⁷ ile yaygınlaşmaya başlamış bir içecektir. Çay ilk

¹⁶ Banal milliyetçilik, Michael Billig tarafından 1995 yılında yayınlanan aynı adı taşıyan eserle özdeşleşen bir kavramdır. Kimlik, milliyetçilik, ulus devlet temelinde ele alınan banal milliyetçilik kavram ile ilgili detaylı bilgi için bkz. (Billing, 2002).

¹⁷ Anlatılan efsaneye göre milattan önce beşinci yüzyılda Budizm’i Çin’e getiren Bodhidharma, meditasyon yaparken sürekli uykuya daldığı ve gözkapaklarını açık tutamadığı için onları kesip yere

olarak içindeki tein ile keşişleri uyanık tutmak için tüketilen bir içecek iken daha sonraları epilepsiden akciğer hastalıklarına ve dizanteriye kadar şifa kaynağı olarak görülen bir ilaç olarak tüketilmiştir. Aynı zamanda Lu Yu tarafından yazılan *Çayın Kitabı* ile sekizinci yüzyılda popülerlik kazanmaya başlamıştır (Civitello, 2019, s. 305-306). Ancak bir bardak çay, çayın konulduğu kap-kacaktan çayın niteliğine kadar hem tüm dünyada hem de aynı ülke¹⁸ içerisinde farklı özelliklere sahip çeşitleri vardır. Fas'ın naneli yeşil çayı, Japonya'nın matcha çayı, İngiltere'deki sütlü çay, Tayvan'daki sütlü inci çayı, Pakistan'daki baharatlı masala, Arjantin'deki mate ve siyah çay yapraklarının demlenmesiyle oluşan Türk çayı¹⁹ olmak üzere daha örneklerini çoğaltabileceğimiz birçok içecek, çay olarak nitelendirilse de ülkelerin hem coğrafyası hem de kültürü bir yiyeceğe veya içeceğe otantiklik katıp diğer kültürlerden farklılaşmasına sebep olmaktadır.

Yemek seçimleri, bireylerin salt kendi tercihlerinin bir ürünü değildir. Doğdukları çevre, sosyalleşme sürecini geçirdiği ortam gibi birçok maddi ve manevi unsurun birleşiminden oluşan imgelerin bir bütünüdür. Ichijo ve Ranta bu imgelerin oluşumunda kamu sektörünün baskın rolünün haricinde sosyal girişimlerden medya faaliyetlerine ve özel sektöre kadar toplumdaki birçok kurum ve kuruluş yemek imgelerinin inşa edilip yeniden üretilmesinde söz sahibidir. Bu ise resmi/yukarıdan aşağıya yemek kültürünün oluşum sürecini en önemli parçasını oluşturmaktadır (Ichijo & Ranta, 2018, s. 22). Ulus inşa süreci içerisinde Japonya'daki pirinç politikası bunun önemli örneklerinden biridir. 1868 yılındaki darbe sonrası Japon

fırlattı. Bu olaydan sonra gözkapakları kök salıp çay bitkisi filizlendi. Çay yaprağının gözkapığına benzer yapısı ve içerisindeki tein maddesi ile uyku açıcı özellik göstermesi, bu şekilde bir efsanenin öne ortaya çıkmasına neden olmuştur (Civitello, 2019, s. 306).

¹⁸ Çay denildiği zaman ilk akla gelen ülkelerin başında gelen Çin'de fermentasyon derecelerine ve karışımlarına göre pek çok farklılık çay çeşidi bulunmaktadır. En eski ve popüler olan *yeşil çay* iken; tamamen oksitlenerek üretilen ve dünyada en çok kabul gören *siyah çay*; imparatorlara sunulan hükümdarlığın rengini alan *sarı çay*; fermente edilmeden üretilen *beyaz çay* ve *oolong çayı* (mavi çay); oksidasyon yerine altı farklı işleme tabii tutularak üretilen *koyu çay*; 2000 yılı aşkın tarihiyle en eski tarihe sahip *koyu çayı* bir versiyonu olan *pu'er çayı* Çin'de üretilen ve kültürel bir gelenek haline gelen çay çeşitlerinden bazılarıdır. <https://www.chinahighlights.com/travelguide/chinese-tea/tea-classification.htm>

¹⁹Türkiye'nin Darüsselam Büyükelçisi Mehmet Güllüoğlu Turkish Cuisine Week kapsamında paylaştığı gönderideki “Biz seviniriz çay içeriz, üzülürüz çay içeriz, sabah uyanınca çay içeriz, akşam yemekten sonra çay içeriz, misafirle çay içeriz, baş başa kalınca çay içeriz, yorulunca çay içeriz, kışın ısınmak için yazın harareti alsın diye çay içeriz.” ifadeleri ile Türk toplumunun çay ile olan ilişkisini hem kısa hem kapsayıcı bir şekilde anlatmıştır. https://www.instagram.com/p/CeCR4K-DkIa/?utm_source=ig_web_copy_link

toplumunu modernleştirmek adı atılan adımlardan en önemlisi Meiji hkmetinin “lkeyi zenginleştirmek, askeriyei güçlendirmek” mottosuyla somutlaşmıştır (Takeda, 2008, aktaran Ichijo & Ranta, 2018, s. 122). Askeriyei güçlendirmek ve savaşlardaki kayıpları azaltmak adına yapılan modernizasyon adımlarından en dikkat çekenini ise merkezi bir ordunun kurulması için zorunlu askerlik uygulamasının getirilmesidir. Zorunlu askerliğin belirli bir süre dahi olsa ülkenin her yerinden gelen bireyleri homojenize etmesi, askerlik görevi bitince öğrendikleri yenilikleri evlerine taşması sebep olmuştur. Bu yeniliklerden en önemlisi ise askerlerin beslenmesine etin dahil edilmesidir. Hkmetin yukarıdan aşağı milliyetçilik özelinde zorunlu askerliği kullanarak, halkın et tüketimini yaygınlaştırmayı hedeflemiştir. Çünkü alınan yenilgiler ve askeri alandaki başarısızlıkların sebebi olarak pirinç görülmüştür. Batılı askerlerin et temelli beslenmesinin sağladığı kalori ve kuvvet, pirinçte bulunmamaktadır. Batılı askerlerle mücadele etmek için batılı gibi beslenmeyi hedefleyen bu yeni dönemde pirinç temelli beslenmeye devlet eliyle et dahil edilmiştir. Ancak etin maliyetinin yüksek olup halkın ulaşımının zor olması devletin hem ordunun ihtiyaının karşılanması hem de halkın arzını arttırması için pirinç üretimini teşvik etmesiyle sonuçlanmıştır. Aşağıdan yukarıya /gayri resmi olarak kabul edilen pirinç, Japon hükümeti eliyle hkmet politikasına dönüşmüştür. 2. Dünya Savaşı döneminde ise devlet eliyle kurumsallaşan pirinç kontrol sistemi ile küreselleşme karşısında yerli pirincin Japon halkı tarafından desteklenmesi ve milli benliklerinin bir parçası olmasına sebep olmuştur. 2. Dünya Savaşından sonraki dönemde ise askeri yenilginin Japon askerlerin zayıf beden gücüne bağlandığı Japon beslenme rejimine kırmızı et hariç ucuz ve erişilebilir olduğu için balina eti dahil edilmiştir. Ancak Japon kimliğinin değişmez sembolik gücü olarak pirinç, her zaman önemini ve değerini korumaktadır (Ichijo & Ranta, 2018).

Devletlerin lke genelinde yukarıdan aşağı uyguladıkları gıda politikaları; ulusal sınırlar içerisinde ortak bir yemek kültürünün oluşturulmasına, ülkelerin gıda ithalat kurallarından, havaalanlarındaki gıda taşıma kurallarına, market raflarından, sağlık-sağlıksız yiyecek ayırımına kadar birçok faktörün belirlenmesinde etkilidir.

Birçok ülke²⁰ tarafından yasaklı madde kategorisinde olan esrar, Netflix de yayınlanan *Cooked with Cannabis* programında normal bir yemek programı gibi izleyicilere sunulup kenevir bitkisi ile çeşitli yemekler ve pastalara ait tarifler paylaşılmaktadır. Bu ise yemek yemenin ve yasaklı madde sınıflandırması gibi evrensel eylemlerin bazı istisnai uygulamaları olduğunu gözler önüne sermektedir.

Ulusal yemek kültürünün uluslararası alandaki marka değerinin öneminin vurgulanmasına dair ortaya çıkan kavramlardan biri de *gastro-diplomasıdır*. Bu kavram ilk olarak 2002 yılında The Economist dergisinde yayınlanan *Thailand's gastro-diplomacy, Like the cuisine, like the country* adlı makalede kullanılmıştır. Tayland hükümeti tarafından Thai mutfağına olan ilginin keşfedilmesi üzerine Global Thai planı olarak adlandırılan bir eylem planı çerçevesinde hem daha fazla turist çekmek hem de ülkelerarası ilişkilerin gelişmesine katkı sağlamak adına Tayland mutfağının küresel olarak tanıtılmasını hedeflemiştir (Thailand's gastro-diplomacy, Like the cuisine, like the country, 2002). Ichijo ve Ranta'ya göre gastro-diplomasi, “*Politik, diplomatik ve ticari nedenlerden dolayı ulus devletler tarafından ulusal yemek markalarının inşası ve yeniden üretimleri*” olarak tanımlanmıştır (2018, s. 25). Gastro-diplomasi, ulusal yemek kültürünü kendi sınırlarını aşarak belirli standardizasyon çerçevesinde öz değerlerinin korunmasını sağlarken diğer taraftan da yumuşak güç unsuru olarak bir ihracat nesnesi haline gelmektedir. Kimi zaman ülkeler arasında rekabetlere ve sahiplenme yarışlarına sebep olsa da yerel kültürlerin global ölçekte tanınması ve korunması bağlamında değerlidir.

Yemek kültürünün üçüncü boyutunu oluşturan küresel ölçek, yemek kültürünün otantikliğinin korunması ve fikri mülkiyetine sahip çıkılması adına uluslararası kriterlerin belirlenmesini içermektedir. Bu ise yerel üreticilerden çokuluslu firmalara kadar birçok unsurun katıldığı uluslararası tanınma, markalaşma ve standardizasyon faaliyetlerini içermektedir.

Ulus devletin siyasi sınırlar içerisinde tanımlanması aynı coğrafyayı paylaştığı, tarihten gelen göç, savaş ve fetihler yoluyla komşu devletlerle olan etkileşimin

²⁰ Bağımlılık yapıcı maddelere karşı uygulanan sıfır tolerans gereğince Cooked with Cannabis programı Singapur'da yayından kaldırılmıştır. Haberin detayı için bkz. <https://www.channelnewsasia.com/singapore/netflix-removed-cooking-with-cannabis-have-a-good-trip-294206>

birden yok olmasına sebep olmamıştır. Benzer coğrafyaların ürünleriyle tabağa konan her yemeğin o ulusa ait olarak tanımlamak, ülkeler arası sahiplenme yarışına sebep olmaktadır. Michaela DeSoucey (2010) *gastro-milliyetçilik* kavramını yemeğe dair pişirme yöntemlerinden sundukları gereçlere ve tüketim yöntemlerine kadar ulusal mutfak norm ve değerlerinin sürdürülebilir olması adına ulusal hakların korunmasını da içeren geniş bir çerçevede tanımlamıştır. Kavram, sadece diğer uluslar tarafından yemeğe yapılan saldırıları değil topyekûn ulusun kültür ve mirasını da hedef alan bir nitelermeyi içermektedir. Bu kavramı ilk olarak 2000 ve 2002 yıllarındaki bölgesel konferanslarında Swart kullansa da terimin popüler hale gelmesi DeSoucey'nin *Gastro-nationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union* makalesi ile olmuştur. Gastro-milliyetçilik, küreselleşmenin homojenleştirici etkisi karşısında yeni bir kimlik siyaseti biçimidir. Yemek, kültürü ve kimliği hem maddi hem de politik olarak şekillendirici bir etkiye sahiptir. Bu sebeple yemekleri meydana getiren maddi, ticari ve kurumsal tüm süreçleri kapsayan gastro-milliyetçilik; bir bütün olarak sosyo-kültürel özellikleri ile yemeği siyasetin alanına dahil etmektedir. Bu aynı zamanda yemeği sembolik sınırlar dahilinde devletler tarafından korunması ve savunulması gereken bir imge haline getirmektedir.

DeSoucey, yiyeceğe gastro-milliyetçilik kavramını çerçevesinde banal milliyetçilik üzerinden ulusçu bir anlam yüklemektedir. Gastro-milliyetçilikle hem maddi hem de sembolik anlamı olan yemeğin, devlet ile uluslararası kuruluşlar arasındaki etkileşimini anlamaya yönelik alternatif bir yaklaşım sağlama hedefi gütmektedir (Ichijo, 2020, s. 8). İsrail’de yeni bir Yahudi kimliği oluşturmak adına gıda üretimi ve beslenme alışkanlıklarındaki değişimin gözlemlendiği yemeklerden olan humusun (Ichijo & Ranta, 2018, s. 77) Filistin ve diğer Orta Doğu ülkeleri arasındaki sahiplenme yarışı, helal hamburgerin menülerde yer almasıyla Fransız kimlik ideallerine aykırı olarak tanımlanıp ötekileştirilmesi (Wright & Annes, 2013) ve Türkiye ile Yunanistan arasındaki baklava, yoğurt, cacık, dolma ve döner gibi birçok yiyecek ve içecekteki aidiyet tartışmaları ulusal mutfağın korumasını ulusal kimliğin korumasıyla eş olarak görüldüğünün bir göstergesidir.

Uluslararası alanda yeme-içme kültürüne dair en önemli girişimlerden biri de Avrupa Birliği çatısı altındaki “*Koruma Altına Alınan Coğrafi Statü*” uygulamasıdır.

Bu çerçevede yalnızca belli bir ülke veya bölge menşeli üretim, gıda veya besin ürünlerini korunması ve tescil edilmesi (Ichijo & Ranta, 2018, s. 27) hedeflenmektedir. Türkiye’de ise Türk Patent ve Marka Kurumu aracılığıyla verilen coğrafi işaret²¹ ile yerel ürünlerin marka değerinin korunması ve sürdürülebilir olması hedeflenmektedir. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescil edilen ürünler yine aynı kurum aracılığıyla Avrupa Komisyonuna gönderilerek dünyada çapında tescil alması sağlanmaktadır. Ayrıca 2020 yılında Coğrafi İşaretlerin Güçlendirilmesi (Strengthening Geographical Indications) konulu konferansta alınan karar uyarınca gerek AB içerisindeki gerekse de AB dışındaki ülkelerdeki coğrafi işaretleri kapsayan tek ve geniş bir veri tabanı olan *GIview*²² hayata geçirilmiştir. Bu sayede ülkeler çapında hem üretici hem tüketici hem de fikri mülkiyet uzmanları tarafından kaynak bir veri tabanı oluşturulmuştur (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018).

Dünyanın küçük bir köy haline gelmesi, teknolojik ilerlemelerle birlikte ulaşım ve iletişim sistemlerini gelişmesi ulus-devlet sınırları daha geçirgen hale getirmiştir. Deniz, kara ve hava sınırları açısından komşu ülkeler içerisinde çeşitli çatışmaların olduğu günümüzde, dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan siyasi, sosyal, ekonomik, halk sağlığı veya iklim değişikliği krizi, kelebek etkisi ile tüm ulusları etkilemektedir. Küresel ticarete merkez ve çevre ülkelerin dünyanın farklı noktaların yer alması ve ticarete kullanılan güzergahların belirli bir rotayı izlemesi özellikle yaşanan siyasi krizlerde ülkelerin mutfak kültürlerini²³ de derinden etkilemektedir.

²¹ Coğrafi işaret; ürünlerin karakteristik özellikleri ile doğdukları coğrafyaların özdeşleşmesine imkân sağlayan, ürünlerin korunması ve sürdürülebilirliğine katkı sağlayan kalite işaretidir. Ürünlerin bulunduğu yöreyle özdeşlik kurmasını sağlayan coğrafi işaret hem ulusal hem de uluslararası alanda ürünlerin değerinin korunmasına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret sadece gıda ve tarım ürünlerini kapsamamakta aynı zamanda el sanatları, maden ve sanayi ürünlerini de kapsayan geniş bir çerçevede uygulanmaktadır. bkz. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Fafi-i%C5%9Faret-nedir>

²² Türkiye’den en son Kasım 2023 tarihi itibarıyla “Şanlıurfa Keten Köyneği Fıstığı” tescil edilmiştir. Ayrıca Gaziantep baklavası, Afyon pastırması, Gemlik zeytini, Malatya kayısı gibi birçok üründe AB Komisyonu tarafından tescil almıştır. Tescil alan bu ve diğer ürünler için bkz. <https://www.tmdn.org/giview/gi/search>

GIview ve Avrupa Birliğindeki coğrafi işaret hakkında detaylı bilgi için bkz. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/avrupa-birli%C4%9Finde-co%C4%9Fafi-i%C5%9Faret>

²³Balık ve patates kızartması (fish and chips), İngiltere’nin en ünlü ve en temel yemeklerinden biridir. Ancak tükettiği balığın üçte birini Rusya’dan ithal eden İngiltere; Rusya’nın Ukrayna’yı işgali sonrası Avrupa ülkelerinden yapılan yaptırımlara karşılık olarak ülkesinden ithal edilen deniz ürünlerine %35 vergi koyması ve en büyük yağ ihracatçısı olan Ukrayna’dan yapılan ticaretin sektöre uğraması ile bu

Tedarik zincirinde yaşanan sıkıntılar ve küresel ticaretin aksaması açlık, kıtlık ve gıda enflasyonu gibi birçok soruna sebep olurken aynı zamanda bireylerin yemek tercihlerini de etkilemektedir. Bu durum ise devletlerin sosyo-ekonomik ve siyasi krizlerle baş başa kalmasına sebep olmaktadır. Hem tarih boyunca hem de günümüzde ulusların yemek kültürlerinde değişim yaşanmaktadır. Yaşanan kıtlıklar toplumun mutfak kültürünü etkilediği gibi üretim fazlası ürünlerde²⁴ yemek kültürüne etki etmektedir. Bu durum yemeğin kökleşmiş bir kültürel geleneğin ürünü olmasıyla statik, çevresel koşullara göre değişime uğramasıyla ise dinamik bir yönünün olduğunu göstermektedir.



yemeğin geleceğini tehlikeye girmektedir. Üreticinin maliyetlerinin artması balık ve patates kızartmasının fiyatını artmasına sebep olurken yaşanan enflasyon ise halkın alım gücünü kısıtlamaktadır. Bu ise birçok balık ve patates kızartması satan dükkânın kapanmasına ve herkesin kolayca satın alabileceğin ünlü İngiliz yemeği balık ve patates kızartmasını lüks konumuna getirmektedir. <https://www.express.co.uk/news/uk/1646341/russia-war-fish-and-chips-cost-of-living-crisis-prices-inflation>

²⁴ Türkiye 1987 yılında ürettiği yeşil mercimeği yeterince ihraç edememesi elde büyük miktarda arz fazlasına sebep olmuştur. Bu durum sonrası stokları eritmek adına yeşil mercimeğin çorbasından tatlısına kadar birçok alanda kullanılabilecek tariflerle halkın tüketmesi sağlanmıştır. <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/1987-yilinda-mercimek-kampanyasi-yapilmisti-5331839>

2022 yılında ise Avustralya’da yaşanan avokado üretiminin fazlalığı ve ihracatın yeterli olmaması sebebiyle halkın daha fazla avokado tüketmesi teşvik edilmiştir. https://www.abc.net.au/news/rural/2022-06-22/industry-calls-on-consumers-eat-more-avocados-oversupply-crisis/101167144?utm_campaign=abc_news_web&utm_content=link&utm_medium=content_shared&utm_source=abc_news_web

3. BULGULAR VE YORUM

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri ve Bulgulara Ait Temalar

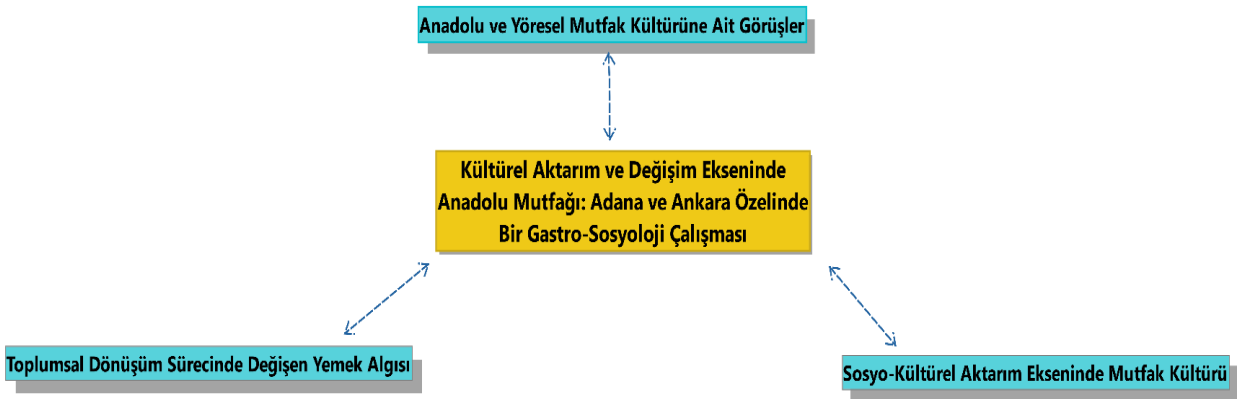
Çalışmaya katkı sağlayan toplam 36 katılımcının 20'si kadın 16'sı ise erkektir. Şehirler özelinde değerlendirildiğinde ise Adana'da görüşülen 22 kişinin 12'si kadın, 10'u erkek katılımcılar olurken Ankara'daki 14 katılımcının 8'i kadın, 6'sı erkektir. Araştırmanın kapsamı gereği katılımcılar için belirlenen yaş alt sınırı 25'tir. Bu sebeple çalışmaya katılan katılımcıların yaşları 25 ile 63 yaş arasında değişiklik göstermektedir. Eğitim durumları incelendiğinde ise katılımcılardan 7'si ilkokul, 10'u lise, 3'ü ön lisans, 10'u lisans, 5'i yüksek lisans ve 1'i de doktora seviyesinde eğitim düzeyine sahiptir. Çalışmaya katılanların 12'si ev hanımı, 5'i öğretmen, 2'si öğrenci, 2'si mühendis, 2'si fırıncı, 3'ü işletmeci, birer kişide veteriner hekim, aşçı, teknik uzman, sosyal çalışmacı, aktar, öğretim üyesi, tatlıcı, sigortacı, kebabçı olup bir kişi de çalışmamaktadır. Doğrudan anlatım yöntemi kullanılarak görüşmeler esnasında elde edilen verilerin araştırmaya eklenmiştir. 36 katılımcıya ait demografik bilgiler Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Şehir
Katılımcı 1	Kadın	31	Lisans	Öğretmen	Ankara
Katılımcı 2	Kadın	25	Lisans	Veteriner Hekim	Ankara
Katılımcı 3	Kadın	46	Lise	Ev Hanımı	Ankara
Katılımcı 4	Kadın	46	İlkokul	Ev Hanımı	Ankara
Katılımcı 5	Kadın	47	Ön Lisans	Ev Hanımı	Ankara
Katılımcı 6	Erkek	25	Yüksek Lisans	Öğrenci	Ankara
Katılımcı 7	Kadın	46	Yüksek Lisans	Öğretmen	Ankara
Katılımcı 8	Erkek	40	Lise	Aşçı	Ankara
Katılımcı 9	Erkek	42	İlkokul	Teknik Uzman	Ankara
Katılımcı 10	Erkek	25	Lisans	Öğrenci	Ankara
Katılımcı 11	Erkek	50	Doktora	Öğretim Üyesi	Ankara
Katılımcı 12	Kadın	29	Yüksek Lisans	Sosyal Çalışmacı	Ankara

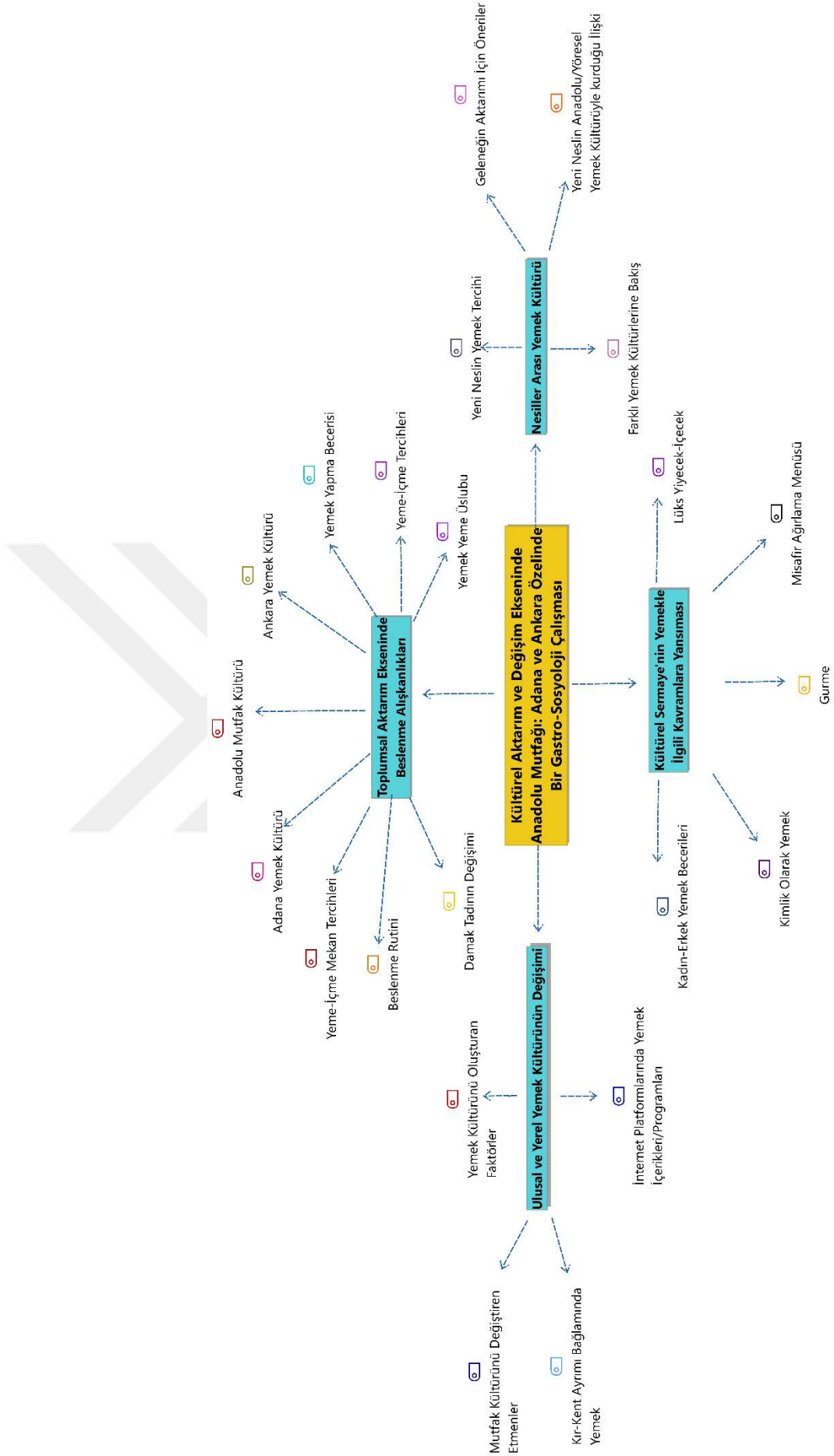
Katılımcı 13	Kadın	44	Lise	Ev Hanımı (Yemek Sayfası Sahibi/Instagram)	Ankara
Katılımcı 14	Erkek	29	Yüksek Lisans	Mühendis	Ankara
Katılımcı 15	Kadın	27	Lisans	Ziraat Mühendisi	Adana
Katılımcı 16	Kadın	51	Lise	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 17	Erkek	55	Lisans	Aktar	Adana
Katılımcı 18	Kadın	56	Lise	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 19	Kadın	60	İlkokul	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 20	Erkek	43	Ön Lisans	İşletmeci	Adana
Katılımcı 21	Kadın	33	Lisans	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 22	Erkek	45	Lise	Esnaf	Adana
Katılımcı 23	Erkek	32	Lisans	Döner İşletmecisi	Adana
Katılımcı 24	Erkek	43	Lise	Tatlıcı	Adana
Katılımcı 25	Kadın	40	Yüksek Lisans	Sigortacı	Adana
Katılımcı 26	Erkek	47	İlkokul	İşletmeci	Adana
Katılımcı 27	Erkek	53	Lise	Fırıncı	Adana
Katılımcı 28	Erkek	58	İlkokul	Kebapçı	Adana
Katılımcı 29	Erkek	63	İlkokul	Fırıncı	Adana
Katılımcı 30	Kadın	55	Ön Lisans	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 31	Kadın	26	Lisans	Öğretmen	Adana
Katılımcı 32	Kadın	44	İlkokul	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 33	Kadın	25	Lisans	Öğretmen	Adana
Katılımcı 34	Kadın	25	Lise	Çalışmıyor	Adana
Katılımcı 35	Kadın	57	Lise	Ev Hanımı	Adana
Katılımcı 36	Erkek	30	Lisans	Öğretmen	Adana

Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerine ait görüşler, sosyo-kültürel aktarım ekseninde mutfak kültürü ve toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı olmak üzere çalışmanın üç ana teması bulunmaktadır.



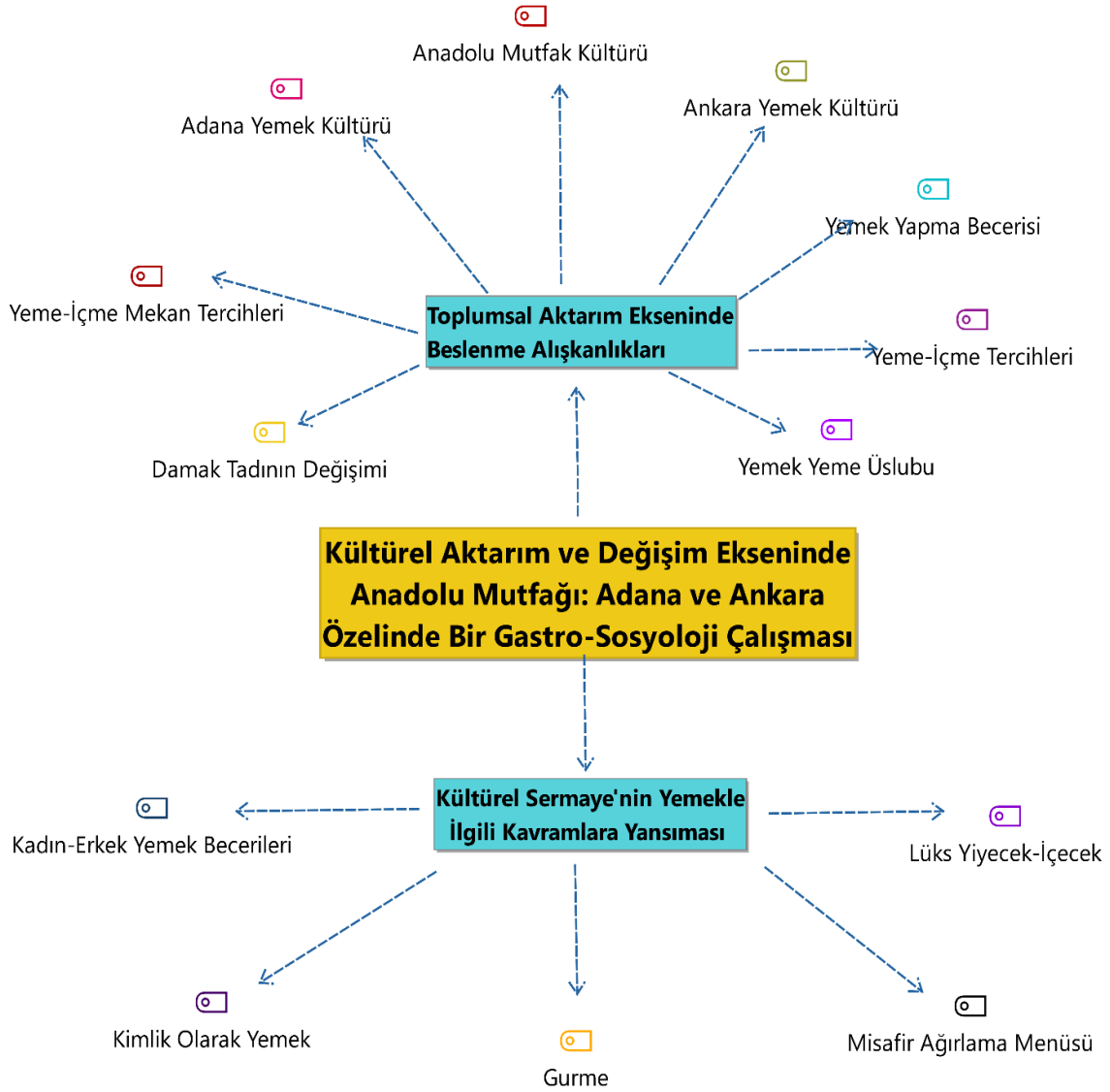
Şekil 1: Kültürel Aktarım ve Değişim Ekseninde Anadolu Mutfağı: Adana ve Ankara Özelinde Bir Gastro-Sosyoloji Çalışması adlı çalışmaya ait temalar

Araştırmanın ilk teması olan Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne ait görüşler kısmında katılımcıların beslenme alışkanları ve yeme-içme tercihlerine dair görüşleri alınırken aynı zaman da yemek yapma becerilerine dair ve kültürel sermayelerini ortaya çıkarmaya yönelik belli başlı sorular yöneltilmiştir. Toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı teması etrafında ise hem ulusal hem de yerel mutfak kültürünü oluşturan etmenler ve bunun hem sosyal değişme hem teknolojik gelişmeler ışığında değişiminin gözlenmesi hedeflenmiştir. Sosyo-kültürel aktarım ekseninde mutfak kültürü bölümünde ise katılımcıların farklı ülke mutfaklarına ait görüşleri ele alınırken, aynı zamanda özellikle Z kuşağındaki bireylerin yemek tercihlerine ait düşünceleri öğrenilmiş ve mutfak kültürünün aktarımı için katılımcıların önerileri üzerinde durulmuştur.



Şekil 2: Çalışmaya ait kategoriler ve kodlar

4.2. Anadolu ve Yöresel Mutfak Kültürüne Ait Görüşler



Şekil 3: Anadolu ve Yöresel Mutfak Kültürüne Ait Görüşler temasına ait kategoriler ve kodlar

Çalışmanın ilk teması olan Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne ait görüşler çerçevesinde tanımlanan kodlar Şekil 3'te gösterilmiştir. Bu temadaki toplumsal aktarım ekseninde yemek tercihleri kategorisi altında; Anadolu mutfak kültürü, Adana mutfak kültürü, Ankara mutfak kültürü, yemek yapma becerisi, yeme-içme tercihleri, yemek yeme üslubu, yeme-içme mekan tercihleri, damak tadı değişimi kodları belirlenirken; kültürel sermayenin yemekle ilgili kavramlara yansıması kategorisi altında ise kadın-erkek yemek yapma becerileri, kimlik olarak yemek,

gurme, misafir ağırlama menüsü, lüks yiyecek-içecek kodları olmak üzere toplam 13 kod belirlenmiştir.

Anadolu yemekleri tarihsel süreç içerisinde; kültür, inanç ve sosyal yapıdaki değişimin yanı sıra coğrafi niteliklere bağlı olarak çeşitli farklılıklara ev sahipliği yapmaktadır. Zengin kültürel hazinesiyle hayvansal ürün ve tarım ürünlerine dayalı Anadolu mutfaklarının diğer mutfaklardan ayıran genel özellikleri; zengin yemek çeşitliliğinin yanı sıra hamur işleri, pilavlar ve özellikle ekmeğin sofrada önemli bir yere sahip olması, kebabların yanı sıra kırmızı etin yahni gibi tencere yemeklerinde de sıklıkla kullanılması, çorba kültürünün varlığı, yoğurdun hem tek başına hem de içecek ve yemeklerde kullanılması, çeşitli sebzelerin et, soğan, salça veya domatesle yaygın bir şekilde pişirilmesi, tereyağı, içyağı, kuyruk yağı ve zeytinyağı gibi farklı yağların kullanımıdır (Güler, 2007, s. 21-22; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2011, s. 446-447). Kırsal bölgelerde kendiliğinden yetişen ot, mantar, kekik vb. birçok besin çeşidi ise yöresel değerlerin başında gelmektedir. Aynı zamanda çorbalarda, köftelerde ve çeşitli pilav çeşitlerinde tahıllar başat öneme sahiptir. Bulgur ise en çok tüketilen tahılların başında gelmektedir. Türkiye'nin bulunduğu konum itibarıyla Orta Asya ve Arap kültürlerinin etkisiyle yemeklerde baharat kullanımı fazladır. Hoşaf, komposto, şerbet gibi içecekler ve başta şeker olmak üzere pekmezle yapılan tatlılarda Anadolu mutfaklarında önemli bir yere sahiptir. Batıda çeşitli mutfaklardan yer alan yemeklerin yanındaki soslara Anadolu mutfaklarında rastlanılmamaktadır. Ancak son yıllarda füzyon mutfaklarının da etkisiyle yemeklerin yanında çeşitli soslar da servis edilmeye başlanmıştır. Aynı zamanda son yıllarda bir değişim gözlenirse de Anadolu mutfak kültüründe sunumdan çok lezzete önem verilmektedir (Özdemir ve Kınay, 2004; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008; Önçel, 2015, s. 35; Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014, s. 26). Hem Anadolu mutfaklarının genelinde hem de yöresel mutfak bazında ağırlıkları değişmekle birlikte özellikle kırmızı etin yemek kültüründe önemli bir yeri vardır. Yöresel mutfak kültürü ve damak tatları özelinde değerlendirildiğinde sebze yemekleri bazı bölgelerde zeytinyağlı olarak pişirilirken; Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da salçalı ve etli olarak da pişirilmektedir. Bu ise yemeğin ana malzemesi aynı olsa da farklı mutfak kültürlerinde, farklı türden yemeklere dönüşmesini sağlamak ve böylece yöresel yemek çeşitliliğini arttırmaktadır. Mutfak kültüründe var olan bu çeşitlilikte Türkiye'deki farklı

bölgelerin yaşadığı siyasi ve sosyal değişimin etkisi yadsınamaz. Ancak tarihsel olarak bölgesel coğrafi şartların imkan verdiği ölçüde bireylerin mutfak kültürünü inşa etmesi günümüze kadar gelen yemek kültürünün kimlik haline dönüşmesinde etkilidir.

Mutfak kültürü, tarihsel ve toplumsal koşullarla birlikte sosyal hayata dair maddi ve manevi unsurlardan etkilenen, yeme-içme kültürünün bir bütünüdür. Yöresel mutfak kültürü, bir yöreye veya bölgeye ait grubun, halkın ya da milletin geçmişten günümüze kimliği özdeşleşerek ortaya çıkan yemek, adet, görenek, mutfak araç-gereçlerini de kapsayan mahalli bir nitelik taşımaktadır. (Nummedal ve Hall, 2006). Anadolu; farklı din, inanç, kültür, gelenek ve yaşayışa sahip bir birçok topluma ev sahipliği yapanengin bir coğrafyadır. Yaşadığı toplumlardan izleri içerisinde barındıran Anadolu topraklarında evlilik, doğum, ölüm, bayram veya bereket/yağmur duası vb. gibi toplumsal hayatta var olan özel günlerin ve tören nitelikli kutlamaların mutfak ve yemek kültürünün oluşumunda önemli bir yeri vardır. Yaşayış ve değer pratikleri doğrultusunda şekillenen yemek kültürü yöresel değerlerin zenginliği nispetince mahalli bir kültür olarak gelecek nesle aktarılmaktadır. Adana yöresel mutfağına ait doğumla ilgili olan ballı çerez, yağlı ballı, kaynar; düğünlerde ikram edilen yüksük çorbası, ekşili köfte; cenaze evlerinde yedi/kırk/elli iki yemeği; bayramlarda kömbe, namaz çorbası önemli günlerde yapılan yemeklerden başlıcalarıdır (Artun, 2001). Ayrıca şalgam, aşılama karakuş tatlısı, karsambaç, bici bici, taş kadayıf ve halka tatlı; mumbar dolması, analıkızlı, içli köfte, sıkma, küncülü ekmek ve Adana kebabı gibi birçok lezzet de yöresel mutfakta yerini almaktadır (Arslantaş, 2020). Türkiye'nin başkentine ev sahipliği yapan Ankara ise tarihsel süreçte içerisinde farklı medeniyetlere yurt olan kadim şehirlerden biridir. İç Anadolu kültürünün önemli temsilcilerinden olan Ankara'da da Anadolu'nun genelinden hakim olan tarım ve hayvancılık kaynaklı bir beslenme kültürü meydana gelmiştir. Ankara tavaşı ve simidi, Beypazarı güveci ve kurusu, toyga çorbası, efelek sarması, yalancı dolma, bazlama kebabı, Çubuk turşusu, tamtak tiridi, yemlik cacığı, entekke böreği, öllüğün körü, kultudüğün usulü hoşmerim gibi tatlısından tuzlusuna birçok yemek çeşidi mevcuttur (ABB, 2020).

Anadolu ve yöresel mutfak kültürüyle harmanlanan toplum, yeme-içme tercihlerinde de etkin bir şekilde bu kültürel mirastan beslenmektedir. Yemek

tercihlerinde ailenin ve geleneğin önemine vurgu yapan katılımcı, özellikle et ve hamur işiyle arasının iyi olmasını hem ebeveynlerinin hem de akrabalarının ve çevresindeki kişilerin bu konudaki etkisine olduğu bağlamaktadır. Yeni evli olan bu katılımcı, eşinin ve eşinin ailesinin de kendi damak tadına benzer tatları sevmesini önemli gördüğünü şu şekilde ifade etmektedir:

Genelde et ağırlıklı besleniyoruz biz. Bizim orada da yani genelde sebze yemeği bile yapsak içinde muhakkak et olur, kıyma olur. Sebzeyi de yesek etli yeriz hani genelde et olur. Onun dışında da ekmeği seviyoruz, hamur işi şeyleri de seviyoruz. (...) Ailede ise benim babam, annem sadece sebze yemeği yaptığında hani akşam atıyorum sadece bir ıspanak var yemekte bir de çorba. Babam, o yemeği yemek olarak görmez. Karnım doymadı der akşam altıda yedide yiyorsak o yemeği dokuz gibi tekrar acıkır. Akşam ne yedik ki der. Ailede de onu gördüm ve sevdim eti. Sadece kendi birinci derece annem babam değil dayılarım, amcalarım falan herkes için öyle. Ben hiç etrafımda böyle sebze seven insan tanımadım gerçekten yok yani. Kendi ailemden bahsediyorum ne bileyim sebzeye düşkün olan, vejetaryen olan öyle bir insanla karşılaşmadım. (...) Hep onu gördüm çünkü ailemde de hani o şekilde yemek yapıldı, hep onu duydum. Şimdi evlendim, eşimde aynı şekilde onun ailesi de aynı şekilde yemek yiyoruz. Özellikle eşim fırında yaptığım pirzola bir yemek var onu çok sever. Yemek zevklerimiz birbirine çok benzer o noktada (G12K, 29, Ankara).

Toplumsallaşma sürecinin geçirildiği çevre, bireylerin bazı besin gruplarına karşı olan ilgisi ve yemek tercihlerinin önemli bir belirleyicisidir. Evde, bir mutfak ve yemek pişirme kültürünün olması hem geleneğin aktarımında hem de yöresel mutfak kültürünün devamı için değerlidir. Aynı zamanda beslenme alışkanlıkları da bu doğrultuda oluşmaktadır. Adana'da görüşülen katılımcıların birçoğu için özellikle kırmızı et ve kırmızı etli yemeklerin sıklıkla tercih edilen bir besin grubu olduğu görülmektedir. Aynı zamanda askerlik gibi belirli bir süre kendi tercihlerinden bağımsız bir şekilde beslenmek, daha önce sevilmeyen veya önyargı ile yaklaşılan yiyeceklerin tadılmasına imkân sağlayarak, yeme-içme tercihlerini etkilemiştir. Görüşme yapılan katılımcılardan biri, yaşadığı deneyim özelinde bu hususa şöyle dikkat çekmektedir:

Hepsinden kararınca diyelim. Eti de severim. Sebzeyi de severim. Ama eti, et yemeklerini sebze yemeklerinden önde tutarım. Adanalıyız eti severiz yani. (...) Mesela zeytinyağlı yeşil fasulye yaptığında gece muhakkak kalkar yemek yerim ya da pırasa yapıldığında gece kalkar bir şeyler atıştırırım, vücut istiyor. Sadece sebze yemeği olunca ne bileyim sanki tam doymuyorum. (...) Kuru fasulye ile pek aram yoktu. Şimdi haftada iki defa yapsalar yerim.

Yani bakliyat grubuna karşı biraz soğuktum. (...) Yok aslında annem bu yemekleri her zaman yapardı. Ben içinden ayıklar yerdim. (...) Askerliğin büyük etkisi oldu diyebilirim damak tadımın değişmesinde. 15 ay boyunca orada çıkan bakliyatlı yemekleri yiye yiye insan hem alışıyor hem anne yemeğini arıyor. Askerden önce annem etli nohut yapardı. Etini seçerdim gerisini yemezdim. Şimdi affetmiyorum, seviyorum nohutu (G20E, 43, Adana).

İnsanın kişiliğinin ve kimliğinin şekillenmesinde kritik evrelerden biri olan çocukluktan ergenlik dönemine kadarki süreç içerisinde sevdiği veya sevmediği tatların olması mümkündür. Ancak yetişkinlik dönemi ile hem kazanılan hayat tecrübesi hem de fizyolojik olarak erişkinliğe ulaşmış bir damak tadının kazanılmasıyla yeme-içme tercihleri belirginleşmektedir. Ancak damak tadının değişmez bir niteliği yoktur. Bireylerin yaş alması, farklı kişilerin elinden sevmedikleri yemekleri yemeleri, farklı usullerde yemeklerin pişirilmesi ya da yaşanan sağlık sorunları gibi etmenler yetişkinlik dönemi ve sonrasında da damak tadının değişebileceğinin bir göstergesidir. Bu anlamda damak tadının dinamik bir yönü vardır. Görüşme yapılan katılımcılar biri, bamyaya yemeği üzerinden bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

Ben bekarken, çocukken asla ve asla bamyaya yemezdim. Evlendikten sonra en azından aç kalmayacak kadar yiyorum. (...) Eşim de sever çocuklarımda sever bamyayı. Ondan evde pişiriyorum onlar yesinler diye. Ama ben yine de o kadar sevmiyorum ama aç kalmayacak kadar da yiyorum. Önceden asla tadına bile bakmazdım. Mesela çocukken aşırı derecede kızartmayı severdim. Annem bol yağda patates, patlıcan, biber falan kızartırdı. Üstüne de domatesli bir sos dökerdi, tadından yenmezdi. Ama şu an mesela patates kızartmasına çok rağbet etmiyorum. Ağır geliyor çok yağlı olduğundan dolayı. Herhalde biraz da insan 40 yaşını geçtikten sonra bazı yemeklere karşı damak tadı değişiyor. Şimdi patatesleri kızartmak yerine doğrayıp fırın tepsisinde çok az yağ ile üzerine baharatını koyup harmanlayıp fırında pişiriyorum. Daha sağlıklı ve hafif oluyor. Ama arada çocuklar sevdikleri için dışarda yemesinler diye ocakta da kızartma yapıyorum (G35K, 57, Adana).

Bireylerin doğdukları ev, büyüdükları kültür, sosyal çevre ve daha birçok toplumsal dinamik hem “*ben kimim?*” sorusuna verilen cevaplarda kimliğin bir yansımalarını oluştururken hem de “*ben ne yiyorum?*” sorusunun da temel taşlarını oluşturmaktadır. Evlilik, kadın ve erkeğin irade beyanları ile oluşturdukları bir birliktir. Ancak evlilik, iki kişinin ve ailelerinin hısımlık bağlarının yanı sıra kültürel olarak geleneklerinde ön plana çıktığı bir yapıyı da temsil etmektedir. Eşlerin

evlenmeden önceki hayatlarında kazandıkları damak tatları ve edindikleri yemek tercihleri, yeni kurulan aile birliğinde birbirini destekler ya da birtakım değişiklikleri veya karşılıklı fedakarlıkları da beraberinde getirebilir. Bu anlamda toplumsal etkilerle oluşmuş yeme-içme tercihleri, farklı ülkelere ait yemek kültürlerini tercih edip etmeme noktasında bir kıstas oluştururken, aynı zamanda aynı ülke içerisindeki farklı yöresel yemek kültürlerine karşı tutumda da belirleyici olmaktadır. İç Anadolu kültüründe doğup büyüyen bir katılımcının, Karadeniz kültürüyle büyümüş eşiyle evlendikten sonra ilk zamanlarda yemekle ilgili yaşadıkları sıkıntılara dair aktardıkları bu anlamda kayda değerdir:

Hepsini severim yani sebzeleri de seviyorum, etleri de seviyorum. Zaten bu bölge insanının, Anadolu'nun en genel özelliği etçil yapısıdır. İç Anadolu özellikle et noktasında, çok eti sever yani her şeyin içinde et yoğun olarak bulunur. Sebze yemeği bile pişse içinde et olur. (...) Dolma yapıyorsa etsiz dolmaya yalancı dolma deriz, yalancı dolma artık o dolma değildir, o yalancıdır. (...) Ama et olmazsa doyamam demem ama etsiz de olmuyor. Mesela evlendiğimde, ben Karadeniz kültüründen birisiyle evlendim. Onlar et ağırlıklı beslenmiyorlardı. Onların kültürüne geldiğimde çok zorlandım. Kendimi şey hissettim yani eksik hissettim. Onların yemek kültürüyle bizim yemek kültürümüz çok farklı, şey aç kaldım hatta. Bir süre böyle eşim bisküvi, muz falan getiriyordu bana. Ben onlarla besleniyordum, çünkü doymuyordum. Mesela lahana yemeği onlarda işte çok sulu olur. Genel olarak yemekleri etsiz, yemeklerde yağ çok az ve bu tür yemek düzeni benim kültürel olarak alışmam da ortama uyum sağlamam da ciddi engeldi. Yani yemek de önemli bir öğeydi, yeni evlendiğim kültüre uyum sağlamamı zorlaştıran bir öğelerden biri oldu. (...) Kesinlikle çevrenin yaşadığın yerin önemi var. Çocukken ki evdeki beslenme türlerinin de önemi oluyor. Bizim evde daha çok bulunabilen yiyecekler zeytin-peynirdi. Ben diyet yaptığım ve bozduğumda, yediğim şey peynir-zeytindir. Çünkü o çocukluktan gelen bir şey. Diyetisyene sorduğumda niçin böyle bir şey yapıyorum tatlıyla değil de böyle bozuyorum diyetimi mesela gece açlık krizi geldi ben peynir-zeytin yiyorum diye dedim. O da çocukken alıştığımı, kültürel ve çevresel etkenlerin etkisidir dedi bana. Gerçekten yani dediğim gibi peynir-zeytinle diyet bozan bir tek benim herhalde. (...) Hani tatlı, çikolata deseniz anlarlar da peyniri zeytini anlamak zor. Ama bizim çocukluğumuzda çok çikolata yoktu, tatlı yoktu. Bulduğumuz şey peynir-zeytindi. Demek ki o yüzden damak tadım ona götürüyor beni (G7K, 46, Ankara).

İç Anadolu kültürü etkisi altında büyüyen bu katılımcının Karadeniz kültüründe olan eşiyle evliliğinin başlarında yaşadığı yemek hususundaki sıkıntılar, Adana'da doğup büyüyen ve Karadeniz kültüründen biriyle nişanlanan ve bu bölgeye taşınmayı planlayan aşağıdaki katılımcının yaklaşımına benzer nitelikler

göstermektedir. Birbirine yakın kültürel-yöresel niteliklilere sahip çevrelere ait bireyler için özellikle yemek kültürü anlamında bir ünsiyet kurulması daha muhtemelken, özellikle evlilik ile karşılaşılın yeni kültürel çevrenin mutfığa adapte edilmesi, bireylerin evlilik hayatlarında etkili olmaktadır. Belirtilen katılımcı, yemek kültürü üzerinde toplumsal çevrenin etkisine şöyle dikkat çekmektedir:

Evde gördüğün yemek, çevrenin yemek kültürü etkili tabii ki. Yazın Ordu'ya gelin gideceğim ama oranın yemek kültürü bana tamamen zıt. Benim damak tadım böyle baharatlı yemekler olsun işte ne bileyim etler olsun vesaire hele bir de mutlaka acı olacak öyle yemekleri seçiyorum. Karadeniz'de o kadar acı yok, hiç yemezler. Ama Allah'tan nişanlım yiyebiliyor. Biraz bende onu zorlamış olabilirim ama yiyor sonuç olarak. Biz koyun eti seviyoruz ama onlarda ağırlıklı dana eti hep. (...) Annemlerle kayıinvalidemlere yemeğe gitmiştik. Bize lahmacun yaptırmışlar ama içi sünger gibiydi, sertti. Hiç kuyruk yağı falan yoktu, lezzetli değildi. Sonraki günlerde biz lahmacun yapmaya karar verdik. Soğanı doğramamız için hemen robot çıkardılar. Robotla olmaz ki. Elde doğranacak, o acı suyu çıkarılacak. Emek edilecek yemek için. Bizim lahmacunu bayıla bayıla yediler, farkı gördüler çünkü. (...) Mısır unları var onla ekmek yapıyorlar, çorbaların içine katıyorlar, Akkuş fasulyeleri var, kara lahana çorbası bunlar temel yiyecekleri. Onlar alışkın ama maalesef bana tuhaf geliyor, doymuyorum. Mısır ekmeğinde tat farkı da var. Ekmeği yediğim zaman benim damak tadıma uymadı. Evlendikten sonra da Ordu'da oturacağız. O çevrenin yemek alışkanlıklarına göre dükkanlarda sebze-meyve vesaire satılacak. Ama ben şimdiden annemle anlaştım, özellikle bizim yemekleri yapmam için annem bana kargoyla malzeme yollayacak. Yoksa benim oraya alışmam mümkün değil. Yani kimliğim olmasa böyle olmaz herhâlde. Ondan dolayı yemek yemeyi de seviyorum. Yemek yapmayı da seviyorum. Yedirmeyi de misafir ağırlamayı da seviyorum (G33K, 25, Adana).

Evlilik dolayısıyla Erzurum'dan Ankara'ya taşınan Katılımcı 4, yaklaşık 25 seneden fazladır Ankara'da ikamet etmektedir. Hem kendi ailesindeki büyüklerle bağını koruyan hem de Y ve Z kuşağı olarak tanımlanan yaş grubunda çocuklarının olması, katılımcının kuşaklar arası tecrübelerini aktarması anlamında değerli olmaktadır. Toplumsallaşma sürecini geçirdiği aile ve yaşadığı şehrin yöresel mutfak kültürünü kimliğinin bir parçası haline getiren bireyler özellikle farklı yöresel kültür içerisinde yaşamaya başlamasıyla kendi damak tatlarında birtakım değişikliklerinin yaşanması olasıdır. Bu durum ise daha önce evde kullanılmayan veya alışkın olmadığı besin gruplarının veya yemek türlerinin yeni çevreye uyum sürecinde deneyimlenmesini beraberinde getirmektedir. Ancak toplumsallaşma süreci içerisinde edinilen bazı tatların yeni nesle aktarımında bazı eksikliklere sebep

olmaktadır. Bu anlamda katılımcının sakatat ve peynir üzerinden kendi damak tadı ile çocuklarının damak tatları üzerinden verdiği örnekler, konun anlaşılması açısından önemlidir:

(...) Ben kırmızı eti severim, sakatatı çok severim ama çocuklarım sevmiyor. Herhalde Ankara'da doğdukları için. İkisi seviyor, ikisi sevmiyor aslında. (...) Ben yemeği doğudan almışım ama batıyı da bilirim. Bamyaya mesela ben Erzurum'da hiç bilmezdim. Ben Ankara'ya geldim bamyayı, barbunyayı yemeye başladım. Bizim oralarda çünkü hep kuru fasulye, nohut, mercimek öyle bu tarz şeyler vardı. Evlendikten sonra yani Ankara'ya geldikten sonra mesela zeytinyağını kullandım çünkü aslında genel olarak evlenmeden önce kuyruk yağları böyle iç yağlarıyla falan yemekler yapılırdı evde. (...) Mesela ben Erzurum'un peynirini, yağını çok severim ama çocuklarım sevmiyor ağır geliyor onlara. Bana da buranın ki tatsız tuzsuz geliyor. Yani o acımsı tat yok peynirde, o aromayı almadıkça peyniri yiyemiyorum ama benim çocuklarım da daha tatlı işte süzme peynir ne bileyim labne peynir, kaşar yer. Ben kaşarı, Kars kaşarı alıyorum onlar bunu da yemiyor. Burada hazır marketteki kaşarı yiyorlar. Marketteki kaşar bana yavan geliyor, alamıyorum o tadı. Şimdiki kültürle bizimki çok farklı. Mesela çocuklar sakatat hiç sevmezler, ben çok severim her türlüünü. Benim çocuklarım kuzu eti kokuyor diyorlar yani aslında kokuyor olabilir ama ben de onu anlamıyorum. O kokuyu mesela benim yediğim peynirlerin koktuğunu diyorlar. Ben almıyorum o kokuyu bana lezzetli geliyor. Kuyruk yağı mesela Adanalı komşum vardı. Bize ızgara yapmıştı hala onun tadı damağımda yani gerçekten kuyruk yağını ben hiçbir şeye değişmem (...) Eskiden tavuk şnitzel mi bilirdik biz tavuk, tavuktuk. Pilav yapardık, doldururduk, suyuna çorba yapardık ama şimdiki şnitzel istiyor, tavuk kroket istiyor (G4K, 46, Ankara).

Yemek kültürünün birincil toplumsallaşma sürecinden başlayarak bir gelenek halinde bireylerin özel alanlarında/aile hayatlarında var olması, bireylerin daha sonraki hayatlarında da benzer alışkanlıkları devam ettirme olasılığını arttırmaktadır. Evde, hayatın olağan akışı içerisinde kazanılan damak tadı ve yemek yapma becerisi, bireylerin kimliklerinin bir parçasını oluştururken toplumsal hayatta da bir duruş sergilemelerinin önemli bir parçası haline gelmektedir. Küçük yaşlardan itibaren annesiyle mutfakta vakit geçiren katılımcı, yemek yapma becerisinin kendisine sağladığı avantajı şu şekilde dile getirmiştir:

(...) Evde mangal işi bendedir. Güveci de çok güzel yaparım. Onun harici her şeyi yaparım, elimden gelir. Büyürken sürekli annemle birlikte olduğum için annenin elini görüyorsun, ona alışıyorsun. (...) Benim anne tarafım Yörük. Köye falan gittiğimizde Yörüklerin hamur işleri meşhurdur, onlarla büyüdüm. Üniversiteye gidince bir süre sürekli dışarıdan yedim. Belli bir süre sonra bu beni rahatsız etmeye başladı. Bu sefer geçmişte öğrendiklerimi

pekiştirmeye başladım. Hatta biz arkadaşlarla ev tutmuştuk. Başka arkadaşlarımız vardı. Yemeğe gelirlerdi bize. Yaptığım yemekleri çok beğendikleri için onların evine transfer oldum, ev kirası ödemedim aylarca. Bir de ben ikinci öğretimdim, onlar gündüzcü. Ben sabahları yemekleri yapıp dolaba koyuyordum, akşam onlar gelip yemek yiyordu ben okula gidiyordum. Güzel bir sistemimiz vardı (G20E, 43, Adana).

Anadolu mutfak kültüründe kahvaltı, çeşitli yöresel mutfaklarda farklı yiyecek temelli değişiklik gösteren temel öğünlerden biridir. Geleneğin ürünü olan kahvaltı kültürü, kuşaklararası aktarım sürecinde birtakım değişiklikler göstermektedir. Toplumsal hayatın değişmesi, gıda üretim, dağıtım ve saklama koşullarının dönüşmesi, bireylerin yeme-içme tercihlerinde alternatiflerinin çoğalmasının önünü açmıştır. Aynı zamanda kahvaltı kültürünün çeşitli yöresel mutfaklarda da farklılık göstermesi, kuşaklar arasında da deneyim farklılıklarına sebep olmaktadır. İlk kuşağın yetiştiği dönem şartları göz önüne alındığında bugünkü kahvaltılık çeşitlerinin kısıtlı olması, var olan üzerinden bir beslenme kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır. Göç ise itici veya çekici faktörler fark etmeksizin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde değişimin önünü açmaktadır. Temel ihtiyaçlarda daha fazla gözlemlenebilen bu değişim, yeme-içme tercihlerinde asimilasyon veya entegrasyon gibi kendini gösteren bir yeniden toplumsallaşmayı beraberinde getirmektedir. Dış göç ile farklı ülkelere ait toplumsal dinamikler aynı sosyal hayat içerisinde deneyimlendiği gibi aynı ulusal kültür içerisinde farklı yöresel kültürlerin deneyimlenmesi, mekânsal bir değişimden hareketle bir kültür değişimini de tetikleyen bir süreç haline gelebilmektedir. Bireylerin beslenme alışkanlıklarında da gözlenen bu yeniden toplumsallaşmayı katılımcı, kahvaltı üzerinden şu şekilde ifade etmiştir:

Rahmetli babam derdi ki biz Çukurova'ya geldik, kahvaltıyı öğrendik. Ben çocukken Adana'ya göç etmişiz Şanlıurfa'dan. (...) Adana'ya gelmeden önce bildiğimiz peynirli, zeytinli ne bileyim çaylı kahvaltı yoktu bizde. Sabahları annem ocağa çorba koyardı onu yedik ekmekle. (...) Evde ne varsa onu pişirirdi. Tirit çorbası olur, mercimek çorbası olur. Yanında da yufka ekmeği olurdu, sabah bunlar yenirdi. Sonra da tarlaya çalışmaya gidilirmiş. Bazen de hatırlıyorum sabah namazından çıkınca babamla ciğercilere giderdik. Antep'te cartlak kebabı derler, Diyarbakır'da da yapılır ama Urfa'da sabah erken kahvaltı yerine yeniyor. Ama benim çocukluğumda şimdiki kadar yaygın değildi ciğer kebabı. (...) Sonraları fırınlarda biber közlenir yanına tırnak pide onun yanına da Urfa peyniri alınıp öyle de kahvaltı yapılırmış. Sabah kahvaltımız bizim bunlardı. (...) Adana'ya gelince

sabahları peynir-zeytinle çayla kahvaltı yapmaya başladık. Hatta bizim orda siyah zeytin bile eskiden o kadar yenmezdi. Yeşil zeytin vardı (G28E, 58, Adana).

Devlet Malzeme Ofisi'nde aşçılık yapan ve aynı zamanda eski Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati'nin de aşçı ekibinde yer alan katılımcı, özellikle mesleğinden dolayı israf hususuna dikkati çekmiştir. Aynı zamanda Anadolu mutfak kültüründe özellikle hem kahvaltılarda bir çeşit olan hem de başlı başına hızlı, kolay, doyurucu bir kahvaltı seçeneğinin olan simidin altını çizmiştir. İzmir'de gevrek, Kastamonu'da kel simit veya kazan simidi ya da İstanbul'la özdeşleşen bir unlu mamul olan simit, Ankara²⁵ denilince de ilk akla gelen lezzetlerden biridir. Bütçe dostu ve işe veya okula giderken kolay ulaşılabilir olması sebebiyle birçok kişi tarafından tercih edilen simit vb. unlu mamuller, özellikle kent hayatının hızlı temposunda bir kurtarıcı niteliğindedir. Katılımcı ise bu durumu bir rutin haline getirdiği ve beslenme alışkanlıkları ile ilgili şunları söylemiştir:

İşe gitmeden çarşıda çay-simit kesinlikle yaparım. İş yerine gittiğim zaman ön hazırlığımızı yapıyoruz. Ondan sonra arkadaşlarla ekip halinde güzel bir kahvaltı sofrası, Allah ne verdiyse bir gün önceden kalan bir yemek de olabilir çöpe atma yok bizde. Onu hazırlayıp ekipçe yedikten sonra öğle yemeği hazırlıklarına başlıyoruz. (...) Bizim özellikle öğle yemeği için böyle rahat bir vaktimiz olmuyor. Zaten bizi o yemek kokusu ve o yorgunluk doyuruyor ama akşam eve geldiğimde mutlaka ailemize yemek yemeyi tercih ediyoruz. Bir çorba dahi olsa akşam evde sofraya kurulur mutlaka. (...) Kahvaltıyı çok seviyorum. Yalnız da olsam mutlaka güzel bir kahvaltı yaparım hafta sonu ama hafta içi malum çalışma şartları bu pek mümkün olmuyor (G8E, 40, Ankara).

Büyükşehir yaşamının getirdiği trafik ve toplu taşıma yaşanması muhtemel sorunlar bireylerin kahvaltı öğününü atlamasının temel sebeplerinin başında gelmektedir. İşe veya okula geç kalmamak adına sabahları ortalama aynı saatlere yola çıkan bireyler için kahvaltı, ayaküstü yenebilecek yiyeceklerle geçiştirilmektedir. Ancak evlendikten ve ebeveyn olduktan sonraki üstlenilen roller ve sorumluluklar, bireylerde beslenme rutinlerinde de bir düzeni beraberinde getirmiştir. Görüşülen katılımcı, evlenmeden önceki ve evlendikten sonraki beslenme düzeninden hareketle şu cevabı vermiştir:

²⁵Ankara simidi olarak Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 2014 yılında tescil edilen simit aynı zamanda Bartın Ramazan Simidi, Eskişehir Simidi, Muğla Simidi, Nevşehir Simidi, Rize Simidi, Safranbolu Cimitsiz Simidi, Manisa Taban Simidi de tescil edilen ürünler arasındadır. Diğer illerle özdeşleşip tescil alan simitler ve daha fazlası için bkz: <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>

Evlenmeden önce pek bir yemek düzenim yoktu. O da okul bittikten sonra direk iş hayatına atılmamdan kaynaklı. Evlenmeden önce muhasebeciydim. Benim ailem yazın yaylaya gidiyorlardı. 6-7 ay yoklardı, ben tek kalıyordum evde. O zaman benim için en iyi yemek en pratik yemektir. Kahvaltıyı es geçiyordum. Çünkü iş yerime yetişmem gerekiyordu. Adana'da olduğumuz için otobüsleri, mesafelerini falan biliyorsunuz. Sıkıntı olmaması açısından kahvaltıyı es geçiyordum. Öğle yemeği iş yerine aitti. Akşam da dediğim gibi tek olduğum süre zarfında karnım doysun da ben ona bakıyordum. Annemler evde olduğunda zaten annem yemeği yapıyordu, ne yaptıysa onu yiyordum. (...) Ama özellikle makarnanın her çeşidi çok severim hem lezzetli hem de pratik bir yemek. Şimdi kızım da bana çekmiş sanırım 7/24 makarnayı ver yer. (...) Ama evlendikten sonra özellikle de çocuktan sonra eşimle bir düzenimiz olsun istedik. Eşimin iş saatlerine göre bir yemek düzeni oluşturduk. Sabah eşimle ve kızımızla kahvaltı yaparız. Akşam dokuz gibi eşim gelir ben sofrayı hazırlarım, yeriz sonra çay falan içeriz. Şimdi daha düzenli besleniyoruz özellikle kızım da görsün ki o da bu süreci böyle devam ettirsin istiyorum. (...) Evlendikten sonra illaki böyle kendi evinin bir düzeni olması gerekiyor (G21K, 33, Adana).

Bir gün içerisindeki yemek öğünleri sadece günün belirli saatlerinde vücudun ihtiyacı karşılamak adına enerji veren besinlerin tüketilmesini kapsayıp, karın doyurma amacını gerçekleştiren zaman aralıkları değildir. Özellikle bireyleri güne hazırlayan kahvaltı için uykudan feragat etmek, hafta içi mesai yorgunluğu karşısında zor bir karardır. Ailelerin günün büyük çoğunluğunda birbirlerinden ayrı vakit geçirdiği düşünüldüğünde yemek sofrası sadece tabağa konulan yemeğin yenildiği bir yer olmaktan ziyade bir sosyalleşme amacı da taşımaktadır. Sosyal çalışmacı olarak görev yapan katılımcı, yemeğin paylaşma ve kaliteli vakit geçirmenin bir amacı olarak görüp özellikle kahvaltı için gösterdiği önemi şu şekilde ifade etmiştir:

Şöyle biz kahvaltımızı yapmadan çıkmıyoruz evden. Bizim mesaimiz hani 08.30 gibi başlıyor (...) ama eşim buraya biraz uzakta Balgat'ta çalışıyor. Trafik olduğundan dolayı biz evden saat işte 07.30- 07.40 gibi çıkmak zorunda kalıyoruz eşim yetişsin diye. 06.30 falan kalkıyorum ben. Normalde 07.00 kalksam da yetişebilirim evet ama kahvaltı yapmak için daha erken saatte kalkıyorum. Kahvaltımızı yapıyoruz evde. Ben iş yerinde yapılan kahvaltıdan da çok hoşlanmıyorum. Böyle ayak üstü, bir de ne bileyim yani o sofrada oturmak benim hoşuma gidiyor. Yani beraber bir şey paylaşma var ya sadece karın doyurmak değil mevzu. Konu gerçekten karın doyurmak değil çünkü. İşyerinde de yersin bir şeyler, evden getirsin vesaire ama bilmiyorum bunun için bence zaman ayırmak güzel bir şey, yemek için zaman ayırmak bir arada olmak güzel. Öğle yemeğini ise bazen evden getiriyorum bazen burada yemekhanemizde var, yemekhanede yiyorum. Akşam yemeğini

de genelde bir gün öncesinden yapıyorum. Mesela dün akşam eve gittiğimde pazar günü memleketten döndüğümde hazırladığım yemekleri yedik. Sonra çay içtik, biraz oturduk saat 10 gibi mutfağa girdim bugünün yemeğini yaptım (G12K, 29, Ankara).

Kamuda veya özel sektörde belirli bir mesai saati diliminde çalışan bireylerin yemek düzeni ile esnaf vb. olarak çalışan bireylerin yemek düzeni farklılık göstermektedir. Belirli bir mesai saatine göre çalışan bireyler için işi başlama ve bitiş saati veya öğle arası vakti belirliyken esnaf vb. olarak çalışan bireyler için bu durum müşterinin geliş-gidiş saatleriyle orantılı bir seyir izlemektedir. Hem aktar olan Katılımcı 17 için hem de araştırmaya katılan katılımcılar arasında esnaf statüsünde çalışanların verdiği cevaplarda özellikle öğle vaktinde yaşanan yoğunluk sebebiyle öğle yemeği öğününün atlanması yaygın bir tutum olarak gözlenmiştir. 20 yıldan fazla süredir aktar dükkânı işleten katılımcının verdiği cevap şu şekildedir:

Özellikle dükkânı ilk açtığımız zamanlarda kendi kendime dua ederdim, Ya Rabbi inşallah yemek yiyecek zamanım olmaz diye. Yani içimden öyle geçerdi. (...) Tabii şimdide elhamdülillah öyle yoğun zamanlarımız oluyor. Ama dükkandayken yemek yerken daha zor oluyor. Müşteri geliyor siparişini hazırlıyorum, elimi yıkıyorum tam tekrar yiyeceğim ya başka müşteri oluyor ya da başka esnafla paraya alışverişi oluyor, tekrar elimi yıkıyorum. Otur, kalk fazla oluyor. (...) Yani çalışırken özellikle öğle yemeği falan rahat yenmiyor. Son bir yıldır yemek düzenimi değiştirdim. Sabahları çocuklarda okula gittiği için düzenli bir şekilde kahvaltı yapıyoruz. Öğle yemeğini bilerek sarkıtıyorum akşamüstüne kadar. Akşam yemeklerinin kilo aldırıldığını düşünüyoruz. Ondan hafif şeyler yani meyve falan yiyerek geçiriyoruz. Yoksa nefis kanmıyor ille de bir şeyler yemek istiyor akşamları da. Ama yemek yesek bile ağır yemekler yemiyoruz (G17E, 55, Adana).

Anadolu yemek kültürü geleneğinde yemek ekseriyetle yere serilen bir örtü veya yer sofrası için üretilen masa etrafından yenilen, yer sofrası olarak ifade edilen bir yemek yeme üslubuna dayanmaktaydı. Ancak Tanzimat Dönemiyle başlayan alafranga düzenlemelerle masada yemek yeme düzeni (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2011, s. 445) saraydan başlayarak halka yayılmıştır. Yer sofrasında ya da masada yemek yemenin faydası veya zararına dair çeşitli uzmanlık alanlarından farklı fikirler olsa da kültürel bir öğe olarak yer sofrası, Anadolu mutfak kültürünün önemli bir ürünüdür. Ancak günümüzde ev için tasarlanan mobilya gruplarından biri de yemek odası takımlarının olması, kahvaltıdan akşam yemeğine kadar üretilen çatal-bıçak setlerinin revaçta olması ve özellikle çeyizlerde önemli bir yer alması masada yemek yeme kültürünün ne denli yaygınlaştığının bir göstergesidir. Bu durum ise geleneğin

dönüşümünün yemek yeme üslubuna bir yansımasıdır. Katılımcılar ise saha araştırması sürecinde yer sofrasında ya da masa da yemek yeme eylemini genellikle rahat ve kolay olup olmaması üzerinden değerlendirip bu doğrultuda cevap vermiştir. Ankara’da yaşayıp çalışmaya dahil olan katılımcının ise cevabı şu şekildedir:

Genellikle masada yemek yiyoruz ve ailecek çok yemek yemiyorum. Yani şöyle ki bizim evde herkes farklı saatlerde kalktığı için ve yani en son ben kalktım için sabah rutinim genellikle böyle daha çok tek başıma yemek. Onun haricinde öğlen yemekleri ve akşam yemeklerini daha çok beraber yiyoruz. Bunu söyleyebilirim. (...) Yani yerde yemek yemedim. Şöyle bazen misafirlige gittiğimizde işte yer sofrası açılır, edilir. O zaman yerde yemek yiyorum ama genel olarak masada yemek yiyorum. Masada otururken daha rahat ediyorum. Yerdeyken muhakkak bağdaş kurmam gerekir veya dizimin üzerine çökmem gerekir. Dizimin üzerine çökmek çok istemiyorum çünkü bir süre sonra dizim gerçekten ağrıyor. O yüzden masada yemek yerken daha rahat yemeklere ulaşabiliyorum. Daha kolay geliyor (G6E, 25, Ankara).

Katılımcıların verdiği cevaplardan hareketle masada yemek yeme özellikle yaş fark etmeksizin hem sağlık problemlerinden dolayı hem de sofrayı kurma ve toplama konusunda bireylere kolaylık sağladığı için tercih edilmektedir. Katılımcı 12’nin verdiği yanıttan da hareketle özellikle çalışan bireyler için genellikle mutfaktaki masada yemeği yedikten sonra hemen bulaşığı toplama imkânı sunması da masa yemek yemenin bir artısı olarak göze çarpmaktadır. Bu konuda katılımcının, düşüncelerini şöyle ifade etmiştir:

Yani küçükken yerde yediğimi hatırlıyorum ama genel olarak masada yeriz. Yer soframız yok birincisi, ikincisi de yere sofa kurup kaldırmak bence daha zahmetli bir şey eğiliyorsun, alıyorsun, kaldırıyorsun vesaire. Bir de şöyle düşünüyorum yerde oturup yemek yemek yani çok rahat. Masada sandalyenin üzerinde rahat değilsin. Yer sofrasında hele bir de böyle bağdaş kurunca daha rahat. Böyle olduğu için çok daha fazla yıyorsun bence daha fazla yediriyor. Daha sıcak bir ortam olduğunu düşünüyorum yer sofralarında. Ama masa daha rahat tabi bizim gibi çalışan insanlar için. Hemen mutfakta özellikle masanın üstüne koyup oradan tekrar kaldırmak vesaire eğilip doğrulmuyorsun bir şey yapmıyorsun çok kolay. Aynı zamanda şöyle de bir şey var mesela benim sağlık durumum yerinde çok şükür ama annemin mesela sağlık problemleri de var. O yüzden de kendimi bildim bileli yere çok oturup kalkamıyor. Sağlık problemlerinden dolayı da aynı zamanda da kolay olmasından dolayı da masayı tercih ediyoruz pratik faydasında kaynaklı (G12K, 29, Ankara).

Katılımcı 32 ise yemeği günün belli zamanlarında tüketilen bir öğün olarak görmekten ziyade sofrada geçirilen zamanı bir keyif ve konfor alanı olarak tanımladığı için diğer birçok katılımcının verdiği cevapların aksine yer sofrasını öncelemektedir. Aynı zamanda yeni neslin yer sofrasına karşı çekinceyle yaklaştığını belirten katılımcı, kültürel bir öge olan yer sofrasının genç kuşakta bir karşılığı olmadığını bu şekilde dile getirmiştir:

Yerde yemek benim için daha rahat. Gençler için rahat değil yani masada onlar için daha rahat oluyor ama ben yerde kendimi daha rahat hissediyorum. Hem Çukurova bölgesinde özellikle yer sofrasına alıştık. Yerde ayağımı uzatıp saatlerce oturabiliyorum. Yemeği rahat yiyorsun sonra sofrayı ortadayken çayını içiyorsun, meyveni yiyorsun, çerezini yiyorsun, çay soğuyor ısıtıp tekrar getiriyorsun, sohbet ediyorsun rahat rahat saatlerce vakit geçirebiliyorsun. Ama masada rahat edemiyorsun. Seyyar gibisin. Ye, hemen kalk. Kahvaltı bitti, hemen sofrayı topla oluyor. Yerde istediğin gibi ayaklarını uzatıp oturabiliyorsun ama masa sandalyenin üstünde ben rahat hissetmiyorum, olmuyor. Yerde yemek yemek daha keyifli ve samimi oluyor (G32K, 44, Adana).

Mutfak kültürünün oluşturan geleneksel birikim; yemeklerin hazırlanma, pişirme ve tüketilme biçimlerinde de etkilidir. Yemeğin pişirildiği tencereden sunulduğu tabağa ve yenme şekline göre geleneksel lezzetlerin kültürel birikim özelinde korunması ve aktarılması mutfak kültürlerinin korunmasında önemli bir etkiye sahiptir. Geleneksel usulle pişen yemeklerin korunması aynı zamanda mutfak kültürünün gelecek nesle aktarılmasında önemliyken aynı zamanda çağın getirdiği hem pişirme tekniklerinde hem de geleneksel yemeklerin içerisine konan farklı lezzet eklentileriyle (baharat gibi) değişik lezzetler ortaya çıkmaktadır. Birinci kuşağın kendi ailesinde gördüğü şekilde geleneksel yemekleri pişirmesi, ikinci neslin birtakım yiyeceklere karşı ilgi duymamasıyla sonuçlanmıştır. Ancak ikinci neslin hem kendi damak tadı hem de kendi çocukları için geliştirdiği farklı usullerle ve farklı aromalandırma teknikleriyle yemekleri pişirmesi, damak tadı değişimini de beraberinde getirmiştir. Bu durum ise geleneksel tatların farklı şekillerde sofralara gelmesinin de önü açmıştır. Katılımcı, pırasa üzerinden verdiği cevapla bu değişimi görmektedir:

Sebzelere karşı daha ön yargılıydım, sebzeleri sevmiyordum. Mesela pırasanın tadından hiç hoşlanmıyordum şimdi pırasayı seviyorum. Zamanla damak tadı değişiyor ama pişirme şekilleri de değişiyor artık. Mesela pırasayla börekte yapıyorsun, mücver gibi yapıyorsun vesaire yani artık farklı usullerle de pişirmeyi deniyorsun. (...) O yüzden onlardaki

değişimlerinde etkisi oluyor. Artık mutfaklar daha da zenginleşti. O zenginleşmenin etkisi de var, pişirme tekniklerinin değişmesi de lezzetlendirmede etkili. Annemin pişirdiği usulle benim pişirdiğim usulün aynı olmaması bunların hepsi benim herhangi bir yemeği sevmem ve sevmemem de etkili oldu (K7K, 46, Ankara).

Katılımcı 30'da yeni neslin yemek tercihlerine ve değişen damak tadına göre yemeklerin uyarlanması gerektiğinin altını çizmiştir. Yöresel yemeklerin geleneksel yöntemlerle yapılarak muhafaza edilip, geleceğe aktarılması önemlidir. Ancak bunu yeni yetişen neslin yaşadığı sosyo-kültürel şartlar ve yaşanan toplumsal değişim eksenin de daha ulaşılabilir ve gerçekçi çözümler üretmek mümkündür. Özellikle birçok insan tarafından çekince ile yaklaşılan bamya üzerinden katılımcı, soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Doğduğumdan beri ne yiyorsam aynı şeyleri yiyorum, aynı damak tadındayım diyebilirim. Küçükken bamyada yerdim, pırasayı da severdim şimdide yiyorum fazla bir değişiklik olmadı. (...) Çocuklarımda yemek seçmezler ama arkadaşlarım bundan çok çekti. Bamyayı normal sulu yemek olarak yemedi çocuklar. Bende hafif haşlayıp bazen fırında bazen de tavada patates gibi kızarttım. Yanına da şimdiler ne diyorlar ona şey dip sos. Yoğurttan bir dip sos yaptım, yediler. Ya da karnabahar veya brokoliyi mercimek çorbasının içine koyup blenderle çektikten sonra anlamadan yiyorlar. (...) Çocuklara illa benim pişirdiğim gibi yiyeceksin diye bir zorlama niye yapıyoruz ki? Tamam bamya geleneksel olarak etli, nohutlu sulu yemek olarak yapılır ama çocuklar böyle yemek zorunda değil. Mesele şu, sebze aynı sebze malzeme aynı malzeme onu farklı şekillerde farklı baharatlarla pişirerek onların yiyeceği hale getirebiliriz. Tadına alışırса büyüyünce de yöresel olarak yapılan yemeği de yiyebilirler (G30K, 55, Adana).

Pişirme tekniklerini dönüştüren bir diğer etken ise pişirme araç-gereçlerinin günümüz akışkan toplumundaki hızlı hayat biçimine göre değişmesidir. Buzdolabı ve derin dondurucu gibi cihazlar, soğuk hava dolaşımı sayesinde gıdaların depolanması ve daha uzun süre muhafaza edilmesi sağlanırken aynı zamanda pişirme derecesi dijital olarak ayarlanabilecek fırınların yaygınlaşması, kızartmaların tencerede yapılmasına alternatif olarak önce fritözlerin piyasa çıkması ve son zamanlarda da sağlık ve az yağlı kızartma amacıyla popüler olan airfryların gündeme gelmesi bu dönüşümün belli başlı örneklerini oluşturmaktadır. Mutfaklarda birçok acı hatıralara sebep olan düdüklü tencere ise içerisinde topladığı buhar basıncı ile besinleri daha hızlı pişmesine olanak sağlayan bir tencere türüdür. Hem zaman hem de enerjiden tasarruf sağlayan düdüklü tencere, günümüzde kır-kent ayrıt etmeksizin mutfaklarda

yer almaktadır. Ancak katılımcı gibi düdüklü tencereyi hem güvenlik kaygısı hem de hızlı pişirmenin sağladığı lezzet kaybı dolayısıyla tercih etmeyen kişilerde azımsanmayacak niceliktedir. Bu anlamda katılımcının cevabı böyledir:

(...) Düdüklü kullanmayı sevmiyorum. Bir yemek yapıyorsam o yemeğin tencerede ağır ağır pişirmesinden hoşlanırım. (...) Düdüklü tencere ile ilgili yok herhangi bir kötü anım olmadı da o şey beni korkutuyor böyle patlar patlamaz düdüğünü indirme olayı falan var ya bu beni tedirgin ediyor. Bir de lezzetli bulmuyorum. Yemeğin ağır ağır pişmesi bence daha güzel böyle daha lezzetli daha kıvamlı oluyor. Düdüklü çabuk pişiriyor, lezzeti kaçıyor yemeğin. Hem kapağını açıp bakamıyoruz da pişti mi pişmedi mi diye. (...) Bir et haşlayacağım zaman tamam düdüklüde daha çabuk pişer ama tencerede ağır ağır pamuk gibi pişince lezzeti farklı oluyor (K2K, 25, Ankara).

Teknolojideki inovasyonların mutfaklara girmesiyle birlikte yaşanan değişim aynı zamanda kuşaklararasıdaki yemek pişirme farklılıklarının gözlemlenmesine olanak sağlamıştır. Yemeğin lezzeti etkilediği düşünüldüğü için soğanın mutfak robotunda doğranıp doğranmaması bile her kuşağın kendi dönemindeki alışkanlıklarını devam ettirmesi anlamında önemli bir parametredir. Özellikle kuru fasulye üzerinden verilen misal bu anlamda değerlidir. Katılımcının cevabı ise şöyledir:

(...) Mutfakta yemek pişirirken genelde düdüklü tencere pek kullanmamaya çalışıyorum. Düdüklü tencere daha hızlı pişiriyor, pratik oluyor ama sanki yemeğin lezzeti tam olmuyor, tadı eksik kalıyor. (...) Düdüklüyle ilgili kötü bir anım yok şükür ama annemden öyle gördüğüm için midir nedir pek kullanmıyorum. Annem mesela kuru fasulye yapacağı zaman fasulyeyi akşamdan ıslatılır. Ertesi sabah öğleye doğru işte soğanı, salçayı, eti kavurur, ıslatılmış kuru fasulyeyi de direkt tencereye koyup suyunu ekleyip ocağa koyar. O yemek neredeyse akşamüstüne kadar kısık ateşte ağır ağır pişer. Arada kapağını açıp kontrol edebilirsin ama düdüklüde yaptığında açıp bakma imkânın yok. Fazla mı pişti, dibine mi tuttu bilemiyorsun. (...) Mesela annem hala mutfak robotu kullanmaz. Bir içli köfte ya da lahmacun yapılacağı zaman illaki o soğanı elinde küçük küçük doğrar. Mutfak robotu soğanı eziyor, çok sulandırıyor yemeğin lezzetini etkiliyor, der. Bende genelde elde doğrasam da mutfak robotunu da kullanıyorum, blender vesaire kullanıyorum. Ben karşı değilim annem kadar. (...) Ama bazen de insan o eskiyi özleyiyor. Biz küçükken annem hep davul fırında kek, börek falan yapardı. Onun lezzeti bence ayrı bir güzeldi. Ya da hala bende evimde patlıcanlı güveç veya kuru fasulye yapacağım zaman toprak güvecimde yaparım. Gerçekten normal bir tencereye göre tadı daha farklı daha lezzetli oluyor. Ama bunun içinde zaman gerekli. Çünkü güveçteki yemek, kısık ateşte uzun uzun pişiriyor,

lezzeti de oradan geliyor zaten. (...) Bence lezzetten ödün vermeden, mutfağa teknoloji girmeli (G30K, 55, Adana).

Özdemir'e göre (2010, s. 221-222) dışarda yemek yemenin kendi içerisinde fizyolojik (açlığı giderme), psikolojik (yenilik arayışı, eğlence, mutluluk vb.), ekonomik (zaman tasarrufu, kolaylık) ve sosyal (prestij, statü, Aile/arkadaşlarla birlikte olma) boyutta anlam ve amaçları olan bir olgudur. Yemek yeme fiilinin kamusal alandaki temsilcisi olan kafe-restoran vb. yeme-içme mekanları, ekonomik sermaye ve kültürel sermayenin kesişim noktalarının gözlemleneceği önemli yerlerdir. Karın doyurma amacının yanı sıra bu mekanlar hem yöresel hem de küresel düzeyde farklı yemek kültürlerini deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Katılımcıların yeme-içme mekân tercihlerine dair kriterlerinin sorulduğu soruya verilen en sık cevap ekonomik etkenler olmaktadır. Ancak yeme-içme mekanlarından birincil önceliği sosyalleşme ve aile/arkadaşlarla vakit geçirmeyi önceleyen çalışmada (Ton, 2021) yemeklere ait fiyatla mekân tercihinde anlamlı bir etki oluşturmamıştır. Ekonomik belirleyicilerden daha sonra ise mekânın hijyeni, alkollü bir mekân olup olmaması, mekânda çalışanların müşterilere karşı tutumu etkili olmaktadır. Bireylerin yemek/yeme-içme tercihleri aynı zamanda kendi damak tadının kültürel arka planını yansıtmaktadır. Hem Anadolu hem de yöresel mutfak kültürlerinde özellikle kırmızı et ve balık tütsüleme/kurutma işlemine (pastırma gibi) tabi tutularak ya da ocak/mangal vb. tekniklerle ya da tencere yemeği/kavurma işlemlerinden geçirilip tam pişirilerek tüketilmektedir. Dünya mutfağındaki steak tartar, ceviche gibi sadece asitte pişen (limon veya lime gibi) veya carpaccio gibi yemeklere, Anadolu ve yöresel mutfak kültüründe rastlanılmamaktadır. Katılımcı 6, balık tüketmesine rağmen suşiyi sevmemesi bunun göstergesiyken malzemeleri farklı olsa da Anadolu mutfağında yeri olan mantı veya hingle benzer dumplingi tüketmesi ya da Anadolu'da pişi veya hamur kızartmasına benzer biçimde içine temel olarak domates, peynir ve çeşitli dolgu malzemeleri konulup kızartılan hamur işi olan panzerottinin damak tadına yakın gelmesi bunun göstergesidir. Bu doğrultuda katılımcının cevabı şu şekildedir:

En büyük faktör ekonomi, ekonomik açıdan belirleniyor. Ayağını yorganına göre uzatma meselesi. Seçtiğim mekanlar, seçtiğim yemeklere göre belirleniyor. Hiç böyle suşi restoranlarına falan hiç gitmem çünkü yani balık tüketiyorum yani az da olsa tüketiyorum ama yani çiğ balık fikri benden tamamen çok negatif bir şey. (...) Dışarıda yemeğe de biraz

düşkünüm aslında. İşte şu an yüksek öğrenimim gereği şehir dışına gidiyorum ara sıra. Şehir dışına gittiğim zaman sosyal medya daha çok işte Instagram’da gördüğüm yemek mekanlarının yemek önerileri oluyor. Oradan gördüğüm spesifik yemekleri yemek için gittiğim yerler oluyor. Bir tanesi böyle İtalyan sokak yemeği satan bir yer. Panzerotti diyorlar yani ekmek arası döner gibi ama daha farklı işte tavuk var, patates var onu yemişliğim var. Ondan sonra işte bir tane Çin usulü acılı tavuk var işte onu yemişliğim var. Çin mantısı, dumpling yemişliğim var bu tip şeyleri işte bakıyorum. Yiyebileceğim şeyler varsa onlara gidiyorum. Şimdiye kadar da doğru da çıkmıştır sosyal medyadaki öneriler. (...) İlk başta görüyorum, beğeniyorum sonra giriyorum Google haritalardan mekâna tıklıyorum dört ve üzeri ise diyorsun ki tamam, buraya gidilir. Dördün aşağı sayısı ise bir düşünüyorsun. Mesela bir tane mekân beğenmişim Sicilya sokak yemekleri işte İtalya’nın Sicilya kesiminden sokak lezzetleri işte bir tatlı mı ne yapıyorlardı mesela onu da beğenmişim. Girdim Google haritalara yorumlara baktım hijyen konusunda şey diyorlardı çok hijyeni yok. Ekonomik olarak biraz pahalı, yorumlarına da baktım dördün altındaydı o zaman gitmedim. (...) Türkiye’de yaşadığımız zaman işte restorana gittiğimiz zaman helal kesim yazıyor. Ama işte dediğim gibi yine ne kadar helal kesim, mutfakını bilmediğimiz için yani helal kesim diyor, güveniyoruz. Türkiye’de yaşadığım için hani bu tip sorunlarım yok ama mesela yurt dışında yaşasam hani Almanya’da yaşasam dini kurallara göre helal kesimleri tercih ederim. Yurt içinde yaşadığım için etrafta işte domuz burger yapan bir yer olmadığı için o tip şeylere takılmıyorum. (...) Bazı insanların dini görüşleri sebebiyle içkili mekanlara, içkili restoranlara girmeme gibi şeyleri oluyor. O konuda benim öyle bir katı kuralım falan yok. Yani içmiyorum ama o tip mekanlara gidiyorum (G6E, 25, Ankara).

Y kuşağında yer alan Katılımcı 6, verdiği cevapta özellikle sosyal medya ve Google haritalar üzerinden aldığı tavsiyeler ile mekân tercihinde bulunduğu belirtirken; X kuşağında yer alan Katılımcı 7 ise ağızdan ağıza pazarlama (WOMM²⁶) yönteminden hareketle sanal dünyadan ziyade gerçek kişiler üzerinden tavsiye almaktadır. Kuşakların sosyal medya deneyimlerinin incelendiği çalışmada X kuşağı en fazla Facebook uygulamasını kullanırken Y ve Z kuşağı ise ilk sırada Instagram’ı kullanmaktadır. Beslenme (diyet, öğün planlama vb.) içeriği özelinde beğenme yüzdeleri değerlendirildiğinde ise X kuşağı %21,6, Y kuşağı %31,0, Z kuşağı ise 22,6’dır (Alptekin vd., 2021, s. 261-262). We Are Social 2023 Türkiye

²⁶Word of Mouth Marketing; ticari kaygı ve kitle iletişim araçlarında bağımsız olarak kişilerarası ürünler, hizmetler, markalar vb. hakkında tecrübelerin/tavsiyelerin aktardığı bir olgudur. Aynı zamanda günümüzde sosyal medya ve internet tabanlı platformların yaygınlaşmasıyla çevrimiçi alanda da e-WOMM (Electronic Word of Mouth Marketing) konseptiyle daha fazla insanla etkileşim kurmak hedeflenmektedir. Detaylı bilgi için bkz. <https://www.buzztalkmonitor.com/blog/electronic-word-of-mouth-presents-a-window-of-opportunity-for-businesses/>

Raporunda²⁷ 13 yaş üzeri²⁸ nüfus içerisinde sosyal medya kullananların 18 yaş üstü nüfusa oranı, %94,6'dır.16-64 yaş arasındaki kullanıcıların takip ettikleri sosyal medya hesap içeriklerinde restoranlar, şefler veya gıdalar kategorisi%22,0 iken marka keşif kaynaklarında ise sosyal medya reklamları %36,8 ile ilk sıra yer almıştır. Aynı zamanda arkadaş ve aile tavsiyesi %27,0 olmuştur (Digital 2023 Turkey, 2023). Sosyal medya kaynaklarına erişimin kolaylaşması ve tüm yaş grupları için kullanışlı arayüzler sunması hem tavsiye hem de pazarlama konusunda bu platformları popüler kılsa da gerçek kişiler üzerinden etkileşim de güncelliğini korumaktadır. Yeme-içme mekân tercihi konusunda katılımcı düşüncelerin şu şekilde ifade etmiştir:

İyi bir yiyecek ya da içecek mekânında ilk önce temiz olmalı sonrasında da lezzet önemli. (...) Mesela en son arkadaş dedi ki bir yere gittik yemekleri falan çok güzel dedi. Bende eşime dedim hadi gidelim bizde. Bir deneyelim dediğimiz yani oluyor muhakkak. Sosyal medyayı çok takip etmiyorum ama mesela çocuklarım için olursa gençler daha çok takip ediyor, tavsiye alıyor. Mesela benim oğlum yurtdışına gitmeden önce sosyal medyada takip ettiği gurmeler vardı. Onların önerdikleri yerlere gidiyordu. İstanbul'a sırf onun için gidip yemek yediler yani o onların tavsiye ettikleri yerlerde yemek denediler, İzmir de hakeza. Ama bizim yaş grubunun yaptığı şey daha çok şey oluyor arkadaş tavsiyesi komşu tavsiyesi gibi oluyor (G7K, 46, Ankara).

Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne yakın tatlar, görüşmeler esnasında birçok katılımcı için bir yemekte tercih edilme ve sevilme sebebinin başında gelmektedir. Ancak Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne zıt tat ve pişirme tekniklerine sahip mutfak kültürleri, bireylerin damak tadı ve yemek tercihlerinde bir karşılığı olmamaktadır. Katılımcı, neofili anlamında yeni tatlara açık olduğu görülse de suşi ile yaşadığı olayı şu şekilde aktarmaktadır:

Üniversiteyi Rize'de okudum. Mesela onlarda kavurmayı çok güzel yapıyorlar Rize'nin kavurması meşhur zaten. Sonra kuru fasulyeleri var o da güzeldi. Ama genelde orada büyükbaş hayvan tercih ediliyor bizim burası gibi değil. Ayrıca salça, acı falan pek kullanmıyorlar. Ama yine de güzel yemek yapan yerler vardı. (...) Arkadaşlarımızla çeşitli restoranlara gitmiştik oralarda değişik İtalyan soslarıyla makarnalar yemiştim, sevmiştim. Domatesli böyle hafif acılı, fesleğenli falan güzeldi soslar. (...) Denemez olaydım üniversitedeyken yeni bir mekân açılmıştı suşi yapıyorlardı. Bizde merak ettik, suşi yemeye

²⁷Rapora göre Türkiye'de nüfusun %73,1'i yani toplam 62.55 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır (Digital 2023 Turkey, 2023, s. 52).

²⁸Instagram, Twitter vd. birçok sosyal medya uygulamasında kullanıcı alt yaş sınırı 13 olduğu için oran böyle ifade edilmiştir.

gittik. Berbattı ya ben böyle iğrenç bir şey yemedim. Zaten yer yemez ben kalktım masadan başka bir mekânın tuvaletine gidip kustum. O yosunun tadı, pirincin insanın ağzında çoğalan bir tadı, felaketti. Wasabiye hep acı derler tamam bende Adanalıyım acı severim ama böyle bir acı yok. Yani aslında yanık gibi bir tadı var, değişik bir şey insanın ağzında tuhaf bir tat bırakıyor. Kısacası yani çok hiç güzel bir deneyim değildi bir daha asla yemem (G31K, 26, Adana).

Yiyecek seçimindeki bu kararsızlık hali insan için kirli olan ve dolayısıyla sağlığı için tehlike oluşturabilecek muhtemel tehditlerin toplum içerisinde sınıflandırılmasını da beraberinde getirmiştir. Douglas (2021) göre toplumsal yaşamda kirlilik hem araçsal hem de dışavurumsal düzeyde inançlar aracılığıyla insanları tehlikelerden korunmayı vaat etmektedir. Hastalık yapıcı etmenler veya tehlikeli olduğu düşünülen toplumsal olgular kirliliğin toplumsal yaşamdaki sembolik anlamını ortaya koyarken aynı zamanda toplumsal düzenle ilgili analogiler kurulmasının da önünü açmaktadır. Toplumda tehlike ya da kirlilik olarak tanımlanan şey özgül kültürel dünyasındaki ilkeler özelinde değerlendirilmeye muhtaçtır. Kirin zıttın da olan hijyen düşüncesi ve geleneklere duyulan saygı hem toplumsal kabullerinde değişmesi -kutsal olanın kirlilikten korunması gibi- hem de bilgi düzeyindeki değişim sonrası bir dönüşüm geçirmektedir. Bu anlamda kirlilik, tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Kir ancak karşısında temiz olduğu sürece toplumsal hayatı düzenlenmenin ve sınıflandırmanın bir sonucu olarak anlam kazanmaktadır. Kirlilik kurallarına dair kesitler halinde yapılan yorum, kavramı tam anlamıyla ifade etmemektedir. Kirlilik, toplumsal hayat içerisinde tüm sistemler ile bağlantılı olarak kendi içerisinde sınırlarının belirlenmesiyle tutarlı ve geçerli bir anlam kazanmaktadır. Bu ise kir fikrinin din, totem veya çeşitli değerler etrafında bir sembolizmini ifade etmektedir. Bundan dolayı kirli ve temiz ayrımı bireylerin algıları sonucu oluşan toplumsal kalıpları ifade etmektedir. Kir sadece ahlak kurallarına tekabül eden bir kavram değil aynı zamanda evrensel bir kavram olsa da grupların atfettikleri anlam yerel dinamikler oluşturulmaktadır. Yapısalcı bir kökene sahip Douglas için kirlilik aslında toplumsal düzende saf olana ve toplumsal anlamda sınıflandırılmış olana karşı başka bir deyişle düzene karşı bir kavramdır.

Din özelinde düşüldüğünde ise helal-haram kavramları yiyecek ve içecekler söz konusu olduğunda dinin kuralları çerçevesinde bir kirli-temiz ayrımı oluşturmaktadır. Ekseriyetle Müslüman nüfusun yaşadığı Türkiye’de hassasiyeti olan

bireylerin hem market alışverişlerinde hem de yeme-içme mekân tercihlerinde İslam'ın emir ve yasakları önemli bir kriter olmaktadır. İslamiyet'in cevaz verip vermediği besin grupları hem Anadolu hem de yöresel mutfak kültürlerinin oluşumu ve gelişiminde önemli bir rolü vardır. Kırmızı et olarak genellikle koyun, kuzu, keçi veya dana eti; beyaz et olarak ise tavuk, kaz veya hindinin tercih edilip domuz etinin mutfak kültüründe yer almaması dinin bir etkisi iken deve veya geyik gibi dinen yenmesinde cevaz olan hayvanların geleneğin bir ürünü olarak tüketilmemesi önemlidir. Katılımcı 6, yukarıdaki cevabında alkol kullanmasa da bu tür içeceklerin tüketildiği mekanlara gitmeme gibi tercihi olmadığını dile getirirken Katılımcı 2 ise dini hassasiyetinden kaynaklanan yaşadığı bir olayı şöyle dile getirmiştir:

Dışarıda bir şey yiyeceğiniz mekânı etlerinin lezzetli olması gerekli, eti lezzetli olmalı. Helal kesim zaten çok önemli. Hijyene çok takılmam yani o kadar detaycı veya titiz biri değilim. Böyle esnaf lokantaları, büfeler öyle küçük yerlerde olur. Erkeklerin gittiği yerler daha en lezzetli bence. Çünkü onlar özellikle et yemeklerinin nerelerde güzel yapıldığı biliyorlar. Eti yağlı olduğu zaman güzel oluyor. Onun haricinde tatlı veya pasta yapmayı, onları süslemeyi, şekil vermeyi severim. Böyle değişik pastaların yapıldığı kafelere de gidiyorum. (...) İçki servisinin olduğu bir mekâna vs. oralara gitmiyorum yani mesela başımıza gelmişti bir kere. İlk defa girdiğimiz bir yerdi menüye baktığımızda içkiler gördüğümüz an biz annemle kalmıştık (G2K, 25, Ankara).

Yeme-içme mekân tercihleri konusundaki soruya verilen cevaplar göz önüne alındığında temizlik/hijyen en önde gelen kriterlerden birini oluşturmaktadır. Aynı zamanda yeme-içme mekânında çalışan kişilerin üslubu, tüketilen yiyeceklerin lezzeti ve fiyatı da ayrıacı olmaktadır. Kişilerin ödedikleri ücret ile aldıkları hizmet arasındaki ters orantı, yeme-içme mekânlarından bireylerin tercihlerini etkilemektedir. Hem Ankara da hem de Adana araştırma sürecinde katılımcıların hem fikir olduğu bir diğer husus ise bir yöre ile özdeşleşen ve ismi anıldığında ilk akla gelen meşhur yiyecek ve içeceklerin, o şehirde yemenin gerekliliğidir. Farklı yerlerde aynı adla servis edilen birçok yiyecek, kendi menşei memleketindeki tadı ve lezzeti yakalayamamaktadır. Bunda yemeğin içine konulan malzemelerin o çevrede yetişmesi ve onu pişiren ustaların o yöresel ürün geleneği içinde büyümesi önemli faktörlerdir. Aynı zamanda bireylerin damak tatlarının da gelişmiş olması ve menşei şehirde yenilen bir yemekle farklı şehirlerde yenilen yemeğin arasındaki lezzet değişimini fark etmesi anlamında önemlidir. Katılımcı bu konu hakkında yaşadığı bir olayı şu şekilde anlatmıştır:

Dikkatimi çeken yerde gidiyorum, arkadaş tavsiyesiyle de gittiğim yerler oluyor tabii ki. Hijyen önemli. Çatal bıçak zaten kendini belli ediyor temizlik konusunda. Masada ekmek kırıntıları var mı, bardaklar temiz mi onlara dikkat ederim. (...) Adana kebabını, Adana'dan başka yerde yemeyeceksin başka yerde gerçekten hiç güzel yapmıyorlar. İzmir'e akrabalarımızı ziyarete gittiğimizde dışarda yemek yiyelim dedik. Eşim çorba istedi bende canım istedi, kebab sipariş ettim. Sonra eşim bana Adana'yla burada yapılan aynı olmaz başka bir şey ye dedi ama fikrimi değiştirmedim. Siparişler geldi, geldi de tabağımdaki hiç Adana kebabına benzemiyordu. Fazla pişmemiş yanında pılav var, yağlı ekmekleri yok denecek kadar az. Baktım, ben bunu yiyemeyeceğim garsonu çağırdım vallahi kusura bakmayın ben bunu yiyemeceğim elimi dahi sürmedim bana başka bir şey getirin dedim. Daha yemeden anlamıştım. Nerede hangi yiyecek meşhursa orada yemek lazım (G16K, 51, Adana).

Tavsiye, tecrübeyi yansıtır. Ancak bunun kişilerde ne kadar karşılık bulacağı ise toplumsal tecrübenin arka planını yansıtmaktadır. Damak tatlarına uygun olduğu düşünülen ve gerek sosyal medya gerekse de kişiler üzerinden alınan tavsiye üzerine gidilen yeme-içme mekanlarının bireylerin memnuniyet düzeylerini karşılamaması olasılık dahilindedir. Kebab restoranlarının tercih edilme nedenleri üzerine yürütülen çalışmada (Canoğlu ve Ballı, 2018, s. 35-36) yiyeceklerin tadı, tazeliği ve temizliği, tüketicilerin ödediği paraya değmesi ve fiyatı önemli bir kriterken Adana kebab tescil sertifikasının olması orta düzeyde önemli olmaktadır. Bu anlamda çeşitli kurumlardan alınan tesciller, gurme veya aile/arkadaş vb. tarafından verilen öneriler önemli olsa da bireylerin kendi kimliği, tabaktaki yemeğin nihai notunu vermektedir. Aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla yapılan önerilerde görsel efektlerin kullanılması veya sponsorlu tanıtımlar olması mekâna veya yemeğe dair yanıltıcı olabilecek bilgiler içerebilirken kişiler üzerinden alınan tavsiyelerde ise bireyler her ne kadar benzer sosyal çevreyi ve damak tatlarını paylaşırsalar da toplumsal tecrübenin yansıttığı kolektif kimliğin her zaman genel geçer bir niteliği yoktur. Katılımcı bu durumu aldıkları tavsiyelerden hareketle gittikleri yeme-içme mekânlarından hareketle şu şekilde ifade etmiştir:

Hem sosyal medyadan hem de arkadaşlarımdan tavsiye alırım. Eğer gerçekten görseldeki hoşuma giderse o mekâna giderim. Hani tavsiyeleri dinlerim ama görsele de bakarım. (...) Biz Gaziantep gezmeye gitmiştik. Orada yöresel ürünlerle çok güzel yemek yapan bir yer var dediler. İmam Çağdaş ismi. Çok meşhur dediler mutlaka gidin. Bizde gittik. Zaten içeri girdiğinde bizi ağır bir koku karşıladı. Adamlar o kadar sorumsuzca davranıyor ki sen garsonun peşinde koşuyorsun, oturacak yer bulamıyorsun, bir de o kadar saçma sapan bir

masa düzeni var ki. Salatayı böyle kafana atar gibi getiriyorlar. Ye de kalk gibi davrandılar. Bir de küşleme sipariş etmiştik, pişman olduk o kadar lezzetli değildi. (...) Adana'da da arkadaşımız Cihangir'i tavsiye etti, kebablarını övdü özellikle. Oraya da gittik bin pişman olduk. Etleri hiç hoşumuza gitmedi. Kaburga ve kuşbaşı sipariş ettik. Etleri çiğne çiğne çiğne yutamadım yarısını peçeteye attım. Aradan zaman geçti, yol üstü diye tekrar Cihangir'e gidelim dedik. Eşim özellikle iyi pişsin dedi. Bu seferde etler istediğimiz gibi pişmemişti, lezzetli değildi. (...) Biz iyi pişmiş seviyoruz eti yani kebab olur, kuşbaşı olur. Az pişmiş falan yenmez burada. Yani tavsiye bir yere kadar etkili oldu. Kendimiz tecrübe edince memnun kalmadık (G21K, 33, Adana).

Gıdaların ve çeşitli besin gruplarının bir yemek halini almadan önce insan sağlığını tehlikeye atmayacak şekilde temizlenmesi hayati bir konudur. Gıda zehirlenmeleri başta olmak üzere besinlerin muhafaza koşulları, temizlenme şekilleri veya son tüketim tarihleri gibi parametreler gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesinde özel bir öneme sahiptir. Özellikle dışarıda yenilen yemeklerde yemeğin hazırlanış safhasının genellikle görülmemesi, bireylerde bir tereddüt oluştururken aynı zamanda masaya gelen tabak-çatal üzerindeki rahatsız edici hijyen eksikliklerinin bulunması, bireylerin mekân tercihlerini etkilemektedir. Kırmızı et özelinde değerlendirildiğinde ise özellikle batıdaki birçok mutfak kültüründe özellikle bonfile, antrikot ya da nuar gibi etler; az (rare), az-orta (medium rare), orta (medium), orta-iyi (medium-well), iyi (well done) gibi (Et Pişirme Dereceleri, 2021) farklı pişirme dereceleri ile müşterilere sunulmaktadır. Ancak özellikle az ve az-orta pişmiş etlerinin içerisindeki pembelik/çiğlik Anadolu ve yöresel mutfak kültürü içerisindeki et tüketim biçimi ile bağdaşmamaktadır. Anadolu ve yöresel mutfak kültürlerinde kırmızı et, iyi pişmiş bir şekilde tüketilmektedir. Etin iyi pişmesi konusu da ise hem Adana hem de Ankara görüşülen katılımcılar hep fikirdir. Katılımcı hem gıda hijyeni konusundaki deneyimini hem de et pişirme derecelerine ait düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir:

Yemek seçiminde, yemek yaparken veya biz bir yere giderken öncelikle temiz olması yani temiz bir yer mi ona dikkat ederiz. Helal et, kesinlikle çok önemli yani o konuda güvendiğimiz bir yer olması gerekiyor. Onun dışında temizlik zaten önemli tabak geldiğinde böyle kenarında lekeler vesaire bir şey olduğunda direkt gönderirim onu hiç yiyemem. Zaten orada böyle bir şey gördükten sonra bir daha yemek yemek istemem. Onun dışında da çiğlik yani ette mesela dışarıda yemek yediğimizde biz genelde etçil bir insan olduğum için eşim ve ben ette bir çiğlik varsa veya bir koku varsa o zaman da böyle bir yere gitmem. (...) Üniversitede yemek yemek için gittiğimiz bir makarnamız vardı, sürekli gittiğimiz bir yer. Oranında kremalı mantarlı makarnasını çok severiz, böyle tavuklu

mantarlı kremalı bir makarna. Çok gidiyordum ama bir sefer şey çıktı mantarının içinden böyle toprak gibi bir şey, yıkamadıklarından. Hala mesela kaç yıl oluyor 2016 da mezun oldum ben, hala aklıma gelir böyle unutamadığım bir şey böyle o temizlik anlamında (...) Hiç dışarıda yemedim ondan sonra mantarlı makarna ama evde kendim yapıyorum. İyice temizlendiğimden emin olduktan sonra ama o günden sonra dışarıda asla mantarlı bir makarna yemedim hatta mantarlı bir şey de çok nadir yemişimdir (G12K, 29, Ankara).

Katılımcı 9 ise müşteri sirkülasyonunun olduğu mekanları tercih ettiğini belirtmiştir. Özellikle farklı yaş grupları ve çevrelerden bireylerin tercih ettiği mekanlar, toplumsal damak tadı ve lezzet açısından kapsayıcı bir niteliğe sahip olduğu için yemeklerin kalitesi ve güvenilirliği konusunda da belirli bir kilometre taşı oluşturmaktadır.

Genelde şöyle bakarım, güzel bir yer olsun, rahat edebileceğim bir yer olsun. Hani böyle göze hitap eden beğenilen ve doyurucu bir yer olmalı. Aspava dediğimiz veya Konya Mevlâna dediğimiz lokantalar var. Buraların hem yemekleri lezzetlidir hem de fiyatları uygundur, bütçeyi aşmaz. Ailecek de gidebilirsiniz bu yerlere. Verdiğin paranın karşılığı almak istersin bir restorana gittiğinde. (...) Ondan ben bu gibi yerleri tercih ediyorum. (...) Mekânın temizliği önemli bir de şu var bazı yerler vardır, bakarsın üç günlük yemek kalır. Neden? Fazla müşterisi yoktur. Ama sürekli devir daim yapan yerde her zaman yemek; taze, lezzetli ve temizdir. Müşterisi çok olan yer, her zaman tercihimdir. Çünkü öyle bir lokantada hiçbir zaman dünden yemek kalmaz. Çünkü kalmaya fırsat kalmıyor ki. (...) Buna dikkat ederim. Bu önemli bir kriterdir benim için (G9E, 42, Ankara).

Görüşme sürecinde birçok katılımcı gibi müşterisi devir daim yapan mekanların hem lezzet hem de ücret açısından tercih sebebi olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda şehirlerarası seyahat sırasında tercih edilmesi gereken mekanları iş gereği hayatı yollardan geçen ve farklı mekanlarda tadım yapan uzun yol şoförlerinin mekân tercihlerini güvenilir bulmuştur. Farklı damak tatlarına sahip birçok insanın buluşma yeri olan bu gibi mekanlar genel toplumsal damak tadının gözlemlenebileceği önemli yerlerdir. Katılımcının cevabı ise şöyledir:

Etleri taze ve güvenilir olmalı. O sebeple bildiğim mekanlar haricinde hem ben hem de misafirimi bir yere götürmem. Salatası da belli eder mekânı. Sebzeler taze mi iyi yıkanmış mı oradan da notunu verirsin mekânın. (...) Bana göre bir de en önemli şey mekânın kalabalık olması. (...) Kalabalık demek, herkes tercih ediyorsa, müşteri sirkülasyonu varsa doğru yerdir orası. Mesela şehir dışına çıktığımız zaman herkes der ki kamyoncu nerede yiyorsa orada ye. Kamyoncunun durduğu yere gitmek lazım. (...) Kamyoncu hem ucuz hem de lezzetli yemek nerede var bilir. Bir de bunlar filo halinde kalkıyor. Aynı andan 7-8

kamyon yola çıkıyor. Bir tanesi bir yerden gıcık kapsın desin ki benim burası hoşuma gitmedi, hiçbirini girmeyiz oraya. Ama bir de o mekânı övsün herkes oraya gider. Nerede kalabalık varsa yollarda özellikle oraya gidip durulması lazım (G22E, 45, Adana).

Yeme-içme mekanlarında kaliteyi ve lezzet standartlarının sürdürülebilir bir şekilde korunması markalaşmanın oluşması için önemlidir. Bu markalaşma ise aynı zamanda bir geleneğin oluşması için ilk adımı oluşturmaktadır. Aşçı olan Katılımcı 8 için çocukluğundaki lezzetlerin günümüzde de devam ettiren ve kendini ispatlamış, uzun yıllardır yiyecek sektöründe kendine yer bulan mekanlar tercih sebebi oluşturmaktadır. Katılımcının bu konuyla ilgili düşünceleri ise şöyledir:

Çok lüks yerleri tercih etmiyorum. (...) Yani bir tabak yemek için gereksiz para harcamam. Onun haricinde bir kriterim belki meslekten olduğum için kafamda oturmuş belli yerler var ki oralara giderim. (...) Çocukluğumda Ankara geçtiği için döner deyince aklımıza Peçenek gelir. Kızılay'da bunu bilmeyen yoktur yani. Orası çocukluğumun lezzetini hala koruyor. (...) Onun haricinde göre yani ille de şu olsun dediğim başka bir yerde yok ama şey hem kendi tecrübem hem geleneksel bir restoran dediğimizde yıllardır aynı tadı korumak bu bence çok zor. Hani özellikle bu dönemde (G8E, 40, Ankara).

4.2.1. Kültürel Sermayenin Yemekle İlgili Kavramlara Yansıması

Kadınların mı erkeklerin mi güzel yemek yapar? Yemekle ilgili cevabı aranan temel sorulardan alanlarından biridir. Cinsiyet (sex) temelinde bu soruya bakıldığında kadında erkekte fizyolojik olarak yemek yapabilme donanımına sahiptir. Ancak toplumsal cinsiyet (gender) özelinde değerlendirildiğinde ise kadın ve erkeğe kültürel olarak geleneksel aktarım yoluyla inşa edilen sosyal norm ve değerler özelinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Son yıllarda değişmeyen başlayan başta iş hayatı olmak üzere toplumsal hayattaki dönüşüm, geleneksel olarak aktarılan kamusal alan ve özel alana dair rollerde de kendini göstermiştir. Geleneksel olarak kadın, yemek yapmayı bir görev veya sorumluluk olarak görürken erkeklerin bir meslek olarak görmesi kadın ve erkeğin yemek pişirme becerilerinin niteliklerinin belirlenmesinde de farklı bakış açıları ortaya koymaktadır. Erkeklerin belli yemeklere (baklava, katmer, lahmacun veya pide gibi) ait ustalık gerektiren işlerde veya profesyonel mutfaklarda daha fazla çalışması, özellikle kamusal alanda erkeklerin yemek yapmayı bir meslek olarak görüldüğünün bir göstergesidir. Kadınlar ise özel alanda bir sorumluluk gereği yemek yapmayı öncelendiği düşüncesi ve elinin daha yatkın/lezzetli olmasının vurgulanması bu anlamda altının

çizilmesi gereken bir noktadır. Ancak günümüzde hayat şartlarının zorlaşması ve kadınların kamusal alandaki varlığının artması, özel alana dair rollerin kadın-erkek arasında paylaşımını beraberinde getirmiştir. Katılımcı, yemek yapma konusunda birey olarak kişinin kendisini geliştirmesinin önemi belirtirken kendi ailesinden örnek vererek soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Eşim mutfağa girer ama yemek normal yemek yapmaz hiç yani ben görmedim. Kahvaltı hazırlar, menemen yapar öyle. (...) Kadın-erkek farkı kültürle ilgili bence. Aslında bu iyi yapar, kötü yapar değil de erkeklerin mutfağa girmediğinden kaynaklı. Bence o yüzden yoksa çok güzel yapıyorlar. Kim daha çok çalışırsa o güzel yapar. (...) Annelerimiz erkek çocuklarını kayırdılar, kız çocuklarını mutfağa koydular kültür öyleydi. (...) Ama lahmacun, pide yapanların birçoğu erkek Gaziantep'teki baklavacılar hep erkek kim kendini geliştirirse o güzel yapıyor. İyi yapıyor, kötü yapıyor olarak ayırt edemeyiz (...) Kadın da çalışıyor, erkek de çalışıyor artık. Kardeşimin eşinin bazen yemek yapmadığı oluyor mecburiyetten kardeşim yapıyor. (...) Kardeşimle eşi adliyede çalışıyorlar. Bazen nöbete kalıyorlar eşi mecbur yemek yapmak zorunda kalıyor yani. Erkekler de yapıyorlar yani böyle yapmıyor değiller, yavaş yavaş giriyorlar mutfağa. Eve kim önce gelirse o yapıyor. Ben neden korkuyorum biliyor musun? Git gide ev yemekleri kalmayacak dışarıdan yenecek diye korkuyorum ama ekonomik durum buna ne kadar izin verir bilemiyorum (G5K, 47, Ankara).

Kültürel olarak kadına atfedilen annelik ve ev hanımlığı rolleri, özel alanda yemek yapma becerisiyle ilişkilendirilip çeşitli gıda ürünlerinin “anne eli değmiş gibi” veya “hanımeller” gibi sloganlarla piyasaya sürülmesi tesadüf olmamaktadır. Aynı zamanda kadın, kamusal alandaki sorumluluğunun yanı sıra özel alanda da evin idaresi ve düzenini devam ettirme hususunda kendisi sorumlu hissetmektedir. Erkekler, daha çok günlük bir sorumluluktan ziyade serbest zaman etkinlikleri çerçevesinde yemek yapma eğiliminde olduğu görüşü, diğer görüşmeler esnasında başka kadın katılımcılardan benzer yanıtların geldiği bir soru olmuştur. Katılımcının yanıtı ise şöyledir:

Kadınlar yapar ya eli daha yatkın kadınların. Yani o annelikten gelen o ev hanımlığından gelen bir şey. İstek önemli tabi ki erkeklerde de çok büyük şefler var o ayrı bir konu ama genel olarak bence günlük hayat içerisinde ben kadınların daha güzel yaptığını ve daha eli yatkın olduğunu düşünüyorum. Bu birazda gelenek görenek. Günlük hayat içinde erkekler daha az mutfağa giriyorlar bence. O yüzden de kadınlar hani bunu hem bir görev biliyorlar hem de daha çok böyle hani ailevi şeyler bence. Kadınlar için daha önemli sağlıklı beslenmek, çocuğun sağlıklı şeyler yemesi gibi. (...) Vakti olduğunda eşimde yemek yapar,

evet yapar ama o böyle daha şey farklı, böyle makarnalar falan denemek hoşuma gider. Ama vakti olacak. Akşam eve saat beşte altıda gidip de böyle makarna deneyim diye bir şey yok. Hafta sonu vakti olduğunda veya işe gitmediği günler mutfağa girer. Onun harici bulaşığı kitlemeye çalışıyorum ona. (...) Evde bir yemek olmalı yani tencere kaynayacak. Kendini bir şeye alıştırdığında onun devam edeceğini düşünüyorum. Şu an bir senede kendimi buna alıştırdım ona göre devam ediyor. Hazıra alıştığında beslenme şeklini ona dönüştürüyor, o da olsun istemiyorum (G12K, 29, Ankara).

Gastronomik kimlik; bir toplumun özünü ve benliğini oluşturan, yiyeceklerin üretiminden tüketimine kadar geçen süreci onu diğer toplumlardan ayıracak özelliklerle nitelenmek için kullanılan bir kavramdır (Diker ve Deniz, 2017, s. 191). Mangal, barbekü veya grill gibi farklı isimler tanımlanan yiyeceklerin genellikle kömür ateşinde pişirilmesi, dünyada birçok mutfak kültüründe var olan bir tekniktir. Anadolu mutfak kültüründe de özellikle pikniklerin vazgeçilmez ögesi olan mangal gastronomik kimliğe ait bir öge olarak birçok yemeğinde odak noktasını oluşturmaktadır. Özellikle Adana'daki mangal kültürü göz önüne alındığında, Adana'daki katılımcıların büyük çoğunluğu hem kırmızı etle yapılan güveç, tava tarzı yemekleri hem de mangal ve kebab konusunda erkeklerin daha iyi olduğu düşünülmektedir. Ancak Katılımcı 30'unda belirttiği gibi her iki ilde de yürütülen çalışma neticesinde kadın-erkek tüm katılımcılar belli yemek gruplarında belli cinsiyetlerin daha baskın olarak görüldüğünü kabul edip, bireylerin kendilerini yetiştirme ve geliştirme dereceleri ile doğru orantılı olarak güzel yemek yaptıkları kanaatindeydi. Aynı zamanda yemekle ilgilenmenin kamusal alanda daha çok iş odaklı görülürken özel alanda ise bir sorumluluk olarak addedilmesi de söz konusudur. Katılımcının kendi ailesinden hareketle verdiği cevap ise şöyledir:

Aslında bu sorunun dümdüz bir cevabı yok diye düşünüyorum. Kadınlar ve erkekler eşit düzeyde. El lezzetli olduktan sonra birazda becerikli, maharetli olduktan sonra herkes yemek yapabilir. Kadınların eli yatkın olarak düşünülebilir ama benim babamda eşimde güzel yemek yaparlar. Ben kendimi bildim bileli evde hep mangal başında erkekler var. Aynı zamanda etle ilgi her şeyle ilgilenirler. Babam da yemek yapar hatta bir kadayıf yapar parmaklarınızı yersiniz. Ondan her bayram tatlıyı babam yapar (...) Eşimde evde yalnız kaldığında pilavda yapar, yoğurtta mayalar. Güveci ve kuru fasulyeyi de güzel yapar. Onun için ben şöyle diyeyim, yaratılış olarak hanımlar daha becerikli yemek konusunda, lezzet konusunda ama genel olarak da dersiniz eşit düzeyde, erkeklerde isterse yapar (G30K, 55, Adana).

Devlet Malzeme Ofisi'nde aşçı olarak görev yapan Katılımcı 8'in bu soruya verdiği yanıt, özellikle yemeklerin ya da profesyonel mutfaklardaki çeşitli bölümlerdeki (kahvaltı, sıcak, soğuk veya pastane bölümü gibi) cinsiyet temelli ayrımın gözlenmesi için önemlidir. Aynı zamanda el lezzetinin her bireye özgü bir nitelik olması özellikle bazı yemeklerin kişiler özelinde beklenen ve istenen tatlar olarak tanımlanmasını da beraberinde getirmektedir. Çalıştığı işyeri üzerinde katılımcının cevabı şu şekildedir:

Benim çalıştığım mutfakta kadın aşçılarda var. Ben özellikle çorbayı onlara yaptırıyorum. Nasıl desem daha güzel yapıyorlar. Onlarda benim yaptığımı beğeniyor ama belki de ben iş yükünü hafifletmek içinde öyle seçiyor olabilirim ama özellikle çorbaları kadın aşçılara yaptırıyorum. Mesela ben bir kabak çorbası yaparken mutlu yapmıyorum ama onlar güzel yapıyor. (...) Nurettin Bey menemen istediği zaman biz yaparız. İsim verir derdi ki Hakan bana menemen yapsın der mesela. Veya bizim Hamit diye bir ustamız var, Adıyamanlı o da kaliteli bir usta. Güveç yaptıracağı zaman adam evindeyse dahi getirtir, ona yaptırır. Farklı biri yapsa anlar geri gönderir, yemiyor. Mesela haftada bir döner çıkıyor bizde. 800 kişilik döneri ben tek başıma yapıyorum. Kimse müdahale etmiyor yani diyorlar ki sen yap. Mesela yıllık izne çıkacağım zaman menüü ona göre hazırlıyorlar. Hakan buradaysa şu şu yemekler olsun, o yoksa yemekleri değiştiriyorlar. Bu diğer ustalar içinde geçerli bu (G8E, 40, Ankara).

Yemek ya da çeşitli besinler sadece insanların açlığını gidermesinin bir aracı değildir. Yemek aynı zamanda bir anlam sistemi olarak toplumsal yapının norm, değer ve inançlarının bir göstergesi konumundadır. Yemek yemenin kutsal/manevi, etik, fizyolojik ve psikolojik saiklerden hareketle bireyler için çeşitli anlamları olabilmektedir. Üç büyük dinde de ve çeşitli inanç sistemlerinden de yenmesine cevaz verilip verilmeyen yiyeceklerin olması, çikolata gibi vücutta serotonin seviyesinin arttırıp bireyle mutluluk verdiği söylenen yiyeceklerin olması besinlerin insan vücuduna etkisinin de sadece fizyolojik nitelikli olmadığının bir göstergesidir. İslamiyet'te yemeğe besleme ile başlanıp sonunda yemek duasının okunması, yemeğin sağ el ile yenmesinin teşvik edilmesi ve özellikle helal sayılan hayvanların dahi İslami usullere göre kesilmediğinde yenmesinin caiz olmaması, bu anlamda yemeğin fizyolojik etkisinin yanı sıra ruhsal/manevi olarak etki derecesinin olduğunun görülmesi bakımından değerlidir. Aynı zamanda yemeğin şifa olarak nitelendirilmesi ise onun manevi olarak ehemmiyetini arttırmaktadır. Katılımcı,

kayınvalidesiyle yaşadığı bir hatıradan hareketle yemeğin manevi kıymetini bu şekilde dile getirmiştir:

Şimdi eşimi buradan saygıyla selamlıyorum gerçekten güzel yemek yapar. Tabii her yemeği güzel yapar demek de doğru olmaz. İnsanın bazen havasının da yerinde olması lazım ama benim eşimin de güzel yemek yapmasının sebebi kayınvalidem diye düşünüyorum. Onun da ilginç bir özelliğini gördüm. O yemek yaparken dualarla yemek yapar. Şahit olduğum için söylüyorum çorba yapıyor, çorbayı Ettehiyyatü'ü, salat-ü selamları, Sübhaneke duasını, Fatiha'yı okuyarak yapar. Çok zevk alarak yer insan o yemeği. (...) Tabii bir de işinin ehli olan insanlar var onların da güzel yemekler yaptıklarına şahit oldum. Mesela ızgaraları erkekler daha iyi yapar ama şeyleri bu sebze tarzı şeyleri hanımefendiler daha iyi yapar (G11E, 50, Ankara).

Toplumsal yapının gerçekliği ile bireyselliğin öznel doğası arasındaki en temel kavramlardan olan habitus, beğeniler ve sosyal sınıflar arasındaki ayrımın temelini oluşturmaktadır. Beğeni, sınıfsal farklılıkların ve sahip oldukları sermayelerin farklılıkları ile kendi göstermektedir (Çeğin ve Tatlıcan, 2014, s. 324). Bu farklılıklardan kaynaklı olarak habituslar hem birbirinden farklılaşmış hem de toplumsal ayrımı meydana getiren bir nitelik sergilemektedir. Her habitusun birbirinden farklı zevk ve beğeni sınırları vardır. Bir restoran sahibinin yeme-içme tercihleri, tatil anlayışları, boş zaman geçirme aktiviteleri vb. ile aynı restoranda çalışan bir garsonunkiler birbirinden farklılık göstermektedir. Bu anlamda habituslar kendi içerisinde tüm toplumsal sistemlerde kendini gösteren ayırıcı bir şemalar oluşturmaktadır. İyi-kötü, güzel-çirkin gibi tezatlar dahi kendi içerisinde birtakım parametreler belirtse de bir habitusta iyi olan bir diğerinde kötü olarak algılanabilmektedir. Pratikteki bu farklılaşmanın asıl tezahürü ise gerçek bir dil oluşturup simgesel farklılıklara dönüşmesiyle mümkündür. Bu anlamda toplumda farklı konumlara ait olan ayırıcı nitelikler birer *ayırıcı imler* görevi görmektedir (Bourdieu, 1995, s. 23-24). Bu sebeple bir toplumsal grubun gündelik hayat içerisinde verili bulduğu bir yemek, restoran tercihi bir diğer toplumsal grup için ulaşılması zor olabilmektedir. Ayırıcı imlerden birini oluşturan lüks, ifrat ve tefrit arasında insanın satın alabileceği veya gösteriş olarak tüketebileceği, maddi-manevi her türlü öğede ifrada yakın olan her şeydir. Lüks öncelikle ekonomik sermaye ile ilişkili bir kavram olarak düşünülse de aynı zamanda kültürel sermayenin başat rol oynadığı bir kavramdır. Aynı zamanda da hem nitelik hem de nicelik

anlamında çeşitli parametreleri olsa da lüks her dönemde var olan ve toplumsal sınıflar var olduğu sürece de varlığına devam edecek bir kavramdır. Katılımcının kendi çocukluğundan hareketle çikolata üzerinden lüks kavramının kendisi için ifade ettiği anlamı şu şekilde anlatmıştır:

Şu anda lüks kavramını çok değiştiğini düşünüyorum. Lüks kavramı şeydi eskiden annelerimiz için lüks olan şeyler şimdi lüks değil, sıradan ihtiyaç. Benim çocukluğumda muz büyük bir lüks iken şimdi yani gayet tüketilebilir bir şey ama bu sefer de şöyle sorun çıktı ekonomik olarak güç yetme. Bolluk olarak daha fazla artık ama yine aslında şey yani alım gücüne göre yani alamayana da yaygınlaşması çünkü alım gücünü artmadı. (...) Benim çocukluğumda yaş pasta bulunmazdı, göremezdik. O yaş pastayı almak istesen de çok nadir birkaç tane dükkân vardı onu da bulamazsın o yaş pasta lükstü mesela. Çikolata büyük bir lükstü öyle hemen senin ulaşabileceğin bir şey değildi. Şimdi marketteki en görünen rafta çikolata var artık. İstedğin çeşidini ucuz-pahalı, kaliteli-kalitesiz alabilirsin. Eskiden mesela bu ayrım yoktu. Şimdi eskinin lüksünü sağlayan şeyler aslında şimdi yine lüks benim gözlemim. Kaliteli bir çikolata aldığın zaman yine lüks ama eskiden kalitesizi yoktu. Şimdi kalitesiz de olduğu için yani o yüzden aslında şimdi lüks var. Şu anda mesela meşhur bir yerden daha kaliteli bir ürün almak istediğinde aslında yine lüks. Eskiden sadece o vardı şimdi onu kalitesiz versiyonu da var, lüks olmayan da ulaşabilir artık (G7K, 46, Ankara).

Katılımcı 11 ise lüks kavramını özellikle dışarıdaki yeme-içme mekanları ile ilişkilendirerek yemek haricinde alınan ücretlere dikkat çekmiştir. Aynı zamanda yeme-içme mekanları yemeklerin lezzeti, temizlik hususları ve fiyatı önemli bir parametreler iken aynı zamanda alınan hizmette (servis hızı vb.) önemli bir yeri olmaktadır. Mekânın işletmecisinden garsonuna kadar müşterilere karşı tutumu bireylerin bir yeme-içme mekanına gidip gitmeme tercihlerini etkilemiştir. Bu alanda yapılan farklı çalışmalarda da (Albayrak, 2014; Badem ve Öztel, 2018, s.83-84) altını çizildiği üzere yeme-içme mekanlarından çalışan bireylerin müşteri ilişkileri konusunda eğitilmesi, servis hızı konusunda iyileştirmelerin yapılması, restoranın atmosferi, ücretsiz otopark veya çocuk oyun alanları gibi yemek dışı hizmet alanlarında da kendilerini geliştirmelidir. Aynı zamanda mekanlardaki lüks kavramının karşısında konumlandırılacak cömert ve alicenap olma niteliklerinin mekân seçiminde belirleyici olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda bu nitelikler, yemeğin sadece tüketilen ürün olmasının ötesine geçerek toplumsal bir anlamı olması açısından da değerlidir. Katılımcının cevabı ise şu şekilde dile getirmiştir:

Lükse tamamen karşıyım. Ankara şartlarında düşünelim çok iyi yemek yapan yerler var ama bazı yerler var ki adını koyuyor, adı üzerinden bir piyasa oluşturuyor. Mesela kalkıp da o piyasanın olduğu yerlere gitmeyi gerek görmem yani bunların lüzumsuz görürüm, israf görürüm. Lüks dediğimiz zaman gereksiz bir harcamanın olduğu ortam akla gelir. Ben o ortamları tercih etmem. Ankara’da bazı balıkçılar var mesela bunlar lüks olarak algılanıyor. Oraya gittiğin zaman ben mesela belli bir çeşit balığı yerim ve israf olmaması için özen gösteririm. Lüzumsuz şeyleri almam mesela tek çeşit yerim. (...) Bir yerde aradığım şey damak lezzetidir. Mesela bir yerde kazıklandığımı düşünürsem bir daha oraya gitmem. Var mı? Var öyle yerler. Gittim mesela adam su koyuyor masaya suyu içmemişim suyu parasını hesaba dahil etmiş. Çok büyük bir para değil ama bu etik değil. (...) Bir mekânda neye bakarım esnafın cömert ve alicenap olmasına önem veririm. Gittiğim yerdeki o şeyliği nasıl diyelim hoşgörü ve cömertliği hissedersen devamlı giderim ama o cömertliği değil de kılı kırk yarırsa ıvıra zıvıra para kesiyorsa öyle bir yere gitmek istemem bir daha (G11E, 50, Ankara).

Katılımcı 20 ise lüksü farklı mutfak kültürlerinden alınan tabirlerle ve tekniklerle aynı ürünün farklı bir şekilde müşterilere sunulması olarak tanımlamaktadır. Aslına bakıldığında kendi içerisinde birtakım farklılıkları barındırsa da marinasyon süreci ile avcarlamak çeşitli baharat, taze otlar, yağ veya asidik bir malzeme ile etin bir süre bekletilme sürecini ifade etmektedir. Ancak bu sürecinde farklı kavramlarla ifade edilmesi ve pizza-pide veya köfte ekmek-hamburger gibi birbirine benzer ürünlere ortaya çıkan yemeklerin kamuoyunun popüler kültür kaynaklı yerleşmiş fikirleri yemek kültürünü de etkilemektedir. Katılımcının cevabı ise şu şekildedir:

Yiyecek ve içeceğin lüksü yok, sadece tanımlaması var. (...) Lüks bir restoran diye gittiğiniz yerde normal bir dana etini size satmak için yok şununla marine ettik yok bu sosu kullandık bir sürü şey söylüyorlar. Yani lüks diye bir şey yok yemekte ama fiyatta lüks var. Evet, yemeğin tadı aynı, etin tadı aynı farklı bir şey yapmıyorsun sadece dış kültürlerden aldığın marine ettik lafı var. Marine ne ki? Ona bakarsan bizde eti, tavuğu yoğurtla baharatla salçayla avcarlarıyoruz. Bu da mı lüks oldu şimdi. Özümüzü kaybediyoruz çünkü internetle reklamlarla sürekli buna maruz kalıyoruz. Tabağın içinde bir parça et yanında da ne bileyim patates püresi, kaç kişi bununla doyar? Ya da kaç kişi Adana kebabına bunu tercih eder? (...) Yani şu anda tek bir amacımız var. Çalma-çırpma, hile yapmak yemekten çalışıyorlar. Şimdi adam etin içine 40 tane madde karıştırıyor. 100 gramlık bir et, 400 gram oluyor. Senin yiyeceğin bir porsiyon Adana kebab 70 lirayken bir mekâna gidince 200 liraya çıkıyor. Yani lüksün bir mantığı yok çünkü hammadde belli ama onu nasıl servis ettiğin fiyatını değiştiriyor (G20E, 43, Adana).

Katılımcı 13 ise diğer birçok katılımcı gibi lüks kavramını mekanlarla ilişkilendirmiştir. Aynı zamanda diğer birçok katılımcı gibi kırmızı etin lüks yiyeceklerin temelini oluşturduğunu belirtirken ekonomik sermaye ve kâr-zarar dengesinden hareketle ev bütçesini düşündüğünü için dışarda yemek yeme kültürünün fazla olmadığı bu şekilde dile getirmiştir:

Lüks aslında yiyecek değil yani dışarıda bir yemek yemek lüks, aslında mekanlar lüks. O ücretin çoğunu kendine alıyor açıkça söylemek gerekirse. (...) Bence et lüktür. Bir çorba içersen, çorba tabii ki uygundur veya da sebze yemeği falan. Ama dışarıda et yemek daha pahalı olur. (...) Bir de memur eşiyim ben. Eşimin gelirinden dolayı aile bütçesini düşünmem lazım. Ben bir kilo etle birkaç çeşit yemek yapabilecekken o parayı bir kere de gidip restoranda verebiliyorsun. Bir akşam yemeğinde, mekanlar ücreti alıyor gibi geliyor bana baya pahalı oluyor. (...) Arada sırada da olsa tabii ki gidiyoruz ama evde daha tabii ki daha ekonomik. Lüks şöyle yani bence genel olarak et yemekleri lüktür herhalde bilmiyorum ki yani çok aşırı lüks bir yere gitmedim (G13K, 44, Ankara).

Etimolojik olarak Fransızca *gourmont* kelimesinden türeyen *gurme*²⁹ kavramı, 18.yüzyılda şarap tadımcısı veya komisyoncusu anlamına gelmektedir (What Does Gourmet Cooking Mean?, n.d.). Günümüzde ise bir kişinin *gurme* olarak nitelendirilmesi için gelişmiş bir damak tadına sahip olması katılımcıların verdiği cevapların ortak özellik niteliğini oluştururken aynı zamanda hem sahadaki araştırma sürecinde hem de literatürdeki ilgili yerler incelendiğinde yemek pişirme bilgisine ve rafine zevklere sahip olup olmaması veya yüksek kalitede, nadir bulunan yiyecekler üzerinden de kavramı niteleyenler vardır. Ancak Anadolu kültürü göz önüne alındığında herhangi bir iş kolunda yılların getirdiği tecrübe ve maharet sonucunda elde edilen ustalık önemli bir yere sahiptir. Yemek alanı göz önüne alındığında ustalık sadece lezzetli yemek yapman değil aynı zamanda yemeğin lezzetinden de anlayan ve bu doğrultuda bir sonraki nesle el verip yetiştirme söz konusudur. Aşçı olan katılımcı, *gurmeyi* ustalık kavramı üzerinden işin mutfağını da bilen aynı zamanda bu alanda uzun yıllar emek verip uzmanlaşan kişiler olduğu şu şekilde dile getirmiştir:

Benim için *gurme*, rahmetli babamdı. Babam yemek konusunda seçiciydi ama yediği yemeğin kokusundan nasıl yapıldığını tarif edebilecek bir yapıya sahipti. Babam

²⁹Gurme kelimesi, TDK Güncel Türkçe Sözlüğünde ise “tatbilir” olarak yer almaktadır. Detaylı bilgi için bkz. <https://sozluk.gov.tr/>

Ankara'nın ilk dönercilerindendir. 8 yaşında başlamış çırak olarak 73 yaşında vefat edene kadar çalıştı. Hatta vefatına üç gün kalana kadar yani. (...) Çalıştığım için çevremde değerli ustalarım vardı hep. Yemeğin tencere çıkardığı sestten nasıl bir lezzet olacağını kestiren insanlardı. (...) Eski ustalar, gurmeler yani bir testiden çıkan buhardan bu yemeğin ne kadar, nasıl piştiğini bilen insanlardır. Ama şu anki testiye görmüyor. Önüne geliyor sadece tadına bakmayı biliyor bitti, tabakla bitmiyor. Öyle tabakta değil iş, yemek için mutfaktan başlamak öyle o bıçağı vuruşunu görmesinden başlamak gerek (G8E, 40, Ankara).

Katılımcı 13 ise gurme ile ilgili genel olarak yapılan tanımları birleştiren bir nitelikte verdiği cevapta hem damak tadının gelişmiş olmasını hem de yemek yapma becerisine sahip biri olmasının altını çizmiştir. Günümüzde market alışverişleri de artık tek bir tık uzakta olmaktadır. Ancak özellikle Anadolu kültüründe de var olan pazar kültürü ve manav veya marketten kendi eliyle seçerek sebze-meyve vb. ihtiyaçlarını gidermek yaygındır. Katılımcı bu hassasiyetini ve gurme tarifini şu şekilde yapmıştır:

Çok gezen ve gezdiği yerde çok tadım yapan biridir yani çeşitli tatları deneyen biri (...) bence gurmedir (...) Sadece yemek yemeyi seven kısım da var ama pişirmesini de bilmeli öyle yaparsa tabii ki daha güzel olur. Çünkü işin mutfağında bilmiş oluyor bu sefer sadece önündeki tabağa göre değerlendirmiyor. İyi bir gurme olmak için ya da iyi bir aşçı olmak için tabii ki malzemeyi de bileceksin. Ben mesela mutfağında her şeyi kendim elimle alırım almayı severim. Mümkün mertebe eşimin almasını istemem. Çünkü beğenmiyorum. Kendim yapacağım şeyi o babamdan aldığım bir özellik babam da öyleydi her şeyi elimle almak sebze meyveyi elimle seçmek isterim mümkün mertebe. Zaten etimi, sebzemi, baharatımı alacağım yerler bellidir. Gidip kendi elimle alırım böyle olunca daha çok içime siniyor (G13K, 44, Ankara).

Lezzetli yemek, kaliteli üründen geçer. Çünkü bir yemeğin sofraya gelme aşamasına kadar pişiren kişiden, pişirme tekniklerine kadar birçok faktör etkili olsa da yemeğin içinde kullanılan malzemeler başat öneme sahiptir. Burada asıl kastedilen malzemelerin taze olması veya son kullanma tarihinin geçmesi gibi niteliklerden ziyade ürünlerin geleneksel usullerle doğasına sadık kalınarak üretilmesidir. Üretilen sebze-meyvelerin zararlı kimyasallar veya GDO'suz üretilmesi veya tavukların hem et hem de yumurta üretimi için biyolojik olarak farklı fabrikasyon sistemlerinin kurulması bu örneklerden bazılarıdır. Bu sebeple

geleneksel yemeklerin korunması³⁰ aynı zamanda gıda üretiminden geçmektedir. Toprağın ve suyun kirlenmesi, hızlı nüfus artışı ve buna bağlı olarak tarım alanlarının yerleşime açılması, iklim değişikliği ve küresel ısınma gibi faktörler yemeğin ana ögesi olan malzemeleri etkilemektedir. Bu nedenlerden dolayı bireylerin birçoğu kendi güvendiği, eliyle görüp seçerek aldığı malzemeler yemek yapma eğilimindedir. Bu ise aynı zamanda kuşaklar arasındaki alışverişe yaklaşımı da yansıtmaktadır. Katılımcı, annesi ile yaşadığı bir olay üzerinden soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Damak tadı iyi olmalı lezzetten anlamalı bence. Yemeğin tadını tuzunu da bilmeli içindeki kullanılan malzemeleri de bilmeli. Sadece önüne gelen yemeğe olmuş-olmamış demek yeterli değil. Bu konuda annem çok maharetlidir. Baklavasından içli köftesine kadar her şeyi yapar hem de tadını da iyi bilir. Annem mutlaka mutfağa alışveriş yapılacağı zaman kendisi gider, seçer, alır. Geçen ısrar ettim ne lazımsa işten dönerken alırım sen söyle dedim. (...) Salata malzemesi yokmuş evde. Bana kalsa ben önemsemem salata, salatadır yani. Ama annem öyle düşünmüyor. Domatesi iyi seçmek lazım sonuçta sadece salata için alınmıyor artan evde birkaç gün daha kalacak ona göre seçmek lazım. Rastgele almakla olmuyor. Neyse eksikleri aldım eve geldim, annem poşeti açtı dedi ki bu domatesi çok aradın mı? Bu marulu kimden aldın? Hangisi sıradaki satıcıdan aldın? Baştaki satıcıdan alacaktın gibi bir sürü şey söyledi. Çünkü annemin pazarda dahi alışveriş yapacağı tezgâhı bellidir (G31K, 26, Adana).

Yazdan kış için çeşitli sebze ve meyvelerin farklı teknikler kullanılarak muhafaza edilmesi, Anadolu mutfak kültüründeki yaygın bir hazırlıktır. Ancak bu hazırlık için besinlerin alındığı yerler de önemlidir. Besinlerin bir yiyeceğe dönüşmeden önce bir ham madde olduğu zaman dahi belli yöre veya şehirlerle özdeşleştirilmesi söz konusudur. Gaziantep'in kurulukları, Amasya'nın çiçek bamyası, Malatya'nın kayısısı, Aydın'ın inciri veya Trabzon'un tereyağı gibi birçok malzeme bu anlamda örnek olarak verilebilmektedir. Bu durum aynı zamanda coğrafi işaret konusunda da önemli bir parametreyi oluşturmaktadır. Katılımcı hem kış hazırlığı yapmak aldığı besinlerde hem de günlük alışverişinde dikkat ettiği hususları şu şekilde dile getirmiştir:

³⁰ Geleneksel yemeklerin korunması adına kaz ciğeriyle ilgili New York'ta alınan karar dikkat çekicidir. Fransız mutfağının ünlü aperatiflerinden olan pate veya foie gras olarak adlandırılan kaz ciğeri, kazların daha kısa sürede yağlanması için çeşitli şekillerde hayvanların zorla beslenmesinden ve geleneksel tadın bozulduğundan dolayı New York'ta 2022 yılı itaatiyle yasaklanması kararı yasa ile alınmıştır. Ancak bu karar eyaletteki üreticilerin itirazı sonucu bozulmuş ve tekrar kaz ciğeri satışı başlamıştır. Detaylı bilgi için bkz. <https://www.restaurantbusinessonline.com/food/nycs-foie-gras-ban-overturned>

Bizim Çukurova için salça çok önemli. Salçayı mümkün olduğunca biz kendimiz elimizle yaparız. (...) Salça dediğim benim biber salçası, domates salçasını da evet tüketiyoruz da o kadar değil. Karaisali taraflarındaki salçalık biberlerden alırız. Temizler, çeker, damlarda güneşe serer kuruturuz. Annem tarhana yapar ama diğer yörelerdeki gibi toz tarhana değil, yarmadan yoğurtla yapar, kurutur. Onu kışın özellikle pişiririz. (...) Et özellikle hassas bir konu. O yüzden senelerdir burada bir düzenimiz var. Belli yerlerden etimi, tavuğumu alırım. (...) Aslında senelerdir burada yaşadığımız için artık esnafa bizi tanıdığı için zaten dükkâna girdiğimiz zaman ne alacağımızı biliyorlar. Bizde onlara güveniyoruz. (...) Balığı ise Yumurtalık ya da Karataş'tan taze taze getiren yerler var yiyeceğimiz zaman oralardan alırım. Yazdan kış için biber, patlıcan kuruturum, domatesi de konserve yapmayı ve buranın süs biberinden turşu yapmayı ihmal etmem. (G30K, 55, Adana).

Özellikle piyasada fiyat bazında diğer ürünlere göre daha fazla ücretlere satılan kırmızı et, tavuk vb. ürünlerin üretim aşamalarının değişmesi sebebiyle lezzet değişiminden daha fazla etkilenmiştir. İnsan sağlığını doğrudan etkileyen gıda alanında yapılan sahtecilik, tağşiş veya hileler hem çeşitli hastalıklara zemin hazırlarken aynı zamanda da geleneksel mutfak kültürlerinde tahribata yol açması mümkündür. Katılımcı, gıdaların üretim şekillerinden hareketle yaşanan tat değişiminin yemeklere yansısıyla ilgili bunları dile getirmiştir:

Damak tadı konusunda iddialı biri olmalı. Yemeğin içinde ne var ne yok anlamalı hatta kokusundan anlamalı. (...) Yemek pişirmesini de bilmeli tabii. O yemek mutfakta nasıl hazırlandı içine ne kondu bilmeli yani sadece tadına bakmakla gurme olunmuyor bence. (...) Ama şu an yediğimiz yemeklerle 10 yıl öncesine kadar yediğimiz yemekler aynı tatta değil. Her şeyin içine hormon, GDO, katkı maddesi vesaire girdi. Mesela eskiden köy tavuğu vardı. Eti sertti düdüklüde pişerdi ancak. Ama eti öyle lezzetliydi ki kırmızı eti aramazdınız. Şimdiki tavukları koyun normal tencereye en fazla 20 dakikaya pişer. (...) Onun için biri gurme olacaksa önce onun önüne lezzetli, doğal ürün gelmeli yoksa artık her şey fabrikasyona döndü (G21K, 33, Adana).

Bilimsel bilgi, kümülatif bir şekilde çağlar boyu aktarılsa da her zaman genel-geçer bir niteliği yoktur. Araştırma yöntem ve tekniklerinin gelişmesi, olay ve olgulara bakış açılarının değişmesini de beraberinde getirmektedir. Geleneksel olarak toplumsal hayat içerisindeki tecrübelerden hareketle oluşan, çeşitli alanlara dair sağduyu bilgisi ise yerleşmiş birtakım alışkanlıkları barındırdığı için değişim süreci nispeten daha yavaş bir seyir izlemektedir. Özellikle çeşitli uzmanlar tarafından, yapılan araştırmalar dayanak gösterilerek bazı gıdalara/yemeklere yönelik açıklamalar hem toplum nezdinden hem de kuşaklararası tecrübelerde bir tezat

oluşturmaktadır. Toplumdaki tüm bireylerin tıp biliminin sağladığı bilgi birikimine sahip olması beklenemez. Ancak “kişi kendinin doktorudur” önermesi hala geçerliliğini korumaktadır. Bireylerin vücutlarının işleyişlerini tanıması, kendilerine iyi gelip gelmeyen şeyleri bilmesi ve kültürel olarak hem aile hem de toplum özelinde aktarılan bilgilerden faydalanması önemlidir. Katılımcı, bu durumu kendi büyüklerinden hareketle özetler nitelikte şunları anlatmıştır:

(...) Benim babaannemin hekimidir. Bir hastalık falan olduğu zaman bizim ismini dahi bilmediğimiz otları karıştırır, ilaç yapardı. O zaman örf ve adetlerden gelen şeyler doğru geliyordu ama şimdi karıştı her şey. Karıştığı için neyin doğru yanlış olduğunu yumurta yiyelim mi yemeyelim mi? Tereyağı yiyelim mi yemeyelim mi? Bir arada bize zeytinyağını yasakladılar. Tereyağı yemeyin kalp hastası olursunuz falan dediler. (...) Allah’tan bir Canan Karatay diye biri çıktı da lahmacun yiyin, kelle paça için, tereyağı yiyin dedi. (...) Bir olayı anlatayım. Annem doktora gidiyor, kalp damar hastası kendisi. Doktor diyor ki kesinlikle tereyağını ağzına sürmeyeceksin. Annem de doğuda büyümüş, çocukluğu tereyağın içinde geçmiş. Annem diyor ki geldim eve sıvı yağla yemeklerini yapıyorum. Birkaç gün sonra diyor ki kızım merdiven çıkamadım takatim kalmadı. Sonra da dedi ki ben vallahi ölsem de bu tereyağını yiyeceğim. Tereyağını yiyince dizlerime fer geldi, yok yok ben doktorların dediğini yapmıyorum dedi (...) Yani demek vücudu tereyağı istiyor, annemin vücudu alışmış. Şimdi mesela ben yesem o kadar tereyağını belki kolesterol hastası olurum. (...) Benim dedem gözümün önünde tereyağı içerdi ama ne şekeri vardı ne kolesterolü vardı. Bizim orada sade yağ yaparlar şimdiki gençlik için yeni yeni öğrenilen şeyler ama bizim babaannelerimiz taa yüzyıllar öncesinde bilirdi. Tereyağını eritir, tortusunu alır kalan sadeyağı dedem içerdi. Ama dedem var ya o kadar güçlü kuvvetliydi ki. Şu an babam da 70 yaşında ve doktora hiç gitmemiş, tereyağı ve etle besleniyor. Yediği bal, süt, tereyağı. Şimdi de peynir yağı vücudu yoruyor diyor şu anki doktorlar. Ama babam o kadar zayıf ki. (...) İlçede çok sevilen bir insan. Götürmüşler hoca efendi gel biz sana check up yaptıralım demişler. Check up’a koymuşlar hiçbir şey çıkmamış. Sadece dişleri biraz çürümüş (G4K, 46, Ankara).

Bireylerin hem kendi yemek tercihleri hem de aile içerisinde yemek tercihleri kimi farklılıklar gösterse de misafir menülerinde belli başlı benzerlikler vardır. Misafir için hazırlanacak yemekte özellikle kırmızı etin tercih edilmesi, sofradaki yemek çeşidinin fazla olması ve tatlı tercihinde ilk sırası çoğunlukla şerbetli tatlıların olması katılımcıların verdiği cevapların ortak özellikleri olarak görülmektedir. Yöresel yemek ise özel günlerde yapılan yemek türleri arasında yer almaktadır. Bunun sebebi ise yöresel yemeklerin çoğunlukla emek isteyen ve ağır yemekler olmasıdır. Aynı zamanda görsel ve sosyal medyadaki yaşanan dönüşüm neticesinde

farklı yemek kültürlerine ait lezzetlerden bireylerin damak tadı ve kendi yemek kültürüne yakın gördüğü yemekleri denemelerinin önünü açmıştır. Bu anlamda yemek kültürleri hem mikro hem de makro alanda değişim içerisindedir. Katılımcı, bunlardan hareketle soruya bu şekilde cevap vermiştir:

Ramazan'ın birinci günü keşkek yaparım. Babaannemler, annemler hep yapardı ben yapıyorum, büyükler yapmışsa vardır bir bildikleri diye. Hem berekettir. Özellikle de çocuklarım da görsün, bilsin onlarda bu geleneği devam ettirsin istiyorum. Düğünlerde veya cenazelerde mutlaka kazan helvası yapılır. Un helvası ama sütle yapılıyor. Eskiden köyde bu helvayı yapmak için annemi çağırırlarmış. Daha sonra da dolma, börek hep olur yani. (...) En son misafirime hazırladığım menüde içli köfte vardı yine pilavı, etli kuru fasulye vardı salata ve turşu vardı. Ana yemeğim değişse de mutlaka içli et olan bir şey yaparım. Tatlı olarak tiramisu vardı. (...) Şerbetli tatlıda yaparım mesela Erzurum'un kadayıf gibi ama o gün tiramisu yapmıştım. Yöresel şeyleri daha çok bayramlarda, düğünlerde, özel günlerde yapıyorum onun harici yani tabi internetten de faydalanıyorum. Çeşitli çeşitli tatlılar yapıyorum (...) Sonuç olarak ben içine ne koyduğumu biliyorum. Mesela orijinalinde tiramisunun içine içki konuyorsa bile hani biz kendimizin damak tadına ne hoş geliyorsa öyle yapıyorum. Ben şeye karşı değilim hani çeşide karşı değilim. Dünya globalleşti internet çağındayız. İnternetten bakınca İngiltere'nin yemeklerini de Amerika'nın yemekleri de görebiliyoruz gerçi oranın yemekleri bana tuhaf geliyor ama Batılılarında olsa güzelse alıyorum (...) Farklı şeyler öğrenmeyi çok seviyorum. (...) Bu yazın popüler tatlılarından biri de hani şeydi trileçeydi. Ben çok severim ama şimdiye kadar şahsen bilmezdim (G4K, 46, Ankara).

Yemek kültürü, toplumsal yapı içerisinde hem makro hem de mikro alanda dahil olma veya dışlanma şeklinde sınırlar çizen bir örüntü izlemektedir. Evdeki öğünlerin belirli toplanma düzenleri gerektirmesi, -hangi öğünde hangi sırayla nelerin yenileceği gibi- aynı zamanda paylaşılan gıdalarında sofraya dahil edilen kişilerin niteliğinde etkilemektedir. İçecekler genellikle yabancılar, tanıdıklar, işçiler ve aile içindir. Yemekler ise yakın arkadaşlar, konuklar ve aile içindir. Kime neyi ikram edileceğini belirleyen sınırlar ise yakınlık veya mesafeyle ilgilidir. Bu anlamda yemek, ailenin sembolik ve duygusal sınırlarının belirlenip toplumsallaşmanın gerçekleştiği birlikteliklerdir (Beardsworth & Keil, 2011, s. 127-128; Douglas, 1975, s. 256-257). Misafir menülerini oluştururken ise tüm katılımcıların ortak kıstaslarından biri de gelecek misafiri tanıma ve dolayısıyla damak tadının bilinip bilinmemesidir. Anadolu kültüründe misafire gösterilen ihtimam göz önüne alındığında sevmediği veya yiyemeyeceği bir yemek ikram edilip misafirin evden

hoşnutsuz bir şekilde uğurlanması uygun görülmemektedir. Bu sebeple tüm katılımcılar eğer gelecek misafiri tanımıyorlarsa genellikle sevilen yemekleri yapmayı tercih ederken gelecek misafiri tanıyorlarsa onların damak tadına göre bir menü hazırlayacaklarını belirtmişlerdir. Adana'nın meşhur olduğu kadar birçok kişi tarafından da çekinceyle yaklaşılan mumbar ve işkembe dolması bu anlamda bir sınır oluşturmaktadır. Yemek, an'a anlam katan bir değerler bütünüdür. Anadolu mutfak kültüründe ayvanın çok olduğu senenin kışının sert geçeceği inancı, narın bereketi simgelemesi, ekmeğin kutsal kabul edilmesi veya buğday (dövme veya aşurelik buğday), mercimek, nohut, pirinç, bulgur gibi baklagillerin bolluk ve bereketle ilişkilendirilmesi bunu bir göstergesidir. Bu sebeple hem Katılımcı 4'ün verdiği cevaptaki keşkek³¹ vurgusu hem de Katılımcı 35'in özellikle Ramazan ayı ile keşkeği ilişkilendirmesi, farklı yöresel kültürel geleneklere sahip olsa da özel zamanlarda yaptıkları yemekler benzerlik nitelik gösterdiğinin bir kanıtı olmaktadır. Katılımcı, bu konu hakkındaki düşünceleri bu şekilde dile getirmiştir:

Ben Ramazan'ın ilk gününde genelde keşkek yaparım. O taneli olduğundan dolayı berekettir diye eskiden beri annemlerde öyle söylerler. Onu yaparız, yanına salata yaparım ve çorba yaparım ilk gününü böyle karşılırsınız Ramazan'ın. Bizim düğünlerimizde, düğün yemeklerimizden de olmazsa olmaz keşkektir. Sonra kuru fasulye, sarma -dolmamız olmamız muhakkak olur. (...) Çukurova bölgesinde yüksük çorbası denir mantıdan yapılan nohutlu bir çorba onu da yaparız. (...) Evime misafir geleceği zaman ise olmazsa olmaz humustur. Benim büyük kaynımı eşiyle birlikte yemeğe davet etmiştik. Bende humus yapmıştım. Humusu yedikten sonra ben bu humusu yemek için hep Tarsus'a gidiyordum ama sen onlardan bile güzel yapmışsın dedi. Eşi de yapmayı bilmiyordu o zaman. Ama sonra ben tarifi verdim ona göre eşi de yapmaya başladı. Ondan özellikle misafirlerime böyle salatanın yanına yemeğin yanına yapıyorum humusu. Kahvaltıda özellikle benim annem için olmasa olmaz. (...) Tabii sadece yemekte yenmiyor. Annem kahvaltı için sıcak sıcak ekme yapardı o zaman ayrı bir güzel olurdu humus. (...) En son misafir olarak halamın oğlu gelmişti ailesiyle birlikte ve onların çok sevdiğini biliyorum. Ondan mumbar ve işkembe yapmıştım ana yemekte. Sonra yüksük çorbam vardı. Turşum, salatam vardı. Tatlı olarak da genelde kadayıf yapardım ama değişiklik olsun diye şam tatlısı yapmıştım. Mumbarı, işkembeyi seven var, sevmeyen var. Ama ben misafirimi tanıdığım için o yemekleri yaptım. Onlarda bayram ettiler (G35K, 57, Adana).

³¹Türkiye'de illere göre farklı usullerle düğünlerde, bayramlarda, mevlitlerde vb. özel günlerde yaygın olarak yapılan keşkek geleneği; 2011 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne eklenmiştir. Detaylı bilgi için bkz. <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-202350/toren-keskegi-gelenegi.html>

Tabaktaki yemek, bir giysi veya araba vb. birbirinden farklı işlevlere sahip nesneler olsa da hepsi toplumsal hayatın yaşayışına dair bir gösterge niteliği taşımaktadır. Toplumsal hayat içerisinde oluşan dizimsel birimler bir kez belirlendikten sonra kendi içerisinde onu oluşturan ve düzenleyen birtakım kurallar içerisinde var olmaya devam etmektedir. Sofrada yenecek yemeklerin veya öğünlerin her birinin yapısal anlamda bir düzeni izlemektedir. Softaya yemeklerin belirli bir düzen ile geleceğini ifade eden menü kelimesi veya farklı anlam birimlerine açık olan besin sözcüğü; bölgesel, ulusal veya toplumsal açıdan kullanılan zamana ve yapıya göre bir aidiyet taşımaktadır (Barthes, 1993). Yemek aynı zamanda bir toplumun kültürel ve manevi değerlerinin somutlaştığı bir sembol imge niteliği taşımaktadır. Barthes'ın da toplumsal bilgi kaynağı olarak bir anlam bütünü yansıttığını belirttiği yemek, toplumu bir araya getiren ve geleneği yansıtan bir niteliktedir. Özellikle Kurban Bayramındaki yerine getirilen dini vecibeler ve gelenekselleşmiş bir rutin halini alan bayram sabahı, dini bir anlamının olmasını yanı sıra kültürel bir birikim olarak da kırdan kente kadar geleneğin devamını vurgulaması açısından değerlidir. Katılımcının cevabı ise şu şekildedir:

Bizim bayramlarda, mevlitlerde toplanacak kalabalığa göre içli köfte veya lahmacun yapılır (...) Çok eskiden bizim buralarda un helvası yapıldı özellikle cenazelerde ve mevlitlerde. Helva, saatlerce kavrulurken bir yandan da fırına açık ekmek ya da pide deniliyor ondan sipariş verilirdi. O ekmeklerin üzerine konularak misafirlere dağıtıldı. Fakat zaman ilerledi şimdi irmik helvasını döndük. (...) İrmik, una göre daha çabuk kavruluyor bir de eskiden bu anlattığım şeyleri bahçedeki ocaklarda bakır leğenlerde yapıldı. Şimdi bunlar yapılmıyor. (...) Kurban bayramlarında da buralarda bu adettir erkekler sabah, namaza bayram namazına giderler. Dönerken bizim bayramlarda bütün esnaf, bütün dükkanlar kapalı bile olsa fırancılar çalışır. Tırnaklı pide denir burada. Açık ekmek denir, o adıyla da anılır. Erkekler gelirken o ekmeği alır gelirler. Arefe gününden de zaten tutabilen oruç tutmuştur. Erkekler gelir gelmez eğer evimiz bahçeli ise evin arka bahçesinde hemen kurban kesilir. Kurban daha kesilmeye başlamadan yan tarafta mangalda ateş yanmıştır. Zaten bu ateşin üzerine hayvanın kellesini alırsız kelle paça yapacağız onun için ütülemeye başlarız. (...) Biz bunu yaparken erkeklerde eti parçalar eder, diğer yandan da biri ciğer doğrar, öbür tarafta da satır kıyması olarak kıyması yapılır. Sonra eti avcarlarız şimdi şey deniliyor marine. Marine yapılır öğleye doğru kahvaltı niyetine bunlar yenir. Şimdi burada Çukurova'da yani hangi şeye, mahalleye, hangi köye, hangi ilçeye giderseniz gidin Adana'nın göbeğinde de böyledir bayramda. (...) Dana ya da büyükbaş hem bayramlarda pek olmaz hem de eti pek tüketilmez. (...) Çukurova da Yörükler çoktur. Onlar ya koyun besler ya keçi besler. Bize göre ha koyun eti ha keçi eti. Hiçbir farkı yok

ama koyun daha çoğunluktadır. Bizim koyunlarımız hani kuyruklu olduğu için eti yağlıdır, lezzetlidir. Büyükbaş pek nadir kesilir buralarda. (...) Sakatat da yaygındır burada. Kırk kat, şırdan, mumbar yenir hatta tablacılarda bile gece yarısına kadar satılır, çok tüketilen yemeklerimizin başında gelir (G30K, 55, Adana).

Kimlik, toplumsal hayat içerisindeki anlamlar dünyasını ifade eden mikro alanda bireyden makro alanda ise uluslara kadar bir tanımlamaları ifade etmektedir. Kişilerin veya grupların ben kimim? sorusu üzerinden geliştirdikleri farkındalık kimliğin keşif boyutunu oluştururken bu soruya verdikleri ben ve öteki üzerinden cevaplar ise kimliğin inşa boyutunu oluşturmaktadır (Anık, 2012, s. 22). Kimlik, bireylerin aynaya baktıklarında gördükleri maddi unsurlar ile kendi özel alanlarında oluşturduğu değerlerinden hareketle manevi unsurların bir birleşimidir. Kimlik, yalnızca bireysel bir inşa değil aynı zamanda kültür, gelenek, sosyal yaşayış ve toplumsal dinamiklerinde belirleyicisi olduğu kolektif bir inşadır. İki kişinin bir araya gelip içtiği bir çaydan uluslararası organizasyonlardaki iş yemeklerine kadar yemek, sosyal anlamı olan bir olgudur ve sosyal hayatta belirleyici bir konumdadır. Bireylerin mutfak alışverişlerinde dışarda yenilenecek mekân tercihi ya da herhangi bir vesileyle bir yemek/tatlı adı duyduğunda dahi “canım çekti” ifadesini kullanacağı yiyeceğe kadar yemek, kimlik kavramının belirleyici parametrelerinden birini oluşturmaktadır. Kimlik, bireysel gibi görünen diyet listesinde dahi toplumsal-kültürel arka planı yansıtan bir öge olarak katılımcı cevabına şu şekilde yansımıştır:

Ben evlendiğimdeki olaya geri döneceğim. Tabi benim kimliğimin bir parçası olmasaydı sadece karın doyurmak olsaydı ben evlendiğimde o kadar orada aç kalmazdım. Aç kalma pahasına direnmezdim. Demek ki o yemek kültürü benim bir kimliğin parçası olmuş yani mesela benim eşim hamur işi için bir istek duymaz iken ben hamur işi için bir arzu, ihtiyaç duyuyorum bu benim bir kimliğin parçası olmuş. Televizyonda görünce bile benim canım çekiyorsa artık o benim bir kimliğin parçası olmuş. Ben onu televizyonda görünce canım çekiyor ama eşime bakıyorum işte ikimiz farklı kültürden geldiğimiz için ya senin de her şey canın çekiyor diyor ama eşim o kültürde büyümemiş. Ben onu görünce böyle bir tandır kebab görünce gözlerim büyüyor. Bu ben de oluyorsa yemek benim kimliğimin bir parçası olmuştur. Mesela diyet programı hazırlarken zaten şu an diyetisyenler kişiye göre diyet düzenliyor. Niçin? Bu kimliğin bir parçası olmasa niye kişiye göre diyet düzenlesin? Karın doyurma meselesi olsaydı herkes için ortak olurdu liste ama benim kimliğimin parçası ki bana özel bir liste hazırladı (G7K, 46, Ankara).

Damak tadını hayattaki tercihlerinde ön planda tutan bireyler için yemek, sadece yaşamak için yenilmemektedir. Sosyal olarak oluşup toplumsal olarak aktarılan yemek kültürü, mutfak sınırlarının da ötesinde kültürel aktarım ve toplumsal dinamikler üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Toplumdaki bazı bireyler acılı ve baharatlı yemekleri tercih etmesi veya zeytinyağlı yiyecekleri öncelmesi bireylerin köken memleketleri veya damak tatlarının yatkın olduğu yöreler hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır. Bu durum toplumsal hayattaki hem insanlar arası ilişkilerde hem de tercihlerde yemeğin kimlik üzerindeki etkisini göstermesi anlamında değerlidir. Hem yemeği hem de yedirmeyi seven katılımcının cevabı ise şu şekildedir:

Tabii ki, benim gittiğim yerleri, gezdiğim yerleri bile etkiliyor. Bir şehre gidiyorum, yeni bir yer keşfediyorum onu bile etkiliyor. Yemek zevkim için nereye gidelim, ne yapalım onun için ekstra vakit harcıyıp araştırıyorum. Ne bileyim günlük hayatımda da yemek yemek için yemek yapmak için ekstra vakit harcıyorum. Bunun için kendimden zaman ayırıyorum. Yaptıklarımı insanlara tattırıyorum, insanların yaptığım yemeklerle ilgili düşünceleri çok önemsiyorum. Benim için ne bileyim bir insanla yemek konusunda sohbet etmek keyif verici bir şey. Dün mesela buraya yan odadan arkadaşlarım geldi. Yeni pizza tepsisi çıkmış böyle stantlı 3-4 katlı aynı anda 4 tane pizzayı fırına atıyorum falan bunlarla ilgili sohbet de hoşuma gidiyor. Yemekle ilgili insanlara fikir verebilmek hoşuma gidiyor hani şunu şöyle yaparsanız daha güzel olur falan bunlar da hoşuma gidiyor. Yemeği kendimden ayrı düşünmüyorum. Yemek yapmayı ve yemeyi de seviyorum. Günlük hayatımızı her şeyimizi etkiliyor yemek. Ben yemek yemeyi hani böyle mecburi bir şeymiş gibi hissetmiyorum. Karnımı doyurmak zorundayım diye yemek yemiyorum, o bir zevk benim için. Zevkine de yemek yapıyorum, zevkine de yemek yiyorum o şekilde (G12K, 29, Ankara).

Bireysel kimlikler, Mead'den hareketle yapılan tercihler üzerinden inşa edilse de kolektif kimlikler ile etkileşim halindedir. Bireylerin birincil toplumsallaşma döneminden itibaren edindiği toplumsal değer ve anlamlar kimlik için önemli kilometre taşı oluştursa da değişmez bir nitelikte değildir. Özellikle günümüz dünyasındaki değişimin hızı ve boyutu düşünüldüğünde hem bireysel kimliklerin hem de diğer kimlik türlerinin en ayırıcı özelliklerinden birisi değişime açık olmalarıdır (Anık, 2012, s.41). Kimliklerin değişime açık dinamik yönü, bireylerin kimliklerine dahil ettikleri unsurlarla kurdukları bağın niteliği ve kuvveti neticesinde kimliklerine daha fazla koruma eğilimde olmasıyla da sonuçlanabilmektedir. Yemek kültürü özelinde değerlendirildiğinde kişilerin memleketleriyle kurdukları kuvvetli

bağı bir başka yöresel kültür karşında öncelenmesi veya ulusal yemek kültürünü korumayı bir vazife olarak görmesi (Türk-Yunan yemek mücadelesi gibi) kimlikle kurulan güçlü ünsiyeti yansıtmaktadır. Doğduğu ve büyüğü çevrenin zengin kültürel yemek birikimini kendi hayatına dahil eden bireyler için aynı kültür çevresindeki farklı mutfak kültürleri dahi alışkın olmadığı tatları barındırması açısından kabul görmeyebilmektedir. Aynı zamanda benzer damak tatlarına sahip olunması benzer yiyeceklerden aynı lezzetin alınmasını da garanti etmemektedir. Bireylerin deneyimlediği toplumsal dinamikler ve yaşadığı sosyal çevre bu anlamda kimlikleri farklılaştırıcı bir nitelik göstermektedir. Bu anlamda kimliğin bireysel bir yönü olmakla birlikte toplumsal yönü de olan ve bireylerin sosyal hayatları etkileyen bir olgudur. Adana'da doğup büyüyen katılımcının, Çukurova'nın lezzetleri ve bu minvaldeki damak zevkinin değişmez bir nitelik göstermesini deneyimleriyle şöyle ifade etmiştir:

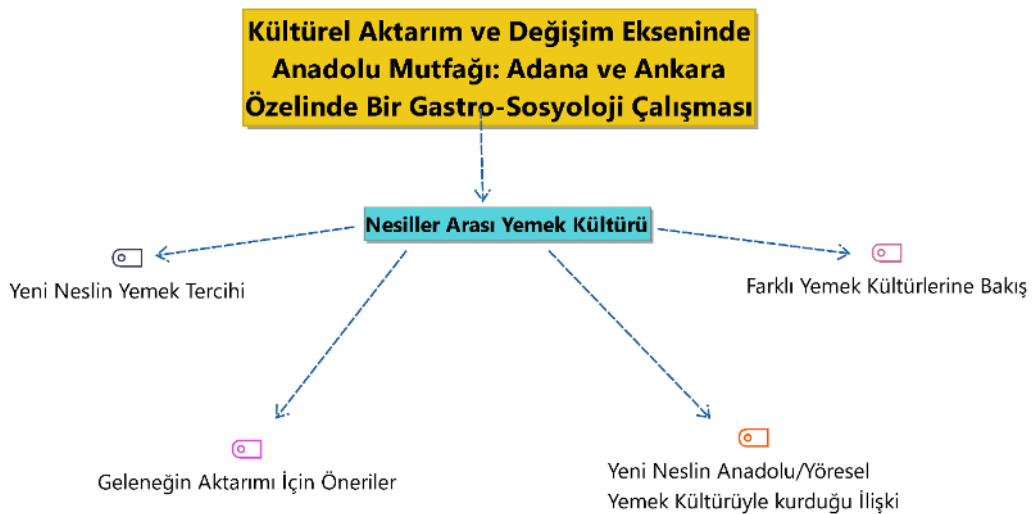
Tabii ki kimliğimin bir parçası yemek. (...) Çukurova'daki tat, baharat, lezzet hiçbir yerde yok. Ben Karadeniz'de okuduğum zaman bir tura katıldım. Orada hiçbir yemeği yiyemedim. Ne baharatları var zaten tereyağsız yemek yapmıyorlar, o tereyağı da bana kokuyor. Yani ben neredeyse mısır ekmeğiyle karnımı doyurdum tura gittiğimde. En basitinden Rize'de meşhur demişlerdi Akçaabat köfte yedik. Onu bile beğenmedim yani alakası yok bizim buranın etleriyle. Bizde yemeklerimizin salçası güzel olur, yağın, baharatını ayarlarsın. Ama orada yağlı, tereyağlı bir kuru fasulye geldi. Hani derler ya boz renkli sasi sasi bir şeydi. Bembeyazdı bana göre ben onu nasıl yiyeceğim, yiyemem. Pirinç pilavı bile şehriyeli olur, şehriyeli olmazsa sebzeli yaparsın, nohutlu yaparsın benim bildiğim. O mekânda bildiğin pirinç getirmişlerdi. Böyle birbirine yapışmış lapa şeklinde yanında yiye diyorlar. Bir gün Gümüşhane'de öğle arası vermiştik. Adana canım çekmişti, Adana söyledim. Sanki köfte olur ya köfteyi böyle yapmışlar, yanına da pilav koymuşlar getirmişler. Bu ne dedim, Adana dediler. Bu Adana mı yani? dedim. Hani Adanalı olmasak Adana diye kaldıracaklar neredeyse. (...) Çukurova'nın yemeğini yedikten sonra iş değişiyor. Çukurova'nın kültürü bir başka, buranın damak tadı yok çoğu yerde. (...) Bu Karadeniz turu vesileyle Gürcistan'a da gitmiştik. Batum'da bize böyle tek porsiyonluk kocaman Gürcü mantısı getirdiler. Bizim mantıyla alakası yok. Hayatımda ilk defa çatal-bıçakla mantı yedim. (...) Eğer bu benim kimliğim olmasaydı bu kadar seçici olmazdım. Yani gerçekten burada yetişmiş, buranın damak tadına alışkın olan biri için başka yerlerde yemek yemek çok zor. (G21K, 33, Adana).

Farklı kimlikler, farklı damak tatlarının da belirleyicisi konumundadır. Instagram'da yemek sayfası olan Katılımcı 13 için de damak tadı ve yemek kimliği

ön plandayken bu durum özellikle şehir dışında farklı kültürleri deneyimleme noktasında da önem arz etmektedir. Bu konuda katılımcının cevabı şu şekildedir:

Kesinlikle benim için tamamen bir parçası hem de damak tadı olmadan yemek yemiş olmak için yemek yemem yani. Kesinlikle şey tadı eksikse hoşuma gitmez zaten. Bir yemeğin her şeyi tam olmalı bence ama benim kendi damak zevkime göre. Ben belki öyle seviyorum ama karşıdaki daha farklı şekilde sevebilir o yemeği, onun damak zevki. Zaten damak zevki dediğimiz olay da bu olsa gerek farklı kimliklerimiz var. Yemeğin malzemeleri kadar gidip kendim almak, mutfakta pişirmek, çevremdeki akrabalarım komşularım yedirmek hoşuma gidiyor. (...) Eşim bu konuda detaycıdır. Özellikle şehir dışına çıktığımızda nereye gidersek gidelim o yerin yani oranın yöresel yemeklerini yapan yerlere gideriz. Dediğim gibi eşim de ben de gitmeden internetten araştırma yaparız nerede ne yenilir yani o yörenin nasıl desem ki ünlü illa pahalı bir restoran anlamında değil bu bir esnaf lokantası da olabilir. (...) Nerede ne yenir işte adına onlara güzelce bakarız internetten, not alırız hepsine her şeyi detaylı bir şekilde. Nerede kalınır kalacağımız yerler hepsini not alırız, hazırlıklı gidiyoruz gittiğimiz yere. Hiç rehber falan gerek yok, eşim bu konuda dediğim detaycıdır, güzelce hazırlanır. Bir de hani bu gelirken ne alınır mesela onlar o da çok önemli. (...) Akrabalardan arkadaşarımdan bana WhatsApp'tan tarif soranlar, yemekle ilgili soru soranlar oluyor. Sağ olsunlar anladığım kadarıyla bildiğim kadarıyla cevaplıyorum. Her şeyi çok iyi bildiğimi söyleyemem bilmediğim veya yapmadığım denemediğim başka yemekler çok var muhakkak, dediğim gibi kendi mutfağım da ben çok hamur işi yapmam mesela hayır nadiren de olsa arada yapıyorum daha çok tencere yemekleri öyle yani her şeyi de çok iyi biliyorum yapıyorum demez. (...) Ben de elimden geldiği kadar şeyi yapıyorum, söylüyorum (G13K, 44, Ankara).

4.3. Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Değişen Yemek Algısı



Şekil 4: Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Değişen Yemek Algısı temasına ait kategori ve kodlar

Çalışmanın toplumsal dönüşüm sürecinde değişen yemek algısı adlı ikinci temasında ise Şekil 4'te görüldüğü üzere nesiller arası yemek kültürü kategorisi altında; yeni neslin yemek tercihi, geleneğin aktarımı için öneriler, yeni neslin Anadolu/yöresel yemek kültürüyle kurduğu ilişki, farklı yemek kültürlerine bakış olmak üzere 4 kod belirlenmiştir.

Yemek; içerisinde kullanılacak malzemelerin üretiminden pişirilmesine, sunumundan tüketilmesine kadar birçok farklı toplumsal dinamikle etkileşim halindedir. Bunların yanı sıra yeme-içme mekanları da yemek kültürlerinin hem yerel hem de küresel düzeyde kültürün tanıtımı ve geleneğin aktarımı için özel bir öneme sahiptir. Uzun yıllar aynı mekânda aynı tatları koruyarak hizmet veren işletmelerin bir marka değeri oluşturup kendi içerisinde bir gelenek oluşturması, farklı şehirlerden hatta ülkelerden bir restoranın meşhur olmuş lezzetlerini tatmak için gelen insanlar bunun örneğidir. Değişen hayat şartları, gıdaların üretim şekli ve insan sağlığı için potansiyel risk oluşturacak etmenlerin artması, yemek kültürlerini de etkilemektedir. İki kuşaktır tatlı sektöründe olan katılımcı, çok küçük yaşlardan itibaren çırak olarak işe başladığını şimdi ise işletmesini devraldığı tatlı dükkânının kendi çocuklarına aktarımı konusundaki çekincelerini de dile getirdiği cevabı şu şekildedir:

Babamla amcam başladı bu tatlı işine. Daha sonra amcamlar İstanbul'a gidip işi büyüttüler, biz burada kaldık. Bende küçüklükten beri işi içindeyim. Önceleri yerleri paspaslayarak başladım. Sonra zamanla işi öğrendim. Şimdi daha çok işletme kısmındayım ama tatlının yapımından şiresinin ayarına kadar her şeyini bilirim. (...) Senelerdir yağı, şekeri ne bileyim fıstığı, fındığı hep aynı yerden alırız. Ustalarımız benim küçüklüğümü bilir. O yüzden tadımızı bozmadan devam ediyoruz. Fabrikasyona dönmedik, hala eski düzeni devam ettiriyoruz. (...) Bizde kesinlikle glikoz ya da ne bileyim tatlandırıcı gibi katkı maddeleri olmaz. Aynı tatlıyı evde götürüyoruz, kendi çocuğumuza çocuğumuza da yediriyoruz. Kendi çocuğuma yedirmediğim bir şeyi başkalarının çocuklarına da yediremem. (...) Çocuklarım daha küçükler ama bu işi yapmalarını istemem. Şeker hastalığı anaokuluna giden çocuklara kadar çok yaygınlaştı. İnsanlar artık istese de dahi eskisi gibi tatlı yiyemiyor. Ne bileyim o yüzden çocuklarımla başka meslekleri seçmesini isterim (G24E, 43, Adana).

Ankara yemek kültürü denilince ilk akla gelen lezzetlerden olan aspava, temel olarak lavaş ekmeğin içine et döner konulup dörde bölünerek yanında patates

kızartması, cacık ve salatayla ikram edilen yemek/dönerdir. Ancak esasında aspava, bir dönerden ziyade yanındaki ikramlarıyla birlikte bir mekân ismi olarak kabul görmektedir. Özellikle yöresel ürünlerin şehirlerin ya da bölgelerin marka değerini arttırması ve gastronomik bir kültürel öge olarak hem ulusal hem de uluslararası alanda varlığını sürdürmesinin yolu, tadın ve kalitenin sürdürülebilir olmasıyla mümkündür. Ancak teknolojik gelişmelerden mutfak kültürlerinin de etkilenmesinin olumlu olduğu kadar olumsuz yönleri de mevcuttur. Usta-çırak kültürünün kaybolup mektepli-alaylı ayrımının yaşanması, geleneksel tatların geleneksel usullerle hazırlanması ve pişirilmesinin rafa kalkması yemek kültürünü de etkilemiştir. Aynı zamanda her yaştan ve bütçeden insan sirkülasyonunun olduğu avmlerde yöresel tatların görünürlüğünün az olması, bu yemeklerin kaybolmasına zemin hazırlamaktadır. Katılımcının bu konu hakkındaki düşünceleri şöyledir:

Ankara'nın yemek kültürü tandır, güveç ve genel olarak et üzerine kurulu diyebilirim. Ankara memur kenti olduğu için genelde insanlar hazır yemeği tercih ediyor. Ekmek arası şeyler daha öncelikli benim gözlemlediğim kadarıyla. (...) Özellikle Atatürk Orman Çiftliği tarafı, Kızılay ve Sakarya'nın ayrı bir havası var. Oralarda yüzlerce dönerci vardır ama hiçbirisi de boş kalmaz. Sürekli işleyiş halindeler hem memur kenti olmasının hem de öğrencilerin fazla olmasından kaynaklı. Böyle lüks yerlerde yemek yiyelim diyen insan sayısı çok az. (...) Ankara'nın bazlaması da meşhurdur. Ondan tost falanda yapıyor çok lezzetli oluyor. Kızılcahamam'ın kavurması da ünlüdür yani kısaca genellikle et ağırlık diyebilirim. (...) Aspavayı kuran Kırıkkalelilerdir. Herkes Ankara diye bilir. Aspava önceleri pide üzerineydi. Ama mesela bir Konya pidesine benzemez bizim pidemiz. Gerçi bunu da yavaş yavaş kaybediyoruz. Belki de ustalığın kaybolduğundan dolayı olabilir. Makineleşiyoruz. (...) Avm'lerde olmayan yemek veya değerler kayboluyor aslında. Aspavalarda döner mesela güzeldir et döner, yaprak dönerdir. Bu tat yavaş yavaş kayboluyor artık eski lezzet yok. (...) Ustalık kayboluyor ama dediğim gibi aspava kültürü hala devam ediyor (...) Az önce bahsettiğimiz bu aspava kültürü de maalesef bir dönüşüm geçirdi. Bunda da özellikle bu teknolojinin gelişmesi etkili, seçimlerimizi değiştirdi artık. Lavaşlar elle açılmıyor, makineleri var onlarla açılmaya başladı. (...) Mesela simitler şimdi doğal gazlı fırınlarda pişiyor. Kesinlikle tadı da çok farklı oluyor. Kimyası bile değişiyor. Bu bir, ikincisi de usta, ustalık kavramı kayboluyor. (...) Şimdi toplum değiştiği için şu oluyor hiçbir usta, hiçbir çırağa sert konuşmıyor. Bu da onun yetişmesini etkiliyor. Adam diyor ki ya nasılsa usta bana bir şey demiyor ben bunu istediğim gibi yapayım. (...) Ben gastronomi bitirdim, bak diplomam burada benden daha mı iyi bileceksin havasında ama teori ve pratikte çok farklı. Maalesef ustaya saygı azaldı. Çocukluğum Ankara'da lokantalarda geçti. Usta sofraya oturmadan bizde oturmazdık. (...) Teknoloji, telefon, sosyal medya insanların gelişimini engellediği için yani ustanın bilgisine tecrübesine benim

ihtiyacım yok diyor. Ben buradan bakarım, yaparım diyor. (...) Benim şu an çalıştığım yerde iki tane diyetisyen, iki tane de gıda mühendisi var. Üniversite okumuşlar, tamam saygı duyuyoruz ama yemek programı hazırlamadan önce bize danışıyorlar, onlar da bizim tecrübemize güvenlikleri için biz de onlara yardımcı oluyoruz. Diyor ki, işte şu yemeğinde çıkaralım diyor işte bilmem ne dengesini aşıyor diyor diye (...) Ben mesela kavurma yapıyorsam yanında pilav olsun isterim. O da diyor ki makarna yapalım. Karbonhidratı düşük olsun diye. Kavurmanın yanında makarna mı yenir? Bulgur pilavı der anlarım ama makarna niye yiyeyim (G8E, 40, Ankara).

Yemeğe lezzet katan sadece onun içine konan malzemeleri ve baharatları değildir. Aynı zamanda pişirme ürününün özelliği (toprak güveç veya testi gibi) veya pişirilen yerde (mangal, köz veya odun fırını) yemeğin lezzetini doğrudan etkilemektedir. Ankara'nın bir diğer meşhur yiyeceği olan simit ise geleneksel yöntemle pişirme usullerinde gittikçe uzaklaşarak hem değerini hem de kültürel önemi ve lezzetini yitirmekle karşı karşıyadır. Aynı zamanda 6 Şubat'ta Kahramanmaraş merkezli yaşanan depremlerde özellikle odun fırınlarının ne kadar önemli olduğu bir kez daha anlaşılmıştır. Depremin ilk günlerinde yaşanan fay kırılmaları sebebiyle yaşanan doğal gaz kesintileri birçok şehirde fırınları kullanılamaz hale getirip, ekmeğe ulaşım konusunda sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Bu da göstermektedir ki teknolojinin gelişmesi ve her alanda insan hayatını kolaylaştıran birtakım gelişimlerin yaşanması olumlu bir etki oluştururken diğer yandan hem geleneğin hem de kültürün kaybolmasına yol açacak usullerin teknolojiye yenik düşmesi olumsuz bir yanını oluşturmaktadır. Katılımcı, Ankara simidi üzerinden fikirleri şu şekilde dile getirmiştir:

(...) En basit şunu örnek vereceğim. Ankara simidi de meşhurdur, bilirsiniz. Ben simitçide de çalıştım. Şöyle bir şey var, önceden benim çalıştığım ustam hatta komşumdu. Şu an hala faaliyet göstermekte olan dükkanında simidi elle açar, elle yoğurur, kesmesini elle yapar. Adamın her tuttuğu hamurun gramajı bile aynıydı. Şimdikiler nasıl yapılıyor? Hamuru makine karıyor, makine kesiyor, o yuvarlak hale makineye getiriyor. Günümüzde pekmez maalesef yok, pekmez kalktı pekmezin fiyatını önüne geçilmediği için. Simit önceden odun fırınlarında yapılırdı. Bambaşka bir lezzet olurdu. Ustanın eline çıktığı için sert ve pişkin olurdu. Ama şimdi doğal fırınının içine atıyoruz. O simit puf puf bildiğin sünger gibi çıkmaya başladı. Aynen açma gibi simit çıkmaya başladı. Ya simit, simitlikten çıktı. Teknolojiye yenik düşen Ankara'nın yemeklerinden bir tanesi de simidimiz oldu (G9E, 42, Ankara).

Belli başlı yiyeceklerin doğdukları şehirlerle özdeşleştirilmesi yöresel mutfak kültürlerinin korunması ve coğrafi işaret³² adı altında tescillenmesi mutfak kültürlerinin öz niteliklerinin korunması anlamında önemlidir. Bu sayede gastro-milliyetçilik özelinde hem bir coğrafya içerisinde farklı kültürel kodlara sahip yöresel mutfak kültürlerinin oluşması hem de ulusal bir yemek kültürünün oluşmasının önüne açmaktadır. Bu durum aynı zamanda yiyecekleri belirli coğrafyaya ait kültürel bilgi birikimi ile işlenmesini sağlarken aynı zamanda hem günlük yaşam içerisinde hem toplum tarafından önem atfedilen günlerde yaşatılan kültürel sürdürülebilirliği sağlayan *geleneksel yemek kültürünün* ifade aracı (Alpyıldız, 2022, s. 313) olmaktadır. Bu doğrultuda bireylerin yöresel lezzetlerle kurduğu ilişkinin kimliklerinin bir parçası haline gelmesi ve bunu sosyal hayatta aktif bir şekilde deneyimlemesi, yemeğin sadece karın doyurma niteliğine haiz bir kavram olmadığının bir göstergesidir. Katılımcı, bu durumu farklı şehirlerdeki tecrübelerinden hareketle şu şekilde açıklamıştır:

Çukurova'nın tadını aldıktan sonra başka mutfaklar bana lezzetli gelmiyor. (...) En basitinden kebaptan örnek vereyim. Adana kebabını dışarıda, buradaki gibi yeme şansınız yok. Ben bu tadı Mersin'de de bulamadım. İskenderun'da da bulamadım. Antep'te de bulamadım. Antep'in kebabları güzeldir ama Adana'yla alakası yok. Urfa'ya gittim, Urfa'yla da hiç alakası yok. Kocaeli'de üniversiteyi okudum, Bursa'da da kaldım baya. İzmir'de askerliğimi yaptım ama hiçbir şekilde buranın tadını bulamadım. (...) Yani Adana kebabını, Adana'da yiyeceksiniz, Bursa'da ya da Ankara'da ya da en yakın Mersin'de bile bu tadı vermez. Bir de dışarıda pilav kültürü var. Yanına bulgur pilavı koyuyorlar onu ben ilk İstanbul'da görmüştüm. Hiç olur mu ya? Biz Kocaeli'de akşam arkadaşlarla dışarı çıktık. Bir pasajın içinde kebabçıya denk geldi. Konuşurken garson ben Adanalıyım dedi. O zaman bende güvenip kebab sipariş verdim. Kebab geldi ama nasıl geldi. Etin tadı falan hiç yok bir de dana etiyle yapmışlar. Bizim buranın etinin tadını vermiyor. (...) Kısaca ben Adana harici lezzetli bir et yemedim. Buranın kültürüne alışan mümkün değil diğerlerini beğenmez. (...) Kocaeli'ye Trabzon, Rize ve Gümüşhane'den çok göç var. Dolmuşçular falan hep oradandır. Karadeniz pidesi yapan birçok yer var ama Karadeniz'deki o hamurun tadını, etin aynı tadını veremiyorlar. Mesela işte Manisalılar da askerde Manisalı bir

³²Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından coğrafi işaret adı altında ürünlerin bulundukları yörelerle anılıp kültürel değerlerinin korunması için çeşitli tesciller vermektedir. Bir ürünün üretiminden son tüketiciye ulaşana kadar tüm işlemlerinin belirli bir coğrafi sınır içerisinde gerçekleştiğinde *menşe işaret* ile tescil edilirken bulunduğu yöre ile ünlene bir ürünün üretim, işleme vb. diğer işlemlerinden en az birinin başka bir coğrafyada yapıldığı ürünler ise *mahreç işaret* ile tescillenmektedir. Her iki alana da dahil olmayan ürünler ise bazı şartları sağlaması ve en az otuz yıl aynı adla anılması şartı ile *geleneksel ürün adı* altında tescillenmektedir (Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı, b.t.).

arkadaşım vardı. Orada Manisa kebabı yapan bir yere gittik. O da orayı beğenmedi. Manisa'daki farklı ve daha lezzetli dedi (G20E, 43, Adana).

Yemek kültürü hem doğduğu coğrafya ile bir bağ içindeyken aynı zamanda da bireylere bir kimlik kazandırarak toplumdaki diğer kimlik gruplarına karşı ayrımcı bir nitelik kazanmasına vesile olmaktadır. Bireylerin toprak, memleket, vatan veya aile adı altında doğduğu veya doyduğu coğrafyalarla kurduğu ilişki özellikle de yemek tercihlerin kendini ait hissettiği mutfağı öncelemesinin önünü açmaktadır. Anadolu mutfağında yer alan Şanlıurfa ve Adıyaman arasındaki çiğ köfte, Afyonkarahisar ve Kayseri arasındaki sucuk ve pastırma, Van ve Ağrı arasındaki keledoş veya Diyarbakır ve Mardin arasındaki kaburga dolmasını gibi örnekleri çoğaltılabilecek birçok sahiplenme yarışı³³ bu durumu özetler niteliktedir. Bireylerin geleneksel/yöresel yemek kültürü ile kurduğu bağı Katılımcı şu şekilde ifade etmiştir:

İlk önce şöyle düşünüyor insan, tanımadan bizim yemeklerimiz bu yemekler daha güzel. Çok rahat söylüyoruz bunu. Şaka bir yana gerçekten ciddi ciddi söylüyorsun ama sonra bakıyorsun aslında o yörelerde de hemen hemen buna benzer şeyler yapılıyor ama yine sana senin yörene ait olanın tadı daha başka geliyor. Mesela lahmacun diğer adı buralarda ve Konya'da şey etli ekmek ama diyorsun ki oradaki başka yani oradaki tat başka. Neden? Aslında senin oranın yöresiyle ile kurduğun bağlantıdan dolayı. Senin doğduğun kültürle kurduğun bağlantı sana oranın yemeğinin daha güzel olduğunu söyletiyor. Aynı yemeği orada yiyorsun, şurada yiyorsun sen Adana kebabı burada da yiyorsun ama sen yediğinde Adana kebabını, Adana'daki yediğin tadı almıyorsun. Yok diyorsun farklı belki de aynı bilmiyoruz aslında aynen belki de bilmiyoruz. Bize oraya ait hissetme hissi belki o tadı farklı kıldırıyor (G7K, 46, Ankara).

4.3.1. Yemek Kültürünün Oluşumu, Değişimi ve Toplum

Yemek kültürünün devamlılığını sağlanmasında ve gelecek nesle aktarılmasında kamusal alanda profesyonel olarak bu işi yapanlara sorumluluk düştüğü gibi özel alandaki mutfaklarda da hem Anadolu hem de yöresel mutfak kültürünün aktarımı önemli bir yere sahiptir. Çalışma hayatının kadına ve erkeğe

³³ Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından bu lezzetli rekabetler tescil altına alınmıştır. Çiğ köfte, *Adıyaman Etsiz Çiğ Köfte* ve *Şanlıurfa Çiğ Köfte* olarak; sucuk ve pastırma, *Kayseri Sucuk İçi*, *Afyon Pastırması* ve *Kayseri Pastırması*; keledoş, *Van Keledoşu*; kaburga dolması ise *Diyarbakır Kaburga Dolması* ve *Mardin Kaburga Dolması* olarak tescil almıştır. Detaylı ve daha fazla bilgi için bkz: <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>

getirdiği birtakım sorumluluklar olduğu gibi aynı zamanda da ebeveyn olarak da kültürel ve ahlaki değerlerin aktarımında da sorumlulukları bulunmaktadır. Bu anlamda evdeki mutfaktan başlayarak hem ulusal hem de küresel alanda kültürel değerlerin ve geleneklerin korunmasında hem topluma hem aileye görev düşmektedir. Ev hanımı olan katılımcının, yemek kültürünün gelecek nesle aktarılması konusunda düşünceleri şu şekilde beyan etmiştir:

Annelerin çoğu çalışan anneler şimdi. Evde pek yemek yapamıyorlar, yapmıyorlar. Mümkün mertebe tabii ki yapmaya çalışanlar vardır. Benim kızım da şimdi çalışıyor yazın evlenecek o da evlendiğinde mesela çok yapabileceğini sanmıyorum yani yapsa da tek çeşit falan. Yine onlar da bizler gibi olmayacak. Ama benim çocuklarım alıştı. İnanıyorum ki benden alıştı mümkün mertebe kızım yapmaya çalışır yani illaki bir araya sıkıştırıp yapar. Bize düşen ne? Çocuklara ev yemeklerine alıştıracakız. Bunu sürdürülebilir yapmamız lazım. Sosyal medyadan, televizyondan yöresel yemeklerimizi veya anne yemeklerini göstererek, yaparak dışarıdan fazla sipariş vermeyerek öyle alıştıracakız diyebilirim. (...) Şey de önemli evde yemek yapıldığı zaman bütün ailenin o sofrada toplanması. Mesela biz de şey eşim bazen görevli olarak geçen hafta işte mesela yani en yakından söyleyeyim şehir dışındaydı şimdi geç geliyor. Oğlum geç geliyor, kızım bazen nöbetçi bazen evde tek kişiyim. Bazen iki-üç kişi bazen evde dört kişi yaşıyoruz. Düzenli bir şekilde kahvaltı, akşam yemeği vesaire yapamıyoruz. Hepimizin aynı anda sofraya oturduğu gün sayısı çok az. Pazar kahvaltısında beraberdik bugün. Ailecek kahvaltı yaptık, çocuklar da büyüyünce herkesin işi oluyor. Bizde bir aradayken böyle güzel vakit geçirmeye çalışıyoruz. (...) Bu tamamen çalışma hayatını getirisi. Teknolojinin, çalışma hayatının hepsinin, çoğaltabiliriz sebepleri (G13K, 44, Ankara).

Kültürel değişme ve geleneğin aktarımı konusunda etkili olan birtakım etmenler vardır. İnsanlar arası etkileşim, aile ve sosyal yapı, toplumsal zihniyet dönüşümü ve belki de bu etmenlerin görünür hale gelmesi için gerekli olan zamandır. Erzurum'un bazı ilçeleri Karadeniz'e sınır olmasına rağmen sanki birbirinden farklı şehir kültüründen bahsedermişçesine yaşanan bu hadise ve neticesinde yaşanan dönüşüm, kültürün ve geleneğin statik bir yapısı olmadığının bir göstergesidir. Evlenip Ankara'ya yerleşmeden önce Erzurum'da yaşayan katılımcının anlattığı olay, bu durumu özetler niteliktedir:

Bu kültürlerle ilgili size bir hikâye anlatayım. Bizim çok yaşlı bir amcamız anlatmıştı. Karadeniz çok yakın Erzurum'a. Erzurum'un bir tarafı İspir gibi bazı ilçeler falan böyle Karadeniz'e kıyı hani sınır oluyor. (...) İki komşu var. Erzurumlu, Karadenizliye diyor ki kavga ederken sizi böcük yiyenler sizi böcük yiyenler. Böcük, hamsi hamsi. O zaman

Erzurum hamsi yemezmiş düşün yani. Şimdi hamsiyi de herkes biliyor ve Erzurum'da hamsi daha çok satılıyor şu an. Eskiden çok eskiden mesela Erzurum yaprak sarma bilmezdi. Şimdi her şeyi yollar şeyler gibi internet çağı oldukça bir de imkanlar da arttıkça gidip gelişler mesela şimdi hepsi yapılıyor, hepsi görünüyor aslında yöresel kültürün de birazcık sınırları değişti (G4K, 46, Ankara).

Yemek kültürünü oluşturan ve aktaran toplum; siyasi ve fiziki sınırlar içerisinde varlığını sürdüren, sosyal dinamikleri hem etkileyen hem de onlardan etkilenen bir yapıya sahiptir. Toplumların göçebe veya yerleşik bir yaşam tarzını benimsemesi, mekanik veya organik dayanışma biçiminden birine sahip olması, işgal, istila, savaş veya fetih gibi yaşanan siyasi durumlar ve toplumların kök saldıği yapının iklim ve coğrafi yapısı yemek kültürünü etkileyen önemli temalardır. Yemek yeme eylemi, devamlılığı olan bir eylemdir. Bu devamlılık ise ancak kolay temin edilen yiyecek ve içeceklerle sağlanmaktadır. Mevsimsel şartlara bağlı olarak yetişen yiyecekler ise buzdolabı veya derin dondurucu gibi ev aletlerinin icadından önce özellikle kışlık hazırlık adı altında kurutma, tütsüleme, konserve veya turşu yapma teknikleri kullanılarak bu yiyeceklerin daha sonra tüketilmesi sağlanmıştır. Bu anlamda günümüzde yiyecek ve içecek alanında da dünyanın pek çok coğrafyasında üretilen ürünler sınırlara takılmaksızın marketlerde satılmaktadır. Ancak toplumda yaşayan bireylerin gelenekten aldıkları damak zevkleri ile bazılarının yiyeceklerle karşı mesafeli yaklaşımlarına sebep olmaktadır. Bu sebeple yeme-içme tercihlerin fiziki coğrafyanın etkisi olsa da aynı zamanda medeniyet coğrafyası içerisindeki sosyo-kültürel değerler ve toplumsal hayatta aynı derecede etkili olmaktadır. Katılımcı, bu konu hakkındaki düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir:

Hayvancılıkla uğraşıyoruz yani köy hayatı var bizde. Bizim köyde ot, madımdır. Onu yazın toplarlar, kışın evlerde o bizim sebzemiz olur. Mesela enginar gibi sebzelerin bizim orada ben hiç satıldığını bile görmedim. Yeni dönemler satılıyor olabilir ama eskiden satılmıyordu. Bir de yaşadığımız coğrafyada hayvancılık yaygın olduğundan dolayı hani herkesin kapısına koyunu var, ineği var. Kolay ulaşabiliyorsun. (...) Evde ne varsa onu biliyorsun, onu yiyorsun enginar, brokoli vb. ile tanışmamız çok sonradan oldu ki ben köydeki yaşayan amcamın yanına gitsem mesela enginar bilmez. Yani coğrafya önemli. Eskiye göre şimdi belki kışlar daha hafif geçiyor ama o eski kışlarda mesela Beypazarı kurusu o çetin kış şartlarında dayanıyor ondan o yapılıyor. (...) Ne buluyorsan onu yiyorsun. Ben şimdi gidip ahtapot yemek istiyorum desem, A 101 de satılıyor mu yok. Ne yapacağım, aç mı kalacağım? Ne satılıyorsa onu alacağım yiyeceğim. (...) Ben karides yedim, ahtapotu hiç yemedim. Ben bile kendim hala denemeye çekiniyorum böyle

yiyecekleri. Kırsaldaki insanlar hiç bilmezler. Denizimiz yok bizim. Ama bize yani Ankara'ya şimdi çok güzel taze balıklar geliyor, güzel oluyor alıyorsun ama köyde hani zaten şehir merkezine geldikleri süre sınırlı. Geldikleri gün hangi balık taze ise genelde hamsi oluyor yani bizim orada yenilen balık hamsidir. Hani çok böyle büyük balıklar vesaire böyle değişik balıklar çok öyle tüketilmez, onu alır evinde pişirir. (...) Bence yaşadığımız coğrafya ve ulaşılabilen yiyecekler belirler yemek kültürünü (G12K, 29, Ankara).

Coğrafyanın yemek kültürü üzerindeki etkisini görünür kılan yönlerinden biri de aynı toplumsal yapı içerisinde birbirinden farklı iklim, toprak vb. coğrafi niteliklere sahip bölgelerin var olmasıdır. Farklı iklim türleri ve toprak yapısı, bölgede üretilen besinlerinin niteliğinin başat belirleyicisi olurken aynı zamanda da yemek kültürünün şekillenmesinde önemli bir etkindir. Adana'nın ve Ankara'nın coğrafi yapısı ve iklim şartları göz önüne alındığında özellikle kış aylarındaki bariz farklılıklar, mutfak kültürlerini de etkilemiştir. Bundan hareketle hem Anadolu hem de yöresel mutfak kültürünün oluşumu hakkında Katılımcı bunları dile getirmiştir:

Hem Anadolu mutfak kültürü hem de Adana yemek kültüründe kırmızı et ve yöreye göre ekmek olmazsa olmaz bence. Adana'da Yörükler vardır. Onlar zaten hayvancılık yapar aynı zamanda Türkiye'nin de her bölgesinde küçükbaş olur, büyükbaş olur hayvan yetiştir. Bakın, şimdi Türkiye'nin bütün bölgelerinde bir et yemeği yapılır ve yanında da mutlaka ne olur? Ekmek. Somun ekmek, lavaş, pide, tandır ekmeği vesaire adı farklı olsa da mutlaka yemeğin yanında ekmek olur. (...) Bence Anadolu yemek kültürünün oluşmasının sebebi yaşadığımız yer. Bulunduğumuz yerde ne bulduysak bizim mutfak kültürümüzü, mutfağımızı o oluşturuyor. Şimdi Adana'da bir Seyhan, bir de Ceyhan Nehri var. Bu sayede her türlü sebze, meyveyi yetiştirebiliyoruz. Kışlar çok soğuk geçmez, kar zaten yağmıyor ondan kışında taze sebze-meyveyi bulabiliyoruz. Akdeniz'e kıyımız olduğu için ya da baraj gölünde de balık yetiştiriliyor. Bu sayede 12 ay boyunca taze balığı da alabiliyoruz (...) Bir yerin yeme-içmesini, mutfağı şekillenirken ana unsur bulunduğu yerde ulaşabildiğin gıdalardır (K30K, 55, Adana).

Görsel ve işitsel medyanın gelişmesi ve yaygınlaşması ile yemekle ilgili içeriklerde her alanda artmaya başlamıştır. Hem dünyadaki farklı ülkelerde hem Türkiye'de özellikle ulusal kanallarda yayınlanan en popüler yemek programlarından biri de Master Chef'tir. Görüşmeler esnasında yemekle ilgili programlara dair soruya verilen cevaplarda adı sıkça zikredilen Master Chef, katılımcıların çoğu tarafından yemek programından ziyade reyting için yapılan bir şov programından farksız olduğu dile getirilmiştir. Bu anlamda bu programı takip eden katılımcılar, vakit

geçirmek, kafalarını dağıtmak veya eğlenmek adına bu programı izlediklerini belirtir. Programın asli amacı olan yemek, ikinci planda kalmaktadır. Aynı zamanda Katılımcı 4'ün belirttiği minimalist yemek ya da teknik anlamda fine dining olarak nitelendirilebilecek tabaklamalara sahip yemekler, Anadolu mutfak kültüründeki bol kepçe mantığına uymadığı için bu tutum diğer katılımcılar tarafından da yadırganmıştır. Katılımcı, takip ettiği yemek içerikleri ile ilgili soruyu şu şekilde yanıtlamıştır:

Ben annemin ilk çocuğu olduğum için annem de haliyle hamilelikler falan yaşıyordu. Biz dokuz kardeşiz. Haliyle mutfaka küçüklükten girdim. Annem Erzurum Pasinli. Oranın da hamur işi kültürü vardır. Mantıdır, eriştedir, su böreğidir ne biliyim kete gibi şeylerdir. Onları küçüklüğümde beri yemeyi çok seviyorum. Etrafımdakiler de yaptıklarını çok beğendiklerini söylüyorlardı. Daha sonra onlara katkı geliştirdim ve içli köfteler, sarmalar dolmalar şu an internet çağı, internette de bakıyorum. (...) Mesela yemek.com var onu takip ediyorum, Refika var hoşuma gidiyor, Nefis Yemek Tarifleri kısa kısa videoları koyuyor, Bera'nın Tatlı Dünyası bir diye bir bayan var şu an hatırimda onlar var. (...) Master Chef'i bir yıl izledik yani artık çok ilgimi çekmiyor zaten orada pek tarif vermiyorlar yani maksat yemek değil reyting için yapılan bir program. Yemekte çok teknik kullanıyorlar. Kullandıkları o malzemeleri her evde bulundurmamak zor. Zaten karides, ahtapot falan bizim evde pişmez. Çok da becerikli değiller. Ben onlardan çok daha becerikliyim. Onlar çok teknik kullanıyorlar, güzel minimalist yemekler yapıyorlar, onu ben yapamam. Çok şey küçük küçük şeyler oradan buradan her türlü gıdayı karıştırıp, birleştirip yemek yapıyorlar (G4K, 46, Ankara).

Çatışmacı perspektiften bakıldığında ise bu tür yemek programlarında yemeğin araç olarak kullanılıp rekabet odaklı yaşanan tartışmalar ve tatminsizlik durumu, yemeği bir yandan metalaştırarak diğer yandan da değersiz hale getirip *kültürel yozlaşmaya* kapı aralamaktadır (Avcıkurt ve Sarioğlu, 2019, s. 8). Yemeğin kitleler tarafından ilgi çeken bir içerik olması ve bunun yarışmadaki rekabet içerisinde çeşitli çatışma ve kriz ortamlarına sebebiyet vermesi bu anlamda yemeği bir araçtan öteye götürmemektedir. Aynı zamanda Master Chef gibi dünyanın çeşitli ülkelerinden yayınlanan bir format olması bunun farklı kültürler tarafından yaygın bir şekilde tüketilen bir program haline getirmektedir. Ancak Anadolu mutfak kültüründe bulunmayan yengeç, ahtapot, deniz tarağı gibi deniz ürünlerinin kullanılması, kırmızı etin pişme derecesi veya bir tabak yemek için israf edilen malzemeler göz önüne alındığında bu tür programların gerçek hayattaki karşılığı sorgulanmaya muhtaçtır. Bireylerin gerek sosyal medya gerekse ulusal kanallar aracılığıyla takip ettikleri

hesaplar/programlar, kendi kültürler arka planının yansıtan tercihlerin bir toplamını oluşturmaktadır. Katılımcının bu konu hakkında düşünceleri şöyledir:

Yemek programlarına arada sırada bakarım, Master Chef'e falan. Ama buralarda yemek gösteriş için şov dedikleri şey için yapılıyor. Tamam bize ait güzel yemekleri de yapıyorlar. O sırada püf noktalarını, kolay yollarını da öğrendiğimiz oluyor. Ama genel olarak bana hitap etmiyor. Çünkü Adana'da et tam pişer. Biz öyle eti kestığımız zaman kırmızı kırmızı kanlı gibi olmayacak. Ayrıca o yaptıkları tabaklarda bize göre değil, bizde tabak dolu dolu olacak. İki kaşık bir şey koyuyorlar. Biz de onla doyulmaz ki. Bir de çok israf ediyorlar. Bir tabak yemek için kilolarca malzeme çöpe gidiyor. O yemeği çıkaracağım diye bir sürü şeyi doğruyorlar, pişiriyorlar. Sonuçta bir de yenmiyor. (...) Sosyal medya üzerinden evet takip ettiğim kişiler var. Mesela Yunus Emre ve Ömür Akkor kardeşleri takip ederim çünkü yemekle tarihi birleştiriyorlar ve Türkiye'yi gezip her yöreyi ayrı ayrı çok güzel yansıtıyorlar. Bir de evde olan malzemelerde yemek tarifleri veriyorlar. (...) 2-3 defadır bir yaptığım tarif var. Akor kardeşlerden aldım. Gaziantep yöresine ait tavuklu saçma tava diye. Ölçüyü tam veriyor. Ben de birebir uyguladım. Tadı çok güzel oldu. Misafirim geleceği zaman yaparım bu tarifi. (...) Sonra masmavi3_mutfak diye bir sayfa var. Bir ev hanımı fakat hani işi sosyal medyaya döktüğü için çok pratik ve güzel tarifler veriyor. Bir lavaş tarifi vardı onu da denedim güzel oldu. Etli veya ekmekek gibi hamur işi şeyler daha ilgimi çekiyor (G30K, 55, Adana).

Yemek ile ilgili birçok bilgiye ulaşım imkanları artmasına rağmen güvenilir bilginin kaynağı bugün yazılıp, yarın bozulan sabun köpüğü niteliğindeki bilgilerden ziyade deneyimin ürünü olan gelenekte aranmaktadır. Aynı zaman "el almak" tabirinin kökenlerinin de geleneksel usta-çırak ilişkisinde tesadüfi değildir. Bu anlamda katılımcının özellikle Master Chef ile ilgili düşünceleri bu durumu özetler niteliktedir:

Şöyle çok oturup izlemem yani çok nadir, televizyonda zaten aram yoktur. Ondan yemek programlarını da çok takip etmem. Daha çok tarifleri anneme sorarım. Anneannem, teyzem bende annemden almışım el lezzetimi. (...) Master Chef'te aslında yemek yapmak amaç değil de işte reyting için kavga çıkarmak, sıkıntı, kaos olması daha önemli. Ya bir de çok garip gurup şeyler yapmaya başladılar kendi damak tadına yakın bulmuyorum. (...) Yengeç, ahtapot, kalamar gibi. Onlar bize göre değil, belki tadı güzeldir işte demedik ama çok garip şeyler yapmaya başladılar. Yani şey bu işin adı sadece yemek aslında. Reyting için yapılmış herhangi bir programdan bir farkı yok (G2K, 25, Ankara).

Sosyal medya mecralarının yaygınlaşması ise yemeğin küreselleşmesinin önünü açmıştır. Bu durum farklı yemek kültürlerinin hem yerel hem de küresel

düzeyde tanınırlığı arttırmıştır. Ancak sosyal medyayı bir araçtan ziyade amaç olarak görmek ve popüler kültür rüzgarına kapılıp hayatına beğeniler ve takipçi sayıları üzerinden yön vermek ayrıca tartışılması gereken bir konudur. Yemeğin masaya geldiğinde iştah açıcı ve göze güzel görünmesi önemli olsa da bunun bir şova dönüştürmesi ve bir “tuz”un dahi bu iş için kullanılması, yemeğin araç olduğunun göstergesidir. Bu anlamda sosyal medya yeme-içme sektöründe hem tüketici hem üretici/işletme boyutunda önemli bir etkiye sahiptir. Ancak yapılan çalışmalarda (Onurlubaş vd., 2015, s. 922; Ertürk, 2019, s. 1209) dışarda yemenin daha pratik olması, hoş vakit geçirme, aile/arkadaşlar vakit geçirme, özel gün kutlaması vb. amaçlar dışarda yemek yediği sosyal medya görünür olma arzusunun ise geri planda kaldığı gözlenmiştir. Ancak eğitim düzeyi, gelir durumu ve sosyal medya da geçirilen zaman göz önüne alındığında belirli gruplar için sosyal medya da görünür olma statü ve prestij kaynağı olmaktadır (Bayuk ve Öz, 2018, s.2853-2854; Çakıcı ve Sünnetçioğlu, 2022, s. 762). Hem sosyalleşme hem de gösterişçi tüketim yönü olan dışarda yemek yeme olgusuna dair katılımcı, özellikle bir dönem revaçta olan lokmacılar üzerinden ilgili soruya cevap bu şekilde olmuştur:

Teknolojinin olumlu etkilediği de var, olumsuz etkilediği de var. (...) Bundan birkaç yıl önce lokmacılar patladı. Hiç yemedim. Yani lokmayı severim ama lokmanın içine çikolata vs. gibi ağır ürünler koyuyorlar. Mesela bu en başta sosyal medyada patladı ve insanlar bu sektöre girmeye çalıştı. Sosyal medyanın olumsuz yönlerinden bir tanesi de bu oluyor geleneksel tatlar bozuluyor. (...) Ekonomik açıdan olumsuz oldu gerçi. Çünkü açanlar işte 3-4 ay sonra battı. Onun haricinde sosyal medya yani bu noktada sadece sosyal medya demeyeyim de şeyleri de etkiliyor daha çok görsel ve sunuma odaklı yemek çeşitleri arttı. (...) Normal ev yemeği tarzı şeyler değil de daha çok ya tatlı ürünü ya da görsel sunuma dayalı ürünler arttığı için yemek kültürünü olumsuz etkileyen şeylerin arttığını bu yönden söyleyebilirim. Çünkü artık mevzu tabaktaki çok lezzetsiz bir şey bile olsa biz sonuç olarak o tabağı sipariş ediyoruz o görseli için. Çünkü fotoğrafını çekip atacağız Instagram’a. Hani o bağlamda iş daha çok görsele döndü (G6E, 25, Ankara).

Sosyal medyanın amaç olarak kullanılması aynı zamanda paylaşılan görsel veya bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğu hakkında da şüphelerin doğmasına sebebiyet vermektedir. Bir marka, mekân veya sponsorla yapılan iş birliği sonucu yapılan paylaşımlar özellikle kullanıcıların aklında soru işaretleri oluşturmaktadır. Özellikle food porn mantığından hareketle sanal alemde paylaşılan görselleri bireyler de tüketme isteği uyandırması ve bunun sonucu gerçek hayatta yaşadığı deneyimin

birbiriyle örtüşmemesi, bu mecralara güvenmeyen tüketicileri arttırmaktadır. BM Dünya Seyahat örgütüne göre dünya çapındaki turistlerin destinasyon tercihlerinde yemek çok önemli diyenlerin oranı 88.2'dir. Aynı zamanda hem Türkiye de hem dünyada turizm odaklı yemek gelir ve giderlerine bakıldığında da yeme-içmeye ayrılan bütçe önemli rakamlara ulaşmaktadır. Yemek turizminin de revaçta olduğu günümüzde daha fazla turist çekme adına gıda fuarları, yemek etkinlikleri/turları, aşçılık workshopları gibi yemeğe dair etkinlikler %80 civarındadır (Türkiye Gastronomi Raporu, 2015). Hem yurtiçi hem yurtdışı seyahatlerde nerede ne yenir? sorusunun destinasyon tercihleri önemli olduğu farklı çalışmalarla da (Toksöz ve Aras, 2016, s. 184; Baz ve Özdemir, 2018, s. 168) desteklenmiştir. Katılımcı, bu konundaki düşünceleri deneyimlerinde hareketle şu şekilde ifade etmiştir:

Sosyal medyaya doğrusu güvenmiyoruz. Eşim bu konuda daha katı. Hepsinin reklam olarak paylaşıldığını düşünüyor. O yüzden de internette gördüğü böyle benim gördüğüm hadi gidelim buraya güzel görünüyor dediğim yerlere eşim gitmeyi çok tercih etmiyor. Hatta en son bir yer vardı Ankara'da sosyal medyada çok güzel yiyecekler falan gösteriyorlar. O kadar güzel görünüyor ki eşime dedim ki ne olur gidelim. Bir gün gittik ya inanılmaz derecede ağır yağ kokusu böyle hani tekrar tekrar kızartılmış yağ kokar ya girdiğin andan itibaren sadece onu hissediyorsun. Tek bir lokma bile yemeden çıktık oradan hiçbir şey yemedik. Ama internette yemekleri öyle güzel gösteriyorlar ki (...) O yüzden ben genelde internette çok tavsiye almıyorum. Böyle Instagram'da büyük şefler var mesela bir şey tavsiye ettiğinde tabii ki hani onları araştırıp bakıyorum. En son bir tane şey gördüm Çiya Sofrası diye Kadıköy'de bir yer varmış, Instagram'dan takip ediyorum. Şu an hayalim yani İstanbul'a gittiğimde hani ilk gideceğim yer kesinlikle orası. (...) Yöresel yemek sevdiğim için eski mutfak kültürünü sevdiğim için bir yere gideceğimiz zaman bir şehir dışına çıkıyorsa ilk araştırdığımız şey nerede gezilir? nerede yenir? Ama her zaman nerede ne yenir öne çıkıyor (G12K, 29, Ankara).

Kır veya kent yaşamının getirdiği hayat şartları da yemek kültürünü etkileyen önemli etkenlerdendir. Kentlerdeki hızlı yaşam şartları ve aynı zamanda yiyecek-içecek konusundaki alternatiflerin çok ve kolay ulaşılabilir olması, kentteki yemek kültürünü etkilemektedir. Kırdan ise alternatif yiyecek-içeceklere kolay ulaşımın kentlerdeki kadar kolay olmaması, ulaşılabilen yiyecekler üzerinden bir yemek kültürü oluşmasına zemin hazırlamıştır. Ancak eskiye nazaran kır ve kent arasındaki etkileşimin hızlanması, kır-kent ayrımına dair sayılabilecek farkları azalmasına sebep olmuştur. Diğer taraftan toplumsallaşma sürecinin geçirildiği çevrenin nitelikleri de ilerleyen süreçte bireylerin damak tatlarını belirler niteliktedir. Katılımcının kendi

damak tadı ve çocuklarınınki üzerinden verdiği örneği ve kırdaki deneyimlediği olayı şu şekilde anlatmıştır:

Ben köy insanıyım. Mesela bizim o tarafın o tadını almadıkça peynir yediğimi hissetmiyorum. Ekmeğin arasında o keskin tat damağıma vuracak. Şu anki peynirden, peynir tadı alamıyorum ama çocuklarım için eve alıyoruz maalesef. Onlar şehirde doğdu büyüdü çünkü. Şunu söyleyeyim şu an köydeki bir insanda bu internet çağında o şeylere ulaşabiliyor ama ulaşımından dolayı. Belki ben inip hemen marketten alabiliyorum ama o alamıyor. İsteyen bunu köyde de yapar. İşte köyde bile artık ekmek yapılmıyor derler ya kesinlikle beyaz ekmek alınıyor, baklavayı hazır hamurdan yapıyorlar şaşıyorum yani. (...) Eşim burada Temelli’de çalışıyor. Yol üstü sütü alıyor ben burada yoğurdumu hatta peynirimi bile yapıyorum. Ama köye gittim, sütü satıyorlar evde gitmişler margarinle yemek yapıyorlar. O kadar güzelim peyniriniz, yağınız dururken sen onu sat, git margarin ye, margarin evime sokmuyorum. (...) Ben şu an köyde yaşasam hiçbir yeşilliği marketten almam çayından, çimenden, dağdan doldururdum dolabımı (G4K, 46, Ankara).

Yeme-içme konusunda oluşan farklılıklardan birisini de kır ve kent yaşamının getirdiği şartlar belirlemektedir. Kır ve kent arasındaki gıda üretim şekli, besinlere ulaşım imkânı, onları satın alma ve saklama koşulları arasında birtakım farklılıklar vardır. Bu farkların oluşmasında kır ve kentin toplumsal yapısı etkili olurken bu durumun da coğrafi şartlarda etkilidir. Ulaşım imkanlarının gelişimi, kentlerin çekici nedenleri ve dünyanın küresel bir köy haline geldiği günümüzde kır yerleşimlerinin daha mikro alan olma özelliğini yitirmesi, kır-kent arasındaki etkileşimi arttırmıştır. Adana özelinde düşünüldüğünde düz bir ova üzerine kurulması ve iklim şartlarının kışın dahi zorlayıcı etkiye sahip olmaması, kır-kent arasındaki etkileşimi arttırırken kışın çetin yaşandığı doğu bölgelerinde ve Ankara’da bu durum mevsimsel olarak değişkenlik göstermektedir. Bu ise özellikle kış için yapılan hazırlıklardan yazın veya kışın tüketilen sebze-meyveye kadar bireylerin beslenme düzeni üzerinde doğrudan etkilidir. Ancak teknolojik gelişmeler ve gıda özelinde çeşitliliğin artması hem bölgeler arasında hem de kır-kent arasındaki ayrımların ve farklılaşmaların görünürlüğünü azaltmaktadır. Katılımcı, bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

Şimdi benim gördüğüm kadarıyla Adana bölgesi için söyleyeyim. Hani Karadeniz farklı olabilir. Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu köy-kent arasında bazı farklılıklar olabilir çünkü kışın yollar kapanıyor vesaire. Ama Çukurova bölgesinde kır-kent arasında bir fark olmadığını düşünüyorum. Çünkü köyde yaşayanların hemen hemen birçoğu her gün Adana’da. Bir de 65 yaş üstü otobüslerde ücretsiz, o da kolaylık sağlıyor. Böyle olunca işi olan da geliyor, olmayan da geliyor. Burada yiyip içip gidiyorlar. Akşam giderken de

burada olan her şeyi köye taşıyorlar. Biz şöyle, 1980-1981 yılları ortaokuldaydım. Köyden, Köşreli nahiyesine ortaokul okumaya giderdik. Ben, ablam ve kardeşim için fırından açık ekmek alırdım, adam başı yarım ekmek. Öğle arası herkes sırasının üstünde o ekmeği yer, doyardı. Aklımıza gelmiyordu bu ekmeğin yanında niye peynir yok? Niye tereyağı yok? Niye yumurta yok diye aklımıza dahi gelmezdi. Çünkü hayatta daha üstünün nasıl olacağını bilmiyorduk. Şimdi kendi çocuklarıma ısrarla tembih ediyorum okulda çıkan yemeği yiyeceksiniz diye. Okulda üç öğün düzenli yemek çıkıyor, aylık parasını peşin ödüyoruz aman ha çocuğum aç kalmayın ondan yiyin sonra şunu yiyin, bunu da okula götürün tarzında. Ama şimdi köylerdeki okullara da düzenli yemek gidiyor. Köydeki çocukla kentteki çocuk arasında bir fark kalmadı (G17E, 55, Adana).

Ulaşılabilir olan yiyeceklerin tanımlanması anlamında Katılımcı 12'nin *"toprak ne verdiyse onu yapıyoruz"* tespiti değerlidir. Bu anlamda toprağa ve mevsime bağımlı bir hayat düzeni, kent hayatının aksine doğal şartlar tarafından belirlenen bir döngüyü izlemektedir. Aynı zamanda kentlerde mesai saatlerine bağlı bir yaşam ve iş düzeni ile kırdaki çalışma imkanlarına bağlı iş düzeni, yemek yapma alışkanlıklarını da etkilemektedir. Kentlerdeki ithal ürünlerden turfanda sebze-meyveye kadar binlerce ürün çeşidi barındıran marketler ise hazır, dondurulmuş veya konserve ürün çeşitleriyle daha pratik alternatifleri sunmaktadır. Bu durum ise kırdaki tüketicilerin ihtiyaçlarını direkt topraktan karşılamasına imkân verirken kentte ise bu ihtiyaçların çoğunlukla market raflarında karşılaması ile sonuçlanmaktadır. Katılımcı, kır ve kent hayatına dair tecrübelerini şu şekilde dile getirmiştir:

Şöyle yani kentte daha çok böyle pratik yemekler hani daha hızlı yapalım vesaire hani bu şey var bence ve hani fırın yemekleri daha çok oluyor benim gördüğüm kadarıyla. Köyde büyüklerimiz var. Benim annem babam aynı köylü o yüzden köye çok sık gidip geliyoruz. Hem annemin akrabaları hem babamın akrabaları bizim de kendi bahçemiz var köyümüzde babamla tarlası falan var, o yüzden sık sık gidip geldiğimiz olur. (...) Köyde daha böyle tencere yemekleri hani atayım pişsin ya sobanın üstünde ya da sobanın içindeki fırında ne bileyim orada pişirirler. (...) Ben köyde hiç şeyi brokoli, karnabahar onların yendiğini görmedim mesela hiç yapılmaz. Hani daha çok böyle kendi bahçelerinden işte amcalarım falan yazın yetiştirdikleri kışın da onları pişirirler. Yazın daha çok böyle bahçeden toplanan domates pişirilir hani etle birlikte kıymayla birlikte ya da tavukla beraber patlıcan falan. Aynı şekilde böyle çok kış sebze sebzeleri çok tüketilmez pırasa vesaire onlar olur ama hani karnabahar brokoli o şeyler bence kentlerde daha fazla. Çünkü kırsalda şöyle bir şey toprak ne verdiyse onu yapıyoruz ama burada markete gittiğimizde soğuk hava dolaplarında işte donduruculardaki paketler daha çok kolay böyle mevsimsiz de

ulaşabiliyoruz. Baharatlar mesela ben yenibaharı, yenibahar diye bir baharat var ya onunla son üç aydır falan tanıştım. Mutfakla o kadar ilgiliyim ne bileyim yemek yapmayı falan severim ama o bile üç aydır girdi hayatıma. (...) Böyle farklı lezzetlere de ulaşım daha zor kırdı. Benim yaşadığım ilçede bu baharat var evet ama büyük marketlerde. O yüzden o senin beslenmeni etkiliyor. Bir şeylere ulaşamıyorsun ya da ulaşsam da hani bazı şeyleri nasıl kullanacağını bilmiyorsun. Nasıl kullanacak? Neyle tadı güzel olur? Alacağım ama nasıl kullanacağım gibi internetten tarif bakıyorum bende (G12K, 29, Ankara).

Yeni neslin yeme-içme tercihlerindeki önemli faktörlerden birisini de eğitim hayatı oluşturmaktadır. Anaokulundan üniversiteye kadar eğitim süreci, bireylerin haftanın çoğunluğunu dışarda geçirmesine sebep olmaktadır. Günümüzde özellikle her bütçeye hitap eden farklı yiyecekler üzerine yeme-içme mekanların yaygınlaşması ise bireylerin yemek tercihlerini etkilemektedir. Evde bir yemek düzeninin olması ve çocukların küçük yaşlardan itibaren bu düzen içerisinde bir damak tadı geliştirilmesi, yeme-içme kültürünün hem kamusal alanda hem de özel alanda devamı için önemlidir. Özellikle ek gıdaya geçen bebeklerde uygulanan 3 gün 3 kaşık metodu, tüm yaş gruplarındaki bireylerin için farklı lezzetleri tatması ve sevmediği yemeklere karşı olan olumsuz algının değişmesi bakımından etkili bir yöntemdir. Yeni neslin yeme-içme tercihleri göz önüne alındığında ise yiyecek çeşitliğini sağlıklı ve besin değeri olan alternatiflerden ziyade paketli ve katkı maddesi olan gıdalara yönelim şeklinde olmaktadır. Katılımcı, bu durumu kendi çocuğı üzerinden şu şekilde anlatmaktadır:

şimdi artık daha pratikleşmeye başladı çalışma hayatı, çocukların okul hayatı. Eskiden çocuk o zaman ne varsa yiyordu, çok çeşit yoktu. şu anda çeşit var, çocuklar sevdiklerini istiyorlar sadece. Bizim zorlamamız da bir şey fark etmiyor ki. Biz evde ne kadar zorlasak mesela liseye giden oğlum dışarıda okulda yiyor, farklı şeyler yiyor alternatifi var çünkü. Ama sırf biz mesela köy hayatında olsak sadece benim yaptıklarımı yese alışır, mutlaka alışır. Aç kalacak hali yok, dışarıdan yiyemez. Kızım sevmediğı bir şey olursa hemen abur cubur alıyor. (...) Her yerde bakkalda, markette çok olması da yani bizi değıştirdi maalesef. Bize çocuklar küçükken aç kalmasın diye büyük bir şey vardı baskı. Yani aç kalacak ki anlayacak çocuk, aç kalsa ne olacak. (...) Kardeşimin şimdi üç tane çocuğı var. Çok güzel yemek yiyorlar. Ama ne yapardı kardeşim keşke biz de öyle yapsaydık şimdi yemekler gelmiş mesela çorbaları sevmese de oğlum veya kızım üç kaşık alın, sadece üç kaşık yiyeceksin sevmiyorsan gerisi kalsın. Her şeyin tadına baktırdı, şimdi güzel yemek yiyorlar (G5K, 47, Ankara).

Çalışmanın son temasını ise sosyo-kültürel aktarım eksenin mutfak kültürü oluşturmaktadır. Bu tema altında belirlenen ulusal ve yerel yemek kültürünün değişimi kategorisinin altında Şekil 6’da görüldüğü gibi yemek kültürünü oluşturan faktörler, kır-kent ayrımı bağlamında yemek, mutfak kültürünü değiştiren etmenler ve internet platformlarında yemek içerikleri/programları olmak üzere 4 kod tayin edilmiştir.

Farklı ülkelere ait yemek kültürüne deneyimle anlamında katılımcıların birçoğu çekinceli olduklarını dile getirmişlerdir. Bunda hem neofobi etkili olurken aynı zamanda da özellikle Anadolu mutfak kültürüne ait öğelere damak tatları yatkın olan bireylerin farklı ülke mutfaklarına dair hem dini hem de hijyen noktasında hem kullanılan malzemelerin farklı pişirme ve aromalandırma işlemlerine tabii tutulması önemli etkenlerdendir. Katılımcıların çoğunluğu Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne dair yemekleri öncelediklerinin altını çizirken, kendi damak tatlarına yakın olarak İtalyan mutfağını gördüklerini belirtmiştir. Özellikle Uzak Doğu ve Hint mutfak kültürlerine karşı ise olumsuz bir bakış açısı olduğu gözlenmiştir. Türkiye’de toplumsallaşma sürecini geçiren ve damak tadını Anadolu kültürüyle harmanlayan bireyler haricinde yurtdışındaki farklı uluslara ait mutfak kültürleri benimseyen bireyler için Anadolu yemeklerinin ifade ettiği anlamda önem arz etmektedir. Hem Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistler yapılan çalışmalar (Şanlıer, 2005, s. 221; Albayrak, 2013, s. 5056-5057; Birdir ve Akgöl, 2015, s. 62; Yiğit ve Şahin Perçin, 2021, s. 4) hem de yabancı mutfak şefleriyle yapılan çalışmada (Çakıcı ve Eser, 2016, s. 211-222) Anadolu mutfak kültürüne ait yemekleri; lezzetli, doyurucu, iştah açıcı ve güzel kokulu bulurken aynı zamanda da fazla baharatlı, yağlı, salçalı, şekerli, kalorili bulmuştur. Her damak tadı, farklı bir kolektif kimliğin yansımasıdır. Bu sebeple geleneksel -kodlar ve kimliği oluşturan sosyo-kültürel değerler, bireylerin farklı yemek kültürlerine bakış açılarını etkilemektedir. Yiğit ve Doğdubay (2020, s. 10), neofobi üzerine yaptığı çalışmasında genç tüketicilerin (18-33 yaş arası) yeni yiyecekleri tatmaları hususunda temkinli oldukları aynı zamanda da yemek tercihlerin seçici ve ne olduğunu bilmedikleri yemekleri yemediklerini sonucu ulaştırmıştır. Görüşülen katılımcı ise Anadolu mutfağı ile oluşan yemek kimliğinden hareketle farklı yemek kültürlerine karşı temkinli olduğu belirtip Ankara’nın ünlü

lezzet duraklarından hareketle geleneksel tatlarla olan beğenisi bu şekilde dile getirmiştir:

Ben çok dünya mutfağı denemedim. Makarna falan öyle şeyler var ama bizim kendi mutfağımızı tercih ederim. Ne bileyim böyle çok dünya mutfağı deneme hevesim yok. Kendi ülkem içindeki farklı lezzetleri denemek daha hoşuma gidiyor. (...) Suşiyi çok denemek istiyorum ama onu da hiç böyle denemedim hani dünya mutfağı konusunda biraz daha cesaretli değilim, yeni tatlarla böyle çok açık değilim. (...) Böyle bir yerde yemek yiyelim diye düşündüğümüzde hiç aklıma dünya mutfağı gelmiyor. Genelde böyle kebabçılar ev yemeği yapan lokantalar aklıma gelir. Ankara’da böyle güzel sevdiğimiz yerler var mesela direk onlar aklıma gelir. Aspava seviyoruz, Gülçimen Aspava bizim favorimiz. Onun dışında Peçenek Döner var, Atatürk Orman Çiftliği var. Sokak lezzetlerini çok seviyorum. Özellikle oralar kokoreç ve köfte-ekmekleriyle ünlü (G12K, 29, Ankara).

Özellikle Uzak doğu mutfağı denilince akla gelen ilk yemeklerden olan suşi, katılımcılarında çekinceyle yaklaştığı tatların başında gelmektedir. Anadolu mutfak kültüründe balık/deniz ürünleri genellikle ocakta, fırında, mangalda ya da salamura veya tütsüleme tekniği kullanılarak pişirilmektedir. Suşi ise genellikle çiğ balığın yosun yapraklarına pirinçle birlikte sarıldıktan sonra soya sosu, wasabi ve zencefil turşu ile servis edilmektedir. Suşinin tadına bakmama konusunda katılımcıların çoğu kararlı bir tutum sergilemektedir. Aşına olunan tatların tercih edilip, tadına bakmasa dahi yapılış şekli veya içine konulan malzemelerinin bireylerin yeme alışkanlıklarına uygun olmaması, farklı ülke mutfaklarını deneyip deneme konusunda kıstas oluşturmaktadır. Katılımcının suşi ile ilgili düşüncelerinden hareketle cevabı şöyledir:

Üniversiteyi Rize’de okudum. Mesela onlar kavurmayı çok güzel yapıyorlar Rize’nin kavurması meşhur zaten. Sonra kuru fasulyeleri var o da güzeldi. Ama genelde orada büyükbaş hayvan tercih ediliyor bizim burası gibi değil. Ayrıca salça, acı falan pek kullanmıyorlar. (...) Arkadaşlarımızla çeşitli restoranlara gitmiştik oralarda değişik İtalyan soslarıyla makarnalar yemiştim, sevmiştim. Domatesli böyle hafif acılı güzeldi soslar. (...) Denemez olaydım üniversitedeyken yeni bir mekân açılmıştı, suşi yapıyorlardı. Bende hep denemek istemiştım. Tadını merak ettim, bizde arkadaşlarımla suşi yemeye gittik. Berbatı ya ben böyle iğrenç bir şey yemedim. Zaten yer yemez ben kalktım masadan, başka bir mekânın tuvaletine gidip kustum. O yosunun tadı, pirincin insanın ağzında çoğalan bir tadı, felaketti. Wasabiye hep acı derler tamam bende Adanalıyım acı severim ama böyle bir acı yok. Yani aslında yanık gibi bir tadı var, değişik bir şey yani insanın ağzında tuhaf bir tat

bırakıyor. Kısacası hiç güzel bir deneyim değildi bir daha asla denemem (G31K, 26, Adana).

Teknolojinin içine doğan yeni neslin yemek tercihleri ise geleneğin aktarılacağı nesil olması hasebiyle önem arz etmektedir. Katılımcının vurguladığı gibi ev içinde gelenek halinde yemek kültürünün yeni nesle aktarılması öğrenme sürecinin ve damak tadının gelişimi için değerli bir fırsattır. Geleneksel yemek kültüründen yeterince istifade etmeyen/edemeyen/etmek istemeyen yeni nesil ise muadil yiyecekler Anadolu veya yöresel mutfak kültüründe olsa dahi farklı adlarla dışardaki marka/mekanlarda olanları tercih etme eğilimi göstermektedir. Katılımcı özellikle katkı maddelerinin altını çizerek kendi çocuklarından hareketle soruya şu şekilde cevap vermiştir:

İşte siz gençler bunu çocuklarınızı yetiştirirken özellikle o doğunun peynirlerini ağızlarına ağızları tıkacaksınız. Keşke küçükken sakatatları pişirip pişirip bunlara yedirseymdim, belki damak zevkleri alıştırdı diyorum. Yani küçüklükten itibaren bir gelenek halinde evin içinde alışmalılar. Ama biraz zaman sonra sen evde yapsan da onlar dışarıda yiyor, evdeki lezzetli gelmiyor. Dışarıdakilerdeki lezzet, katkı maddelerinden dolayı ne yazık ki. Bizim eriştemiz yerine noodle geldi, neresini seviyorlar anlamıyorum yani (...) Çocuğun ev yemeğinin tadını bilmesi lazım. Şimdi ev yemeğini yedirmeye çalışıyoruz da tadına bile bakmak istemiyorlar. Bizim hatamız. Biz küçükken yedirecektik. Tabii ek gıdaya geçince dış gıdayı vermeyecektik. Dıştan, ev dışından bir şey vermeyeceksin. Dışarının lezzetini alınca evden kopuyorlar. Üniversite çağına kadar yine evde yedirdim ama dışarı gidince çocuklar artık orada ne varsa alıyorlar. (...) Çünkü dediğimiz gibi onun içindeki katkı maddesi bağımlılık yapıyor. (...) O yedikleri hamburger falan var ya bir saat sonra yese hiç lezzetli gelmiyor. O ilk sıcaklığıyla içinde ne varsa o an yiyince tok olsun da yediyor. Aslında hamburgeri de kendim yapıyorum ben. Evde internete bakarak yapmıştım. Dışarda kim bilir nasıl yapıyorlar gözümüz görmüyor ki. (...) Onu da yemediler şey ya kuru diyorlar içinin baharatını beğenmiyorlar (G5K, 47, Ankara).

Değişen zaman ve dönüşen yemek kültürü çerçevesinde hem dışarda yemek kültürünün yaygınlaştığı hem de teknolojik vasıtalar vesilesiyle farklı mutfak kültürlerine ait yemeklerin ulaşılabilir olması, yeni neslin yemek tercihlerini etkilemiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğuna göre yeni neslin; hamburger, pizza vb. gibi zincir restoranlarından hareketle fast fooda yatkınlığı olduğu düşünülmektedir. Ancak burada asıl sorgulanması gereken günümüz şartlarında fast food ya da hazır/paketli gıdalar bir alternatif mi? Yoksa bir zorunluluk mu? Fast food'un yaygınlaşması ve tercih edilmesinin sebebi nedir? Bu gibi sorular çoğaltılabilirken

verilecek cevapların temelinde ise hem mikro alanda aile içindeki geleneğin hem de makro alanda toplumsal yeme-içme kültürünün sürdürülebilir ve yeni yetişen nesle aktarımı için neler yapıldığı olmaktadır. Katılımcı, günümüzde çoğu yetişkin tarafından bile pek tercih edilmeyen paça çorbasını küçük yaştaki yeğenlerinin alışma süreci üzerinden soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Yeni neslin maalesef fast fooda düşkünlüğü var. Ama bunda ev hanımları da sorumlu biraz. Evde oturuyorlar, yemek yapmıyorlar. Ben onlara hayret ediyorum, bir mercimek çorbasını yapmak, bir pilav yapmak bu kadar mı zor yani. Bende çalışıyorum ama yeğenlerime bir kere bile dışardan hamburger yedirmedim. Hamburgerin köftesi için gider kasaptan özel kıyma çektiririm. Sonra eve gelir ekmeği kendim yaparım. Yanına da ketçaba benzer domatesli bir sos yaparım mis gibi yerler. Sadece hamburgerde değil yeğenlerimin biri ilkokul diğeri ortaokula gidiyor. Sabahları paça içmeye bayılıyorlar. Kebabı, lahmacunu ya da mumbarı söylemiyorum bile. Kaç tane çocuk paça içer sabahları? Şimdikiiler hazırcı. Paketli ya da fast food tarzı şeylerin lezzetli olduğunu düşünüyorlar ama gerçek lezzeti bilmiyorlar. (...) Bizimkilerin sevmesinde en büyük etken evde görmeleri. Abimlerin evinde de bizim evde de sakatat her zaman pişerdi, etli kuyruk yağlı yemekler her zaman olurdu. Çocuklarda böyle bir evde büyüyünce kendilerinden bu tarz yemekleri sevdiler. Paça pişmeyen evde, çocuk paçanın tadını nereden bilsin? (...) Bizim yemek kültürümüzü sevmeleri için önce yeni neslin ailelerinin sevmesi, yemesi ve pişirmesi lazım. Yoksa dışardaki mekanlarla olacak iş değil. Çocuğa dışarda kimse mumbar yesin diye reklam yapmıyor hep pizza, hamburger var. Ondan evdeki mutfakta pişecek ki çocuklar öğrenecek (G25K, 40, Adana).

Katılımcı özellikle paketli ve katkı maddesi olan gıdaların yeni neslin beslenmesinde başat rolü olduğunu belirtirken aynı zamanda da kendi çocukluğu ile kendi çocuklarının atıştırılmalık/çerez anlayışlarını karşılaştırmıştır. Anadolu kültüründe var olan birçok çerez çeşidinden biri olan çedeneyi anlattığı cevabı şu şekildedir:

Şimdi cipsler mipsler çıktı. Bizim orada eskiden eğlencemiz, çerezimiz çedeneydi. Babaannem buğdayı alırdı tabii eski buğday da yok da babaannem o buğdayı alırdı, tandırın üzerindeki o ateşte kavurur içine de bu şey çedene derler şu an şey ekimi yasak ya kenevir mi kenevir. Kenevir tohumu var çok güzel onu katar içine kuru üzüm katardı bizim o çerezimizdi. (...) Şimdi abur cuburlar çocuklara daha cazip ve lezzetli geliyor. Ama onlar kolay iştahı kapatıyor. Cips yiyorlar, çikolata falan yiyorlar yemek saati aç olmuyorlar. Bence çocuklara yemek yedirmek için aç olmaları gerekiyor, lezzetli gelmesi için. Şimdi lezzetli gelmiyor hiçbir yemek. Arada biz nasıl bir yere gidip aç gelince her şey bize güzel

geliyor ama bunlar arada sürekli bir şeyler yedikleri için sürekli tok oluyorlar (G4K, 46, Ankara).

Çalışma sürecinde yeni nesle hem Anadolu hem de yöresel mutfak kültürlerinin aktarımı hususunda yapılması gerekenler hakkında katılımcıların fikirleri alınırken ekseriyetin uzlaştığı konu evde yemek yapmanın önemli olduğudur. Evde bulunan yiyecekler ve ailenin yemek yeme alışkanlıkları çocuklarında yeme-içme tercihleri üzerinde büyük bir etken oluştururken bu durum yalnızca evde sağlık yiyecek bulunup bulundurulmamasını kapsamamakta, ev içi sağlıklı ve dengeli bir yemek kültürü oluşumunu incelemektedir (Santiago-Torres vd., 2014). Yeni neslinin hayatının büyük bir bölümü çeşitli eğitim düzeylerinde okullarda geçse de evde sabah ve akşam bir sofranın kurulması, yemek kültürünün aktarılmasının yanı sıra toplumsal değerlerin iletimi ve aile mefhumunun gerektirdiği sosyalleşmenin sağlaması açısından değerlidir. Ailenin yemek vesilesiyle bir sofrada toplanması aynı zamanda bireylerin beslenme alışkanlıkları ve yemek tercihleri üzerinde etkili olmasının yanı sıra aile kültürünün ve beslenme alışkanlıklarının çocuklara aktarılıp yeme bozuklukları gibi kronik hastalıkların önünü açacak risklerden de korunmasına yardımcı olmaktadır (Sönmez, 2022). Anne karnından başlayıp ek gıda serüvenine oradan da kendi seçimlerini yapabileceği bir birey olma haline erişinceye kadar beslenme alışkanlıklarının edinimi ve bunu sosyo-kültürel çevre ile uyumu önem arz etmektedir. Özellikle birincil toplumsallaşma sürecinde çocukların yanlış beslenme alışkanlıkları edinmesi, tek tip bir beslenme düzenine alışması ve kendi mutfak kültürleri yabancılaşması yemek kültürlerinin geleceğe aktarımı konusunda çekincelere sebep olmaktadır. Katılımcının bu durumu ile ilgili düşünceleri şöyledir:

Mesela benim yeğenlerim makarna olsun noodle olsun abur cubur tarzı şeyleri çok seviyorlar. Bize geldiklerinde sarma yaparım, börek yaparım, içli köfte yaparım hatta mangal yaparım onu bile yemezler. Çocukların yemediği bildiğim için onlara patates kızartırım ya da sürülebilir çikolata alırım yesinler, aç gitmesinler diye. Teyzemlerin çocukları da çok yemek seçerler. Her yemeği yemezler. Çocuklar sabahtan akşama kadar hamburger, pizza, makarna ver, yerler. Ama bir lokma bezelye yemezler, pırasa yemezler, ağzlarına bile sürmezler. Ondan evlerin fazla yemek pişmez. Normalde teyzemler bizim yemekleri severler ama çocukları o yemeklere alıştırmadılar. Sıkıştıkları zaman dışardan söylediler. Çocuklarda evde yemek görmeye görmeye dışardan yemeğe alıştılar. Hazır yemekler onlara lezzetli gelmeye başladı. Ama biz öyle miydik? Annem akşam ne pişirirse

onu yedik. Ne seçme imkânımız vardı ne dışardan söyleme imkânımız vardı. Annem pişirdi biz yedik, sonra biz pişirdik benim çocuklarım yedi. Böyle aktarıldı yemekler. (...) Çocuk, ne yediğini nerden bilecek? Önüne hazır geliyor bir de tadı güzelse her zaman aynı şeyi istiyor. (...) Ben kendi çocuklarıma bizim yemekleri küçüklüklerinden beri yedirdim, ondan alıştılar. Ama mesela benim torunlarım. Onlar benim elimin altında olurlarsa ancak bizim yemeklerimizi yapar, yediririm. Yoksa zor. Çünkü anne-baba çalışıyor. Akşam eve gelince ne bileyim bir içli köfte nasıl yapacaklar? (...) Çocuklar evde yemeği yiyecek ki alışacak. Yeni nesle aktarılması için öncelikle evde yemek pişmesi lazım. Yoksa anne-baba sabah işe giderken çocuğu bakıcıya bırakacak artık bakıcıda o çocuğa ne bileyim hazır yemek mi söyler, süte gevrek karıştırıp onu mu verir bilemezsin. Sonuçta çocuğun karnı doydu mu? Doydu. O zaman ne yediğinin önemi yok. Böyle olursa ne çocuk bizim yemeklerimizi sever ne de yeni nesle yemeklerimizi aktarırız (G32K, 44, Adana).

Katılımcı, özellikle Anadolu mutfak kültürünü uzun yıllardır deneyimleyen belirli yaş grubundaki bireylerin neofili eğilimlerinin daha az olduğunu, yeni tatlara karşı daha açık olduklarını dile getirirken diğer taraftan da Anadolu ve yöresel mutfak kültürüne dair birçok yemeğin emek ve el işçiliği olup vakti alması veya ön hazırlık gerektirmesinden dolayı günümüz hayat şartlarında tercih edilmediğini dile getirmiştir. Hazır yemeklerin kent hayatında kurtarıcı bir alternatif olması, geleneksel lezzetlerin evlerde yapım aşamasından başlayarak hazırlanmasının ikinci plana atılması, geleneksel yiyeceklerinde dondurulmuş/paketlemiş veya hazır olarak sipariş edilmesiyle sonuçlanmıştır. Bu değerlendirmeler sonucunda katılımcının düşünceleri şöyledir:

Ben şey yapayım çocuklarımdan örnek vereyim yani çok da yeni nesil olmuyorlar ama komşunun çocuklarını falan düşünerek de cevap verebilirim. Yirmili otuzlu yaş grubunu ele alırsak, yirmili otuzlu yaş grubunda onlar aslında şey yapıyorlar her şeyi merak ediyorlar. Uzak Doğu mutfağını da merak ediyorlar, Avrupa mutfağını da merak ediyorlar, Türk mutfağı zaten bilindik gibi geliyor onlara. Onlar zaten bilindik bunu denemek için bir çabaya gerek yok gibi düşünüyorlar. Yediğimiz tatlar elimizin altında daha bilinmedik şeylere heyecan oluyor. Ortadoğu oluyor, Uzakdoğu oluyor merak ediyorlar, İtalyan mutfağı özellikle çok merak ediliyor gibi. (...) Ama daha küçük yaş grubuna gelince onlar için benim gözlemlediğim aileler için özellikle çalışan aileler için hazır yemek büyük bir kurtarıcı. Hazır yemeklerde de çocukların seveceği yemekleri yeğenlerimi de filan gözlemliyorum şey diyor yani ben şimdi bunu yaparsam yemez ama diyor ona hazır şunu sipariş edersem yer. Biz aslında onlara bunları aşıyoruz yani biz gelenekten koparıyoruz çocukları. Aslında gelenekten koparak büyümüyor, biz daha kolayına kaçtığımız için gelenekten kopuyor. Ebeveyn olarak saatlerce bir mantı yapmakla uğraşmadığımız için

onun yerine biz makarna İtalyan soslu bir makarna sipariş edeyim veya yapayım dediğimiz için çocuk İtalyan soslu bilmem ne makarnaya hevesleniyor. Biz oturup, üşenmeyip mantı yapsak çocuk mantıyı sevecek. Aslında biraz da yaşam koşullarının getirdiği daha kolay kaçma çünkü yöresel yemeklerin hepsinde bir emek var. Bu emeğe de verilecek zamanımız şu an çok sınırlı olduğu için yapamıyoruz. Ben şimdi eve gideceğim en kolay ne yapabilirim onu düşüneceğim yani (G7K, 46, Ankara).

Fast foodun tercih edilme nedenleri arasında firmanın izlenimi, yiyeceklerin büyük boy seçim seçenekleri ve diğer promosyon imkânları olsa da fiyat politikaları da önemli bir değişkendir. Fast food eşittir ucuz yemek gibi bir tanımlama her zaman geçerli değildir. Ancak fiyat-porsiyon/doyuruculuk tüketicilerin tercih sebeplerinde önemli bir yer almaktadır (Pieniak, 2009, aktaran Yılmaz ve Bekar, 2019, s. 52). Bu sebeple geleneksel yemek kültürünün gelecek nesle aktarımında lezzetten ödün vermeden her bütçeye uygun alternatiflerin fast food ürünleri karşısında piyasada yer alması gerekmektedir. Yeni nesle ulaşma konusunda özellikle onların kullandıkları sosyal medya mecraların aktif kampanyaların yürütmesini ve geleneksel tatların uygun fiyatlarda olmasını önemli gören katılımcının bu önerisi; Şanlıer ve diğerleri (2012, s. 159) tarafından yapılan çalışmada Anadolu mutfak kültürünün unutulmaması için özellikle yazılı ve görsel medyadan yararlanılması fikri gençlerin çoğu tarafından önemsenmektedir. Katılımcının bu konu hakkında düşünceleri şöyledir:

Yemeklerimizin daha ulaşılabilir olması lazım çünkü şu an gençler hani biz mesela ben size bir yer önersem siz gidirsiniz ama hani gençler daha çok sosyal medyalar. Bizim de yemeklerimiz sosyal medyada daha çok tanıtılabilir mesela geleneksel yemek yapılan yerler sunum konusuna daha önem verilebilir. Gençleri oraya çekmek için ne bileyim kampanyalar yapılabilir bence. Gençler için maddiyat çok önemli hani fast food tarzı şeyler daha ulaşılabilir ve uygun fiyatta olmasından kaynaklı da olabilir. Burber King'e gidiyorlar mesela ben hiç tercih etmiyorum ama iki menüye hani 100 TL veriyorlar. Şu an fiyatları da tam olarak bilmiyorum ama hani 100 liraya iki kişi doyuyor. Ama geleneksel yemek yapan hani ev yemeği yapan bir yere gittiğinde 50 liraya hani bir kap belki yemek alabilir, karnı doyar mı bilmem. Diğerleri daha hani içeceğine kadar vermiş belki de daha çok karın doyurucu oluyor. Maddi olarak da daha uygun fiyatlı (G12K, 29, Ankara).

İş bölümü toplumdaki insanlar arasında kalıcı ve devamlılığı olan bir dayanışma sistemi oluşturmaktadır. Mekanik dayanışmacı toplum yapısından organik dayanışmacı toplum yapısına geçişteki en temel faktörlerden biri olan toplumsal

değişme ve geleneksel değerlerin yitimi, sosyal yapıda kuralsız ve düzensizliği beraberinde getirmektedir. Kolektif bilinç tarafından zayıflaması sonucu toplumda sınırların var olmaması, toplumu birtakım ortak değerler üzerinde yaşamasını imkânsız kılarak anomik bir duruma sebebiyet vermektedir. Bireyler toplum içerisinde kendilerinden öte bir amaç doğrultusunda da yaşama imkânı sağlarken bireyi sadece makinenin bir parçasıymış gibi hissetmesine mâni olmaktadır. Karşılıklı bağımlılık temelli bu dayanışma, bir makinenin parçalarıymış bir durum oluşturarak her parça sadece kendi işlev ve sorumluluğu sınırlarında hareket ederek toplumu bir arada tutan ortak bağ çözülmeye başlamaktadır. Gelenek, kültür, ahlak vb. birçok toplumsal değeri içerisinde barındıran bilinç, kolektif ve bireyler üstü olma niteliğini kaybederek bireylerin vicdanına indirgenmektedir. Anomi, toplumdaki sosyal mesafeyi arttırarak toplumsal ilişkileri etkilerken bu durum kolektif norm ve değerlerin aktarımında da etkili olmaktadır (Durkheim, 1984). Kahvaltından akşam yemeğine, bayram sofralarından altın günleri menülerine kadar yemek, özellikle evin içinde anlam kazanan bir kavramdır. Bandura'nın sosyal öğrenme kuramından da hareketle çocukların ve gençlerin yemek tercihlerinde evde pişen veya pişmeyen yemeklerin etkisi vardır. Anne-babanın ebeveynlik stilleri ve beslenme alışkanlıkları çocukların yeme-içme davranışlarını etkilemekte bu durum aynı zamanda obezite riski başta olmak üzere çocuğun fiziksel ve ruhsal gelişimini de etkilemektedir (Tami & Reed, 2020). Bir zorunluluktan ziyade günlük hayat içerisinde olağan bir süreç olarak damak tadının gelişmesi, bireylerin bulduğu toplumsal yapının bir göstergesi niteliğindedir. Katılımcının bu durumu aile yapısı ve ebeveynlerin yeme-içme tutumları üzerinden bu şekilde ifade etmiştir:

Sosyal medyaya kurban edilmemesi lazım gençlerin. Yeni neslin ciddi manada yemekle ilgili eğitilmesi lazım. Aslında yeni neslin değil de yeni neslin annesine ve babasına eğitim verilmeli. Anne veya baba evde yemek yapmıyorsa ya da hazır ürünlere yemek yapıp kolayca kaçırıyorsa çocukta onunla büyüyecek, onu öğrenecek. (...) Geçenlerde tavuk nuggetın yapılışını izledim fabrikasyon olarak. Bir tiksinti geldi. Tavuğu kıyma gibi çekiyor içine ne konuyor belli değil sonra onu yağda kızartıyor. Onu pişirip çocuğa vereceğinize onun yerine yapacağımız normal bir tavuk köftesi daha lezzetli ve sağlıklı olur. (...) O yüzden dediğim gibi önce anneler, o anneler de çocuklarını eğitmesi lazım. Çünkü ailede başlıyor yemek kültürü. Ben annemden, anneannemden gördüm, teyzemden gördüm. Çocuklar şu anda tamamen fast fooda dönmüş durumda. Bunun önüne ancak anne ve babayla geçebilir. Çocuk, anne-babadan gördükten sonra zamanla zaten yeme düzenini

değiştirecek. Ben öyle yetiştim, o yüzden şu anda hamburger yemekten ziyade kendi yaptığım yemeği yemekten zevk alıyorum. Bir dönem işte farklı lezzetler deniyordum. Onlar hep birikim, birikim oldu. Şimdi hemen aklınıza gelen bir şey anında yapıp çıkabilirsiniz. (...) Ama hayır, hayır, o her insanın nasip olmuyor maalesef. Yani annen ya da anneannen ne kadar iyi yemek yaparsa yapsın. Sana el vermediyse mümkün değil ama bir şekilde o kültürü kapıp da bir de ele aldıysanız o lezzet geliyor. (...) Bir de artık herkesin ayrı evi var, eski birliktelik yok. Çocuklar aile büyükleriyle büyümenin hazzını yaşamıyor, yalnızlaştık, evlere kapandık. Ben anneannemi de annemi de börekte, içli köfte de yaparken de gördüm, mantı açarken de gördüm ama şimdiki çocuklardan kaç tanesi böyle bir ana şahit olmuştur? (G20E, 43, Adana).

Gastro-fizik, bireylerin yemeği algılaması ve yemekten aldığı keyfe yönelik zihinsel süreçlerin de dahil olduğu yeni bir çalışma alanıdır. Yemeğin; görünümü, kokusu, dokusu vb. nitelikleri yemekten alınan lezzetin öncelikle gözden başladığı varsayımdan hareketle gastro-fizikte önemli bir yere sahiptir. Bu anlamda bireylerin yemekten aldığı keyfi tabaktaki öğelerin tatlarından önce yemeğin yenildiği ortam, tabaklama ve sunum, çatal-bıçak gibi yemek yeme gereçlerinin dizaynını da etkilemektedir (Spence, 2018). Gençlere Anadolu ve yöresel mutfak kültürünün ulaşılabilir olması konusunda sosyal medyanın aktif bir şekilde kullanılmasının altı çizilmiştir. Sosyal medya, kullanıcılara görsel anlamda bir deneyim fırsatı sunması özellikle yiyeceklerin tabaklamasına ve görselliğin ön planda olmasının en önemli sebebinin oluşturmaktadır. Bu anlamda günümüzde yemek fotoğrafçılığı adından gıdaların takipçilere veya tüketicilere daha estetik ve cazip sunulması için yeni bir iş kolunun da oluşması tesadüfi değildir. Bu sebeple günümüz göstergeler ve temsiller dünyasında niteliğin birincil belirleyicisi birçok alanda görsellik olmaktadır. Katılımcının geleneksel yemeklerin yeni nesle aktarımı hususundaki düşünceleri ise şöyledir:

Bence aileler bu aktarımı artık yapamaz çünkü çoğu aile çalışmak zorunda, kadın ve erkek çalışmak zorunda. En azından şöyle sağlanabilir yöresel mutfakları yaşatan restoranların çok yüksek olmayan ücretlerde ve daha güzel sunumlarla, daha cezbedici sunumlarla yani yeni ile eski sentezini yaparak yemekleri sunmalılar. Eskiden görselliğin bir önemi yoktu artık görselliğin de bir önemi var. Bir sarmayı çok süslü bir şekilde de getirilebilir, çok cazip bir şekilde de getirilebilir. Görsel eğitim de almış kişilerin yani tabaklama diyorlar, tabaklama eğitimi almış kişiler onları daha cazip hale getirerek ve çok da yüksek olmayan mesela pizza daha ucuzken tutup mantı yemeyi tercih etmez bir aile. (...) Çok yüksek paralarla ev yemeğine ulaşabiliyorsak o zaman pizza tercih edilir orada bir ekonomik

denge sağlanabilirse mesela devlet desteğiyle filan belki veya belediyelerin desteğiyle hem ev hanımlarına da bir iş olanağı sağlayacak mekanların oluşturulması gerekli. Hamamönü'nde bir sürü tarihi mekân var. Bu mekânın birisi sadece belediyenin yöresel yemeklerin yapıldığı bir alan olarak değerlendirilebilir. Fiyatın da çok yüksek olmadığı en azından orada gençlerin yemekleri yiyebileceği ve deneyebileceği bir atmosferin oluşturulması lazım. (...) Yemek festivalleri oluyor ya o festivaller çok nadir oluyor ve çok az kişiye ulaşıyor. Ama böyle mesela Ankara'daki gibi böyle tarihi mekanlarda, Adana'da vardır eminim böyle mekanlar, belediye ve devlet destekli bir şeyin yapılması gerektiğini düşünüyorum geleneğin yeni nesle aktarılması için (G7K, 46, Ankara).

Yemek yemenin en temel toplumsal eylemlerden biri olması ve yemek görsellerinin paylaşılmasının bir arada yemek yemekte sonra önem atfedilen bir tutum olması, çatal-bıçak vb. kullanımı olmadan yani fiziki olarak yemek tüketilmeden dahi yemek fotoğraflarına bakmanın bireye keyif vermesi veya popüler/lüks bir yeme-içme mekânının da bir yemeğin yediğine dair bir görselin paylaşılmasının insana sağladığı statü sembolü gibi birçok sebep, insanların sosyal medya aracılığıyla yemek fotoğrafı paylaşmasını açıklamak için öne sürülen tezlerden bazılarıdır. Ancak en temelde bu fotoğraf paylaşma eyleminin sanat mı, gereklilik mi veya adaba mugayir bir davranış mı? olduğuna dair sorulara çeşitli kavramsal ve kuramsal çerçevelerde cevap aranabilmektedir (Eryılmaz ve Şengül 2016). Cevapların niteliği bakılan zaviyeye göre değişkenlik gösterse de yemeğinin sunumunu tadına önceleyen görsellik üzerinden tüketilen yemeklerle mutfak kültürleri, günün getirdiği popüler akımlara kapılarak bir fotoğraf karesine sıkıştırılmaktadır. Kültürün ve geleneğin öncülük ettiği yemek kültürünün asli değerleri, daha fazla beğeni uğruna göz ardı edilip kültürel yozlaşmanın önü açılmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Temel insani ihtiyaçlar gibi beslenme de günlük olarak giderilmesi gereken bir gereksinimi ifade etmektedir. Ancak bu ihtiyacı giderme yolları, toplumsal aidiyetlere ve geleneksel kültürlere ait farklılıkların gözlemlendiği bir alanı

yansıtmaktadır. İnsanların neyi, nasıl, nerede veya kiminle yediği veya yemediği, mutfak kültürlerinin temelini oluşturmaktadır. Yeme-içme tercihleri, kişisel bir deneyim olarak görülse de arka planında sosyal, ekonomik, kültürel, tarihsel, siyasi veya coğrafi birçok sosyal sistem tarafından etkilenen dinamik bir tutumu ifade etmektedir. İnsanlık tarihiyle özdeş multidisipliner bir konu olan yemek, toplumsal değişme ve kültürel aktarımın gözleneceği başlıca alanlardan biridir. Bu anlamda toplumu tüm unsurlarıyla çalışma alanına dahil eden sosyoloji için de yemek, topraktan sofraya kadar ki süreç içerisinde yaşanan tüm sosyal dinamikleriyle önemli bir alt disiplini oluşturmaktadır.

Yemek kültürü; kimi zaman kültürel bir fetih, kimi zaman ise kültürel işgaldir. Kültürel bir fetih niteliğine haiz olduğu zaman hem bölgesel hem küresel çapta ulusa ait yeme-içme kültürüne ait öğeler diğer ülkelerde tanınır hale gelirken; kimi zamanda ülkelerin yemek kültüründe derin etkiler bırakabilmektedir. Kültürel işgal halini aldığı anda ise yumuşak güç olarak ulusal kültürlerin yeme-içme geleneklerinde aşınmaya sebep olmaktadır. Yemek, yalnızca mutfak kültürünü yansıtan tek yönlü bir olgu değildir. Bir toplumun maddi- manevi yaşayışı hakkında da önemli bir parametredir. Yeme-içme kültürü, topraktan sofraya kadar toplumsal yapının her alanında etkilidir. Medeniyetlerin kuruldukları yerlerin seçiminden farklı coğrafyaları hem sosyo-kültürel hem de ekonomik açıdan etkileyen, İpek ve Baharat yolu gibi ticaret güzergahlarına kadar dinamik bir yapının parçasıdır. Aynı zamanda yemeğin ürettiği toplumsal anlam, yerde görülen ekmek parçasının yüksek bir yere bırakılmasındaki metafizikten, gösterişçi tüketime kadar toplumsal yaşayış hakkında ipuçları barındırmaktadır. Doğumdan ölüme kadar hayatın farklı anlarına yemeğinde eşlik etmesi, yemeği sadece tabaktaki bir üründen ziyade temel bir göstergeye dönüştürerek, kültürel bir öğe olmasını sağlamaktadır. Bu anlamda yemek kültürünün aktarımı, ulusal ve yöresel kültüre ait değerlerinde aktarımının bir parçasıdır.

Bir ulusa ait yeme-içme kültüründe var olan ayaküstü, ekmek arası yenebilecek yiyeceklerin olması veya yeme-içme mekanlarında yemek yemenin yaygınlaşması bireylerin günün önemli bir kısmını dışarda geçirmesiyle sebebiyle yemeğin ev mutfağından uzaklaşarak bir meta halini alına dönüşmesinin önünü açmaktadır. Anadolu yemek kültürünün ilk nüvelenmeye başladığı dönemlerden itibaren yemeğin

evde; aile, akraba, dostları bir araya getiren toplumsallaşmayı tesis edici bir amacı vardır. Ancak günümüzde yemeğin sofraya geldiği ilk anda farklı açılardan fotoğraflarının çekilmesiyle yemek, simgesel gösterişçi bir tüketim nesnesi haline gelmektedir. Sokak lezzetleri özelinde düşünüldüğünde, belli başlı geleneksel lezzetlere kolay ulaşılabilirliğin sağlanarak yemek kültürünün fast food adı altındaki yiyeceklere eklenmesi, toplumsal değerlerin ve sofraya kültürünün muhafazasını daha da değerli hale getirmektedir. Aynı zamanda esnaf lokantasının; geleneksel lezzetleri doyurucu ve uygun fiyatla sunması, yemeğin lezzetinin sunumundan daha fazla önemsenmesi, uzun yıllardır hizmet vermesi, toplumun ekseriyetinin damak tadına hitap eden yemeklerin olması gibi nitelikler bu mekanları evdeki mutfağının bir prototipi haline getirmektedir. Böylece bu mekânlar; iş, okul veya daha farklı sebeplerle dışarda yemek yiyen bireyler için kendi alıştıkları damak tatlarına ait alternatifler barındırmasıyla, kültürel işgal adı altında var olan diğer yeme tercihleri karşısında, ulusal ve yöresel yeme-içme kültürünün savunucusu olmaktadır. Ancak bu durum evde yemek pişirme ve bir sofraya etrafında yemek yeme değerinin zedelenmesine, yemeğin tüketime hazır parayla satın alınacak bir ürüne dönüştürmektedir. Sabun köpüğü niteliğindeki yiyeceklerle lezzetten ve gelenekten ödün verip, yemeğin karın doyurmaya indirildiği bir ortamda yemek yeme ve mutfak kültürüne ait değerlerin aktarımı, toplumsal değişim ve kültürel yozlaşma karşısında mağlup olacaktır.

Mehmet Kâmil Efendi tarafından yazılan Melceü't-Tabbâhin (Aşçıların Sığınağı) (2015) eseriyle matbu bir hal alan yemeğin yazılı medyadaki serüveni, gazetelerde ve dergilerde yer alan yemek tarifi köşeleriyle kendine ayrı yer bulmuştur. Günümüzde ise hem yemek programları hem de yemek içerikli yarışma ve kültür programlarıyla yazılı, görsel ve sosyal medya üzerinden varlığını sürdürmektedir. Reyting kaygısıyla dizayn edilen şov programlarında yemek, amaca ulaşmada bir araç vazifesi görmektedir. Yemek kültürünün popüler olma ve daha fazla izlenme uğruna göz ardı edilmesi, tabaktaki ürünü herhangi bir besin maddesinden öteye götürmeyerek yemeğin toplumsal değerleri aktarım boyutunun es geçilmesine sebep olmaktadır.

Yemek kültürleri arasındaki farklılık; gıdaların üretim tekniklerinden, saklama ve pişirme koşullarına kadar birçok farklı etmeni içermektedir. Ancak bu etmenlerin

birçoğu coğrafyanın fiziki özelliklerine ve mevsimsel niteliklerine göre değişkenlik gösterirken, teknolojinin gelişmesi ise bu etmenlerin etki derecesini azaltmıştır. Ankara'nın denize kıyısı olmayan bir il olmasına rağmen hem yurtiçinden hem de yurtdışından çeşitli deniz ürünlerine taze bir şekilde ulaşım imkânının bulunması bunun önemli bir örneğidir. Ancak diğer taraftan mutfaklara giren teknolojinin, geleneksel yemeklerin pişirme araç-gereçlerinde de birtakım değişikliklere kaynaklık etmesi, yeme-içme kültüründeki eski usullerin yitirilmesine de neden olabilmektedir. Bu durum yemeklerdeki lezzet ve tat dengesi etkilerken aynı zamanda da yemeği daha kısa sürede daha fazla üretilmesinin önünü açmaktadır. Üretilen fazla ürünün tüketicilere ulaştırılması için bfelerden zincir yeme-içme mekanlarına kadar kamusal alanda alternatifler sunulmaktadır. Bu ise yemeği evden ve aile kurumundan uzaklaştırarak maddi bir unsur olarak tkutilmesine, toplumun manevi değer ve kültür öğelerinden yabancılaşmasının önünü açmaktadır.

Kültürün tüm unsurlarıyla nesiller arası aktarımda, toplumsal kurumların önemli bir yeri vardır. Birçok sosyal sistemi etkileyen ve ondan etkilenen yemek kültürü ise değerlerini geleceğe taşımak için toplumsal grup dinamiklerinden yararlanmaktadır. Ancak nüfusun çoğunluğunun şehirlerde yaşaması ve hızlı şehir yaşamı içerisindeki akışkan toplum yapısı, birçok emek ve el işçiliği gerektiren yemeğin -mantı veya içli köfte gibi- hem dondurulmuş olarak hem de çeşitli yemek sipariş uygulamalarıyla kolayca temin edilmesi sağlarken; evdeki mutfak alışkanlıklarını ve yemek yapma düzenini de etkilemiştir. Mutfakta kaynamayan tencere, yeni neslin yemek tercihlerini dışarıda hızlı ve popüler yiyeceklerle yöneltmesine sebep olmaktadır. Birey, ek gıdaya geçişiyle birlikte aile yemek kültürüne dahil olmaktadır. Bireylerin aile ortamında bir damak tadı geliştirmesi özellikle ergenlik ve yetişkinlik döneminde kişiye bir kimlik kazandırarak kendi ulusal ve yöresel yemek kültürüne dair bir bilinç oluşturmasına olanak sağlamaktadır. Bu bilinci edinemeyen bireyler ise yemek kültüründen hareketle toplumsal yaşayışa dair değerlerden ve yargılardan uzak kalarak, kültürün aktarımı noktasında yeterli özveriden yoksun kalacaktır.

Aile içerisinde gözlem ve deneyim yoluyla içselleştirilen damak tadı, kamusal alanda ise yeme-içme mekânları başta olmak üzere belediye bünyesindeki yemek kurslarından, okul kantinlerine kadar farklı yerlerde faaliyet gösteren bir alandır.

Yemek kültürüyle hem lezzetlerin hem de toplumsal yaşayışa dair değer ve normların gelecek nesillere aktarılması, kültürün muhafazası için hayati bir değer taşımaktadır. Bu konudaki temel sorunlar dikkate alındığında şunlara dikkat edilmesi önem arz etmektedir:

- Yaşam şartları ve yaşanan ekonomik, siyasi ve sosyal süreçler hem aile içindeki rolleri hem de bireylerin ev hayatını değiştirmiştir. Ancak evde bir yemek kokusu olması ve bu sayede toplumsal ve kültürel değerlerin yeni nesle aktarımı hususunda ebeveynlerin kendilerine ayırdıkları zamandan fedakârlık göstermeleri gerekmektedir. Ailenin gün içindeki belirli öğünlerde bir sofranın etrafında bir araya gelmesi bu anlamda önem arz etmektedir. Ayrıca bayram vb. özel zamanlar, özellikle evde sıradan bir gün gibi geçirilmemeli, yeni nesle bu değerler yemek kültürü aracılığıyla aktarılmalıdır.
- Yeme-içme kültürü aynı zamanda toplumun kültürel birikiminin bir yansımasıdır. Bu sebeple geleneksel kültürel birikimin aktarımı noktasında yeni nesli yetiştirmek için çocukların küçük yaşlardan itibaren mutfakta aktif bir şekilde vakit geçirmelidir. Çocuklara hem gözlem hem de deneyim fırsatı sağlanarak, yemek yapma ve yeme hususunda bilgi ve beceri kazanmaları önemsenmelidir. Bu sebeple haftanın belirli günleri ailecek yemek yapılması gibi ev içi organizasyonlarda bulunulması önem arz etmektedir.
- Aile değerleri çerçevesinde, yeni nesil farklı tatları deneme konusunda teşvik edilmelidir. Ancak yeme-içme hususunda zorlama ve baskı kurmak yerine, yeni neslin kendi seçimlerini yapmasının önü açılmalıdır.
- Gıda ve beslenme okuryazarlığı eğitimleri tüm yaş grupları için sürdürülebilir bir şekilde düzenlenmelidir. Bu sayede gıdaların üretimi, tüketimi ve aktarım konusunda bir bilinç oluşması sağlanmalıdır.
- Yöresel yemekleri deneyimlemek adına düzenlenen festivallerin büyükşehirler haricinde de yaygınlaşması gerekmektedir.
- Coğrafi işaretli ve yöresel ürünler, lokal marketlerde de sürdürülebilir ve uygun fiyatlarla ulaşılabilir olmalıdır.

- Yöresel yemeklerin yapımına yönelik düzenlenen workshoplar ve kurslarda verilen sertifikaların niteliği artırılarak özellikle yöresel ürünlerin yapımı konusunda ustalaşma ve teşvik sağlanmalıdır.
- Televizyon, sosyal medya veya internet platformlarındaki yemek içerikli programlarda yemeğin yanı sıra yeme ve yemek kültürü adına da değerler vurgulanmalıdır.
- Okullardaki yemekhanelerde veya kantinlerde yöresel yemekler ve coğrafi işaretli ürünler yer almalıdır.
- Yerli malı haftası olarak düzenlenen günlerin, herhangi bir gıda ürünüyle değil de hakiki manada “yerli” ve yöresel ürünlerle yapılmasına önem verilmelidir
- Anadolu ve yöresel mutfaklara ait yemeklerin hem üretim hem de lezzet konusundaki kültürel değerlerin korunması adına geleneksel pişirme yöntemleri (taş fırın, tandır vb.) ve gereçleri (toprak güveç, sac tava vb.) belirli kurallar çerçevesinde standartlara bağlanmalıdır.
- Araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde Adana ve Ankara’da kısıtlı sayıdaki katılımcılar üzerinden yürütülen çalışma, bu iki il çerçevesinde yapılan çalışmalara katkı sağlarken aynı zamanda da yemek sosyolojisi alanında yeni oluşmaya başlayan akademik birikime katkı sağlamaktadır. Ancak farklı yaş, din, statü grupları vb. değişkenler özelinde hem Türkiye’deki farklı bölgesel ve yöresel mutfak kültürleri hem de farklı ülkelere ait mutfak kültürleri üzerinden ilerleyen zamanda yapılacak çalışmalar; yemek kültürünün değişimi, aktarımı ve bu doğrultudaki toplumsal yapı hakkında önemli bilgileri gün ışığına çıkaracaktır. Yapılacak çalışmalarda farklı araştırma ve veri toplama yöntemlerinin kullanımı sonrası ortaya çıkacak sonuçlar hem yemek sosyoloji literatürünün zenginleşmesine hem de gastro-sosyoloji kavramının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Aka, B. (2018). Bebek Patlaması, X ve Y Kuşağı Yöneticilerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Kamu ve Özel Sektör Farklılıklarına Göre İncelenmesi: Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(20), 118-135.

Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi*. Phoenix Yayınevi.

Akdağ, G. ve Yetim, A. (2020). Hatay Yayladağı'nda Farklı Bir Lezzet Olarak Lokum: Bir Sözlü Tarih Çalışması. *Journal of Tourism Economics and Business Studies*, 2(2), 155-162.

Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O., ve Benli, S. (2015). Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *I. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends And Indicators (Eutoc-2015)*, Konya, 448-464,

Aksoy, M. ve Çekiç, İ. (2019). Algılanan Mutfak İmajının Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi: Hatay İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2839-2854.

Aktaş, F. (2021). *Destinasyon Yemek İmajı, Destinasyon Kişiliği, Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Hatay Örneği*, (Tez No. 700932) [Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Alabacak, C. H. ve Cömert, M. (2019). Türk Mutfağına Ait Yemeklerin Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Ankara İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2123-2143.

Albayrak, A. (2014). Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), s. 190- 201,

Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yasar University*, 30(8), 5049-5063.

Alptekin, G., Türkmen, D. ve Arslantaş, H. A. (2021). Baby Boomers, X, Y, Z Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ve Tercihleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1 (51), 253-278.

Alpyıldız, E. (2022). Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü ve Kuşaklararasılık. *Folklor Akademi Dergisi*, 5 (2). 311-326.

Anık, M. (2012). *Kimlik ve Çokkültürcülük Sosyolojisi*. Açılım Kitap.

Arslan, N. (2019). *Tüketim Kültürü ve Değişen Törensel Yemek Algısına Etkisi: Gaziantep Örneği*, (Tez No. 570745) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Arslantaş, F. (2020). *Adana Yemek Kültürü*, (Tez No. 636290) [Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Artun, E. (2001). Adana’da, Törenlere, Adaklara, Özel Günlere Ait İnançlar, Pratikler ve Bunlara Bağlı Mutfak Kültürü. *Milli Folklor*, 10(49), 27-37.

Avcıkurt, C. ve Sarioğlu, M. (2019). Gastronomi Sosyolojisine Genel Bakış, (Cevdet Avcıkurt, Mehmet Sarioğlu, Eds.). *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış* içinde (s. 1-14), Detay Yayıncılık.

Aytekin, B. A. (2009). *İskenderun – Antakya Bölgesinde Yemek – İnsan İlişkisi Üzerine Bir Görsel Kültür Çalışması*, (Tez No. 230703) [Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Babat, D., Gökçe, F., ve Kocabozdoğan, K. (2016). Hatay’da Farklı Bir Lezzet: Kabak Tatlısı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 77-85.

Babat, D., Gökçe, F., ve Varışlı, A. (2017). Hatay Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliğinde, Yöresel Yiyecek Üreticilerinin Rolü, *1st International Sustainable Tourism Congress*, Kastamonu, 816-830.

Badem, E. ve Öztel, A. (2018). Restoran Seçiminde Tüketiciyi Etkileyen Faktörlerin DEMATEL Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bir Uygulama. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat. İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 3(1), 70-89.

Balcı, A. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler* 8.Baskı. Pegem Akademi.

Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.

Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Seriüven*. Yapı Kredi Yayınları.

Barthes, R. (1997). Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. (Ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik), *Food and Culture*, In (p. 20-27), Routledge.

Baudrillard, J., (2016). *Tüketim Toplumu* (6. Basım), (Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Çev.), Ayrıntı Yayınları.

Bayrakcı, S. (2014). *Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma*, (Tez No. 385991) [Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Bayram, O. (2021). *Gastronomi Destinasyonu Seçiminde Turist Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Gastronomi Destinasyonlarının Algılanan Performansı: Gaziantep, Adana, Hatay, Şanlıurfa ve Mardin Örnekleri*, (Tez No. 666568) [Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Bayuk, N. ve Öz, A. (2018) Sosyal Medya Ortamında Gösterişçi Tüketimin Sergilenmesi, *Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(27), 2846-2861.

Baz, F. Ç., ve Özdemir, Ö. (2018). Sosyal Medyanın Geleneksel Yemek Kültürüne Etkisi. 3. *Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, Şanlıurfa, 165-171.

Beardsworth, A. & Keil, T. (2011). *Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet Yemek Sosyolojisi*, (Abdulbaki Dede, Çev.). Phoenix Yayınevi.

Berg, J., Nestle M. & Bentley A. (2003). Food Studies, (Solomon H. Katz, William Woys Weaver) *The Scribner Encyclopedia Of Food And Culture*, 2th Ed., In (16-17), Charles Scribner's Sons.

Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y İn Generation Z Period: Management Of Different Generations İn Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229.

Beşirli, Hayati. (2021). *Yemek Sosyolojisi Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bakış* (3.Baskı). Phoenix Yayınevi.

Billig, M. (2002). *Banal Milliyetçilik*, (Cem Şişkolar, Çev.). Gelenek Yayıncılık.

Birdir, K. & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.

Bourdieu, P. (1986). The Forms Of Capital, (Ed. John G. Richardson), *Handbook Of Theory And Research For The Sociology Of Education*, In (p. 241-258), Westport, Ct.Greenwood Press.

Bourdieu, P. (2015). *Ayırım, Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. (D. Fırat, Şannan, Ayşe Günce Berkkurt, Çev.). Heretik Yayınları.

Boz, B. (2021). *Meze Kültürünün Hatay Gastronomisindeki Yeri ve Geleneksel Hatay Mezelerinin Duyusal Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi*, (Tez No. 683235) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Brillat-Savarin, J. A. (2018). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler* (2.Baskı). (Heval Bucak, Çev.). Oğlak Yayınları.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (14. Baskı). Pegem Akademi.

Calhoun, C. (2007). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları, (Der. Güney Çetin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan), *Ocak ve Zanaat, Pierre Bourdieu Derlemesi*, içinde (s. 77- 130), İletişim Yayınları.

Canoğlu, M. ve Ballı, E. (2018). Tüketicilerin Kebap Restoranı Tercihlerini Etkileyen Faktörler-Adana Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(1), 30-43.

Cengiz, A. K. ve Türkan, H. K. (2019). Beslenme Antropolojisi Bağlamında Hatay Ovakent Özbek Türklerinde Pilav ve Kimliğin İnşası. *Folklor / Edebiyat*, 25(100), 953-969.

Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., ve Sariözkan, S. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri, Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 55(3), 189-194.

Cihan, A. (Ed.), (2022). *Türkiye'nin Mutfak Sosyolojisi*. Akademik Kitaplar.

Civitello, L. (2019). *Mutfak ve Kültür İnsanın Beslenme Tarihi* (Z. Nilüfer Nahya, Saim Örnek Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları.

Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.

Çakıcı A. ve Eser S (2016). Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 215- 227.

Çakıcı, S. ve Sünnetçioğlu, A. (2022). Dışarıda Yemek Yeme Amaçlarında Sosyal Görünürlüğün Etkisi: Çanakkale Örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 754-768.

Çakır Keleş, M. (2020). *Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Yiyecek Neofobisi ve Çeşitlilik Arayışı Eğilimlerinin Yerel Yemek Tüketimine Etkisi*, (Tez No. 656912) [Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Çanakçı Derinalp, S. (2021). Determining The Knowledge Of Local People İn Adana On The Cuisine Culture. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 26-35.

Çetinkaya, H. (2017). *Tüketicilerin Alışveriş Merkezlerinde Yemek Yeme Nedenleri ve Tercihlerinin Değerlendirilmesi*, (Tez No. 450186) [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Çetinsöz C. B., Polat, A. S., ve Yakıcı, K. (2019). Hatay İli Hristiyanlarının Dini Bayramlarında Uyguladıkları Gastronomi Geleneklerinin İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 823-835.

Çimen, H., Kılıç, A., ve Baykal, D. (2016). Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi ve Hatay Mutfağının Farkındalık Düzeyi: Üniversite Öğrencileri Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 30(30), 103-114.

Dağdelen, Ş. (2020). *UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profiline Belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay İli Örneği*, (Tez No. 647287) [Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Demirtaş, N., ve Ray, U. C. (2022). Hatay Mutfağı Yöresel Yemeklerinin Turizm İşletme Belgeli Lokanta Menülerinde Kullanımı: Antakya Örneği. *Turan-Sam Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 14(53), 115-125.

Deniz, L. ve Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025-1057.

DeSoucey, M. (2010). Gastro-nationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union. *American Sociological Review*, 75(3), 432–455.

Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Kars Kültürel ve Gastonomik Kimliğinde Kaz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22 (38), 189-204.

Dinler, B. V. (2019). *Adana İli Gastronomik Kimliğinin Destinasyon Markalaşması Açısından Değerlendirilmesi*, (Tez No. 601479) [Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2011), Mutfak Turizmi, (Ed. Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, (2. Baskı, s.433-456), Nobel yayıncılık.

Douglas, M. & Isherwood, B. (1996). *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption* (2nd ed). Routledge.

Douglas, M. (1975). Deciphering A Meal, In *Implicit Meanings: Selected Essays in Anthropology*, Routledge, p. 249-275.

Douglas, M. (2021). *Saflık ve Tehlike /Kirlilik ve Tabu Kavramlarının Bir Çözümlemesi*, (Emine Ayhan Çev.). Metis Yayıncılık.

Dönmez, B., Taştan, H., Soylu, A. G., ve Yetim, A. (2019). Yerel Yiyecek Tüketim Motivasyonlarının Analizi: Hatay Restoran Ziyaretçileri Üzerine Bir Uygulaması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 751-771.

Duman, D. (2021). *Yöresel Mutfak Unsurları ile Destinasyon Seçimi İlişkisinde Destinasyon İmajının Aracılık Rolü: Hatay İli Örneği*, (Tez No. 673976) [Yüksek Lisans Tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Durkheim, E. (1984). *The Division of Labour in Society*, The Macmillan Press Ltd.

Durmaz, Y., Düzgün, M., ve Sürme, M., (2019). Genç Tüketicilerin Yiyecek ve İçecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Gaziantep Merkezinde Bir Araştırma. *R&S -Research Studies Anatolia Journal*, 2(5), 172-184.

Düzlüoğlu, D. (2021). *Yemek Kamyonları (Food-Truck) Akımının Bilinirlik ve Tercih Edilme Durumu Üzerine Bir Çalışma*, (Tez No. 677577) [Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Ejder, M. H. (2021). *Türkiye Gastronomi Kültürü İçerisinde Hatay Mutfağı ve Tuzlu Yoğurdun Yemeklerde Kullanımı*, (Tez No. 692139) [Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Elias, N. (2004). *Uygarlık Süreci* (1.Cilt), (Ender Ateşman, Çev.). İletişim Yayınları.

Ergülen, S., Saygun, M., Çöl, M., ve Sayan, M. (2001). Ankara Üniversitesi Öğrencilerinde Anemi Sıklığı, Etkili Faktörler ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 30(2), 24-31.

Ertürk, M. (2018). Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenleri. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(3), 1203-1224.

- Eryılmaz, B. ve Şengül, S. (2016). Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. 1(1), 32-42.
- Fischler, C. (1979). Gastro-Nomie Et Gastro-Anomie. *Communications*, 31, 189-210.
- Fischler, C. (1980). Food Habits, Social Change and the Nature/Culture Dilemma. *Social Science Information*, 19, p. 937-943.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity, Social Science. *Information*, 27(2), 275-293.
- Fischler, C. (1995). *El (H)Omnívoro El Gusto, La Cocina Y El Cuerpo*, (Trans. De Mario Merlino), Anagrama.
- Geçgin, E. (2021). Mekân Olarak Mutfağın Sosyal Kullanımı ve Mutfak Pratikleri: Ankara Örneği. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 61(2), 1162-1198.
- Gençer, R. ve Altun, A. (2022). Kuşak Çalışmalarının Kronolojik Yörüngesi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 336-364.
- Germov, J., & Williams L. (2016). Exploring The Social Appetite, A Sociology Of Food And Nutrition, In *A Sociology Of Food And Nutrition The Social Appetite* 4th ed., Oxford University Press.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*, (Cemal Güzel, Yay. Haz.). Kırmızı Yayınları.
- Giritlioğlu, İ., Armutcu, B., ve Düzgün, M. (2016). Geleneksel Gaziantep Mutfağının Kuşaklararası Bilinirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (17), 126-138.
- Giritlioğlu, İ., ve Karaman, M. (2017). Gaziantep Mutfağına Yerli Turistlerin Bakış Açılarına Yönelik Bir Uygulama. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14), 387-412.
- Goody, J. (2013). *Yemek, Mutfak, Sınıf Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması*, (Mine Günay Güran, Çev.). Pinhan Yayıncılık.

Güleç, M., Yabancı, N., Göçgeldi, E., ve Bakır, B. (2008). Ankara’da İki Kız Öğrenci Yurdunda Kalan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları. *Gülhane Tıp Dergisi*, 50(2), 102-109.

Güler, S. (2007). "Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel bir Değerlendirme" I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya.

Gültekin, H. (2019). *Yemek Sosyolojisi Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Yemek Yeme Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi Örneği*, (Tez no, 569904) [Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Güneyli, U. (1984). Ankara’nın Sosyo-Ekonomik Yönden Farklı Semtlerinde Bulunan İlkokul Çocuklarının Beslenme Durumları Konusunda Bir Araştırma, *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 13, 35–49.

Gürler, M. (2020). *Gastronomi Şehri Paydaşlarının Şarap Turizmine Yönelik Bakış Açılırları-Hatay Örneği*, (Tez No. 652823) [Yüksek Lisans Tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Güzel, M. O., ve Öncel, S. (2018). Destinasyonların Çekicilik Unsuru Olmasında Gastronomi Turizminin Rolü: Hatay Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri, İçinde Conference: International Gastronomy Tourism Studies Congress, s. 64-78.

Güzeler, N., Yıldırım, Ç., ve Arındıcı, A. (2016). The Culinary Culture And Traditional Foods Of Adana Province. *Journal Of Agricultural Faculty Of Uludag University*, 30, 538-545.

Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. (2014). *Halliday’s Introduction to Functional Grammar* (4th ed.). Routledge.

Ibrahim, Y. (2015). Food Porn and the Invitation to Gaze: Ephemeral Consumption and the Digital Spectacle. *International Journal of E-Politics*, 6 (3), 1-12.

- Ichijo, A. (2020). Food and Nationalism: Gastro-nationalism Revisited. *Nationalities Papers*, 48, p. 1-9.
- Ichijo, A., & Ranta, R. (2018). *Yemek ve Ulusal Kimlik, Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete*, (Emrullah Ataseven, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Illich, I. (2000). *Tüketim Köleliği* (2.Baskı). (Mesut Karasahan, Çev.). Pınar Yayınları.
- Illich, I. (2018). *Şenlikli Toplum* (5.Baskı) (Ahmet Kot, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Jourdain, A., & Naulin, S. (2011). *La Théorie De Pierre Bourdieu et Ses Usages Sociologiques*, Armand Colin.
- Kanoğlu, E., ve Sarper, F. (2022). Gastronomik Açıdan Adana İli Yöresel Yemeklerinin Restoranlarda Uygulanabilirliği Üzerine Bir Çalışma, *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar* içinde (s. 36-74), Gece Kitaplığı.
- Karaca, B., ve Yıldırım, O. (2020). Arap Mutfak Kültürünün Adana Gastronomi Turizminin Gelişmesindeki Yeri: Yerel Halkın Görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 41-55.
- Karaca, O. B., Çakıcı, A. C., ve Yıldırım, O. (2018). Yöresel Yemeklere Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Verilme Durumu: Adana ve Mersin Bölgesinde Bir Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(4), 376-398.
- Karaca, O. B., ve Karacaoğlu, S. (2016). Kültür, Din ve Yemek Etkileşimi Çerçevesinde Arap Mutfağının Kavramsal Olarak İncelenmesi: Adana İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 41-55.
- Karakaş, D. (2020). *Adana İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Potansiyelinin Değerlendirilmesi*, (Tez No. 663708) [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Karashchuk, S. O., Mayorova, A.E., Nikishin, F. A., & Kornilova, V. O. (2020). The Method for Determining Time-Generation Range. *SAGE Open*, 1-8.

Kardeş Delil, B. (2022). *Akademisyenlerin Yöresel Yemek Farkındalığı*, (Tez No. 707089) [Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Kavacık, S. (2021). *Sağlıklı Beslenme Takıntısının Algılanan İş Yeri Yemek Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi Ankara’da Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*, (Tez No. 660769) [Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Kaya, Ş., ve Sormaz, Ü. (2019). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yöresel Mutfak Uygulamaları: Gaziantep Örneği. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 3(2), 304-323.

Kaypak, Ş., ve Uçar, A. (2018). Antakya Kentinin Yemek Kültürüne Bakışı. *International Journal Of Academic Value Studies*, 4(18), 190-202.

Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.

Keskin, E., Ardıç Yetiş, Ş., ve Sezen, N. (2022). Destinasyon Yiyecek İmajı, Algılanan Değer, Hatırlanabilir Deneyimler ve Memnuniyet Arasındaki İlişkiler: Hatay Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 55-82.

Keskin, E., ve Sezen, N. (2022). Gastronomi Festivalleri, Yemek İmajı ve Destinasyon İmajı Arasındaki İlişkiler: Hatay Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2022(2), s. 856-881.

Kılıç, B., ve Çakır, H. A. (2022). UNESCO Gastronomi Şehirlerinde Gastronomik Deneyimsel Değer Bileşenlerinin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 2022, 21(1), 445-458.

Koçoğlu, C. M. (2019). Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi: Gaziantep Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3 (2), 366-380.

Küçükkömürler, S., ve Kaya, Ü. C. (2022). “Türkiye’de Küreselleşme ve Yemek Kültürü”, (Neslihan Serçeoğlu Ed.), *Yemek Kültür ve Toplum*, 2.Baskı, içinde (s. 395-433), Nobel Akademik Yayıncılık.

Magee, R. M. (2007). Food Puritanism and Food Pornography: The Gourmet Semiotics of Martha and Nigella, *Americana: The Journal of American Popular Culture*, 6(2), Retrieved from www.americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2007/magee.htm

McCrindle, M., Fell, A. & Buckkerfield, S. (2021). *Generation Alpha*. Headline Publishing Group.

Mehmed Kâmil. (2015). *Melceü't -Tabbâhin (Aşçıların Sığınağı)*, (Günay Kut, Turgut Kut, Yay. Haz.). Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı.

Mennel, S. (1986). Prospects For The History of Food. *Groniek: Gronings Historisch Tijdschrift*, 95, p. 7–21.

Mennel, S. (1987). On The Civilizing Of Appetite, Theory. *Culture & Society*, 4 (2–3), p. 373–403.

Mennel, S. (2005). Taste, Culture and History. *Petits Propos Culinaires*, 78, p. 22–30.

Mennel, S. (2017). “Culinary Cultures Of Europe: Food, History, Health and Identity”, In *A Sociology Of Food & Nutrition. The Social Appetite*, 4th ed., Oxford University Press, (p. 129–144).

Mil, B. (2019). Kültürel Sermeye Birikimi Olarak Gastronomi, (Cevdet Avcıkurt, Mehmet Sarioğlu Eds.). *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış* içinde (s. 35-45), Detay Yayıncılık.

Nahya, Z. N. (2012). Evin Kalbi: Gaziantep’te Bir Kültürel Mekân Olarak Mutfak. *Folklor/Edebiyat*, 18(69), 9-24.

Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri (I-II Cilt)* (8.Baskı). (Sedef Özge Çev.). Yayıncısı.

Nummedal, M. & Hall, M., (2006). Local Food and Tourism: An Investigation of the New Zealand South Island’s Bed and Breakfast Section’s

Use and Perception of Local Food, *Tourism Review International*, (9), 365-378.

Oğuz, S. (2020). Sokak Yemeklerinden Yiyecek Bölgelerine- Kentsel Mekânda Gastronomi Hizmetleri ve Mutfak Turizmi: Adana Örneği. *Artibilim Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-17.

Oğuz, S., Ballı, E., ve Buzcu, Z. (2020), Yerel Halkın Sokak Lezzetlerine Karşı Algıları: Adana Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 107-121.

Onur, N. (2021). Gastronomi Turizmi ve Hatay Lezzet Rotası, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 150-162.

Onurlubaş, E., Doğan, G. H. ve Gürler, Z. A. (2015). Türkiye’ De Ev Dışı Gıda Tüketimin Durumu ve Tüketici Eğilimleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 917-924.

Orçan, M. (2004). *Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. Kadim Yayınları.

Oturak, A. (2008). *Ankara Sıhhiye Orduevi’nde Yemek Yiyen 60 Yaş Üstü Bireylerin Genel Sağlık ve Beslenme Durumlarının İncelenmesi*, (Tez No. 204157) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Önçel, S. (2015). Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.

Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.

Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004). Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya’yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 5-28.

Özdemir, F. ve Güngör, B. (2016). Kültürel Bir Değer Olarak Unutulmaya Yüz Tutmuş Geleneksel Hatay Yemekleri ve Bu Kültürel Değerin Korunması Önerileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 190-199.

Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme. *Çocuk ve Medeniyet*, 4(7), 125-149.

Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (2.Baskı). (Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir Çeviri Ed.). Pegem Akademi.

Pektaş, K. (2020). *UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehri Hatay'ın Yerel Gastronomi İşletmecilerinin Bakış Açısıyla Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi*, (Tez No. 651083) [Yüksek Lisans Tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Ritzer, G. (2011). *Toplumun Mcdonaldlaştırılması, Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme* (2.Baskı). (Şen Süer Kaya Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Robertson, R. (1995). "Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity", (Ed. Mike Featherstone, Scott Lash & Roland Robertson), *Global Modernities* In, (p. 25-44) Sage Publications.

Rousseau, S. (2014). Food "Porn" in Media, (Ed. Paul B. Thompson, David M. Kaplan), *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*, In (p. 748-753), Springer.

Sağlam, F.ve Yürükçü, S. (1996). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yüksekokul Öğrencilerinin Besin Tüketim Durumu, Beslenme Alışkanlıkları ve Beslenme Bilgi Düzeylerinin Saptanması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(2), 16-23.

Sahilli Birdir, S. ve Yıldız Kale, E. (2014). Restoran İşletmelerinde Yenilik Uygulamaları: Mersin ve Adana Örneği. *Journal of Travel and Hospitality Management*, C. 11.

Santiago-Torres, M., Adams, A. K., Carrel, A. L., LaRowe, T. L., & Schoeller, D. A. (2014). Home food availability, parental dietary intake, and familial eating habits influence the diet quality of urban Hispanic children. *Childhood obesity (Print)*, 10(5), 408-415.

Sert, A. N. (2019). The Effect of Local Food on Tourism: Gaziantep Case. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1611-1625,

Seyitoğlu, F., ve Çalışkan, O. (2014). Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 23- 35.

Simmel, G. (2004). *The Philosophy of Money*, (3rd ed.). (Trans. Tom Bottomore, David Frisby, Ed. David Frisby), Routledge.

Sönmez, D. (2022), *Ergenlerin Ev Ortamında Aileyle Yemek Yemeye Yönelik Tutum ve Davranışları ile Yeme Bozuklukları Riski Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi*, (Tez No. 782823) [Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi] YÖK Tez Merkezi.

Spence, C. (2018). Gastrophysics: The Lens Of Psychological and Sensory Research. *Nutrition*, 55, S8.

Standage, T. (2020). İnsanlığın Yeme Tarihi 4.Baskı, (Gencer Çakır, Çev.). Maya Kitap.

Sürücüoğlu, M. S. (1997). Ankara’da Huzurevi ve Güçsüzler Yurdunda Barınan Yaşlıların Beslenme Alışkanlıkları ve Sağlık Durumları Üzerinde Bir Araştırma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 26(1), 18-24.

Sürücüoğlu, M. S. ve Çakıroğlu, F. P. (2000). Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Hızlı Hazır Yiyecek Tercihleri Üzerinde Bir Araştırma. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 6(3), 116-121.

Sürücüoğlu, M. S. ve Özçelik, A. Ö. (2007). Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi. *Canas.Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15.

Symons, M. (1994). Simmel's Gastronomic Sociology, An Overlooked Essay. *Food And Foodways*, 5 (4), p. 333–351.

Şahin, B. (2014). “Metodoloji”, (Abdurrahman Tanrıoğlu, Ed.). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, (4. Baskı), içinde (s. 111-130), Anı Yayıncılık.

Şahin, K., ve Anık, M. (2017). *Tüketim Sosyolojisi Gösteriş Amaçlı Tüketim ve Gençlik*, Gazi Kitabevi.

Şanlıer N., Cömert M. ve Özkaya, F. D. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Millî Folklor*, 24(94), 152-161.

Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 213-227.

Şensoy, F., ve Tiritoglu, S. (2018). Beslenme Arkeolojisi: Günümüz Ankara Yemeklerinde Geçmişin İzleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 209-233.

Şimşek, A., ve Selçuk, G. N. (2018). Gastro-Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.

Tami, S., & Reed, D. (2020). Parenting Styles and Family Contributors to the Development of Dietary Behaviors in Arab Children Ages 6-10 Years Old Living in the US. *International Journal of Child Health and Nutrition*, 9, 81-92.

Taştan, H., ve İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın UNESCO Gastronomi Şehri Olması ile İlgili Yerel Restoran İşletmelerinin Farkındalığının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 384-393.

Tatlıcan, Ü. ve Çeğin G. (2014), “Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği”, Çeğin, Güney, Emrah Göker, Alim Arlı ve Ümit Tatlıcan (Der.), *Ocak ve Zanaat* içinde, (s. 303-367), İletişim Yayınları.

Toksöz D. ve Aras S. (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfakın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 174- 189.

Ton, N. K. T., (2021). *Konum Tabanlı Sosyal Ağ Uygulamalarının Tüketicilerin Kafe ve Lokanta Tercihleri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi: Trabzon İlinde Bir Uygulama*, (Tez No. 664429) [Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Türk, H., ve Şahin, K. (2014). Antakya Geleneksel Yemek Kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2).

Tüt, K. (2022). Höşmerim Tatlısının Ankara Yemek Kültüründe Törenselleşen Yemek Olarak Kullanımı: Çamlıdere Örneği, İçinde 20.Geleneksel Turizm Kongresi Bildirileri Kitabı, (s. 87-99). Sakarya.

Uçar, A., ve Hasipek, S. (2008). Ankara Üniversitesi Öğrencilerinin Sigara Kullanma Durumunun Beslenme Alışkanlıkları ve Bazı Hematolojik Parametreler Üzerine Etkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 36(1-2), 31-45.

Uğraş, Ö. (2020). *Arkeolojik Veriler Işığında Antikçağ'dan Günümüze Gaziantep'te Yemek Kültürü*, (Tez No. 615880) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Uğur, S., Günebak, Ç. T., ve Kutluay Merdol, T. (2006). Ankara İlinde Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeylerde Yaşayan Çalışan ve Çalışmayan Kadınların Yemek Planlama Konusundaki Tutum ve Davranışlarının Değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 34(2), 17-30.

Ünlüönen, K. ve Şahin, E. (2021). Adana'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1204-1231.

Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Zeynep Gültekin, Cumhur Atay Çev.). Babil Yayınları.

Wallenfels R. & Sasson J. M. (2000). "Nile River", (Ed. Ronald Wallenfels & Jack M. Sasson), *The Ancient Near East: An Encyclopedia for Students*, In (p. 137-138), Charles Scribner's Sons.

Weber, M. (1996). *Sosyoloji Yazıları*, (Taha Parla, Çev.). İletişim Yayınları.

Weber, M. (2012). *Ekonomi ve Toplum*, Cilt I, (Latif Boyacı, Çev.). Yarın Yayınları.

Wright, W. & Annes, A. (2013). Halal on the Menu? Contested Food Politics and French Identity in Fast-Food. *Journal of Rural Studies*, 32, p. 388-399.

Yağmur, C. (1994). Adana Huzurevinde Barınan Yaşlıların Sosyal, Sağlık ve Beslenme Durumu. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 23(2), 211-229.

Yalçın, M. (2008). *İnsan-Çevre Etkileşimi Kapsamında Yemek Yeme Mekânlarının Kimlik Oluşumundaki Belirleyiciler*, (Tez No. 239571) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Yaldız, E. (2021). *Gaziantep'in ve Hatay'ın Gastronomi Alanında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Katılması Hususunda Yerel Halkın Bakış Açısı*, (Tez

No. 675795) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Yalım Kaya, S. ve Şahin, E. (2018), Tescilden Uygulamaya Coğrafi İşaretler: Adana Kebabı Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 189-199.

Yardımcı, H. ve Özçelik, A. Ö. (2012). Ankara İli Gölbaşı İlçesinde Yaşayan Yetişkin Kadınların Beslenme Alışkanlıkları. *Sosyal Politika Çalışmaları*, 12(7), 87-101.

Yayla, Ö., ve Günay Aktaş, S. (2017). Türk Mutfağında Lezzet Bölgelerinin Belirlenmesi: Adana-Osmaniye-Kahramanmaraş Örneği. *1st International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, Mersin.

Yenal, Z. N. (1996). Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçmenin Tarihi ve Sosyolojisi. *Toplum ve Bilim*, 71, 195-227.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, F. (2018). *Hızla Yaygınlaşan ve Gelişen Tüketim Kültürünün Geleneksel Yemek Kültürüne Etkileri; Gaziantep Mutfağı Örneği*, (Tez No.525629) [Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Yılmaz, H. ve Bekar, A. (2019). Popüler Kültür ve Gastronomi, (Cevdet Avcıkurt, Mehmet Sarioğlu, Ed.). *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış* içinde (s. 47-60), Detay Yayıncılık.

Yiğit, S. & Şahin Perçin, N. (2021). Analysis of The Perception of Foreign Tourists About Turkish Cuisine Through The Word Association Test: The Case of Cappadocia Region. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6 (1), 1-6.

Yiğit, S. ve Doğdubay, M. (2020). Tüketicilerin Yiyecekte Yenilik Korkusu Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 1-16.

İnternet Kaynakları

Australian Bureau of Statistics. (2019, December). *National Aboriginal and Torres Strait Islander Health Survey*, <https://www.abs.gov.au/statistics/people/aboriginal-and-torres-strait-islander-peoples/national-aboriginal-and-torres-strait-islander-health-survey/2018-19>

Australian Bureau of Statistics. (2022, June). *Aboriginal and Torres Strait Islander people*, <https://www.abs.gov.au/statistics/people/aboriginal-and-torres-strait-islander-peoples/aboriginal-and-torres-strait-islander-people-census/latest-release>

T.C. Ankara Büyükşehir Belediyesi (ABB), (2020). *Ankara Mutfağı*, <https://www.ankara.bel.tr/ankara-kent-rehberi/ankara-mutfagi>

Australian Indigenous HealthInfoNet. (2021, August 10). *National Aboriginal and Torres Strait Islander Nutrition Strategy and Action Plan 2000-2010 (NATSINSAP)*, https://healthinfonet.ecu.edu.au/key-resources/programs-and-projects/231/?title=National+Aboriginal+and+Torres+Strait+Islander+Nutrition+Strategy+and+Action+Plan+2000-2010+%28NATSINSAP%29&contentid=231_4

Beef & Fish. (2021). *Et Pişirme Dereceleri*. <https://beefandfish.com/beef-fish/et-pisirme-dereceleri.html>

DataReportal Presentation. (2023) *Digital 2023 Turkey* <https://www.slideshare.net/DataReportal/presentations/3>

More Than Gourmet. (n.d.) *What Does Gourmet Cooking Mean?*. <https://www.morethangourmet.com/blogs/more-than-gourmet-recipes/what-is-gourmet-food>

Simmel, G. (1910). *Soziologie der Mahlzeit*. Der Zeitgeist, Beiblatt zum Berliner Tageblatt, Nr. 41, s. 1-2, Abruflbar, von Soziologisches Institut der Universität Zürich.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. (b.t.) *UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi*. <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-50838/unesco-somut-olmayan-kulturel-miras-listesi.html>

T.C. Mevzuat Bilgi Sistemi. (2010). Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5996&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

The Economist. (February 21 2002). *Thailand's gastro-diplomacy, Like the cuisine, like the country*. <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>

Türk Patent ve Marka Kurumu. (b.t.). *Coğrafi İşaret ve Geleneksel rn Adı*. <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret>

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018). *Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/avrupa-birli%C4%9Finde-co%C4%9Frafı-i%C5%9Faret>

TÜRSAB Sektörel Raporlar. (2015). *Türkiye Gastronomi Raporu*. <https://www.tursab.org.tr/turkiye-turizm-degerlendirmesi/sektorel-raporlar>