



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**TABAKALAŞMA KURAMI KAPSAMINDA KÜLTÜREL
TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİNİN BİREYLERİN GIDA
TERCİHLERİ İLE İLİŞKİSİ**

Gizem Sultan KAMAN

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU**

**DOKTORA TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

ARALIK 2022



**TABAKALAŞMA KURAMI KAPSAMINDA KÜLTÜREL TÜKETİM
ÖRÜNTÜLERİNİN BİREYLERİN GIDA TERCİHLERİ İLE İLİŞKİSİ**

Gizem Sultan KAMAN

DOKTORA TEZİ

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

ARALIK 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Gizem Sultan KAMAN

8.12.2022

TABAKALAŞMA KURAMI KAPSAMINDA KÜLTÜREL TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİNİN
BİREYLERİN GIDA TERCİHLERİ İLE İLİŞKİSİ

(Doktora Tezi)

Gizem Sultan KAMAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Aralık 2022

ÖZET

Bu çalışmanın amacı tabakalaşma kuramı kapsamında bireylerin kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihleri ile ilişkisinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda çok yönlü bir araştırma metodunun izlendiği çalışmada, ilk olarak bireylerin gıda tüketim tercihleri tabakalaşma kuramı çerçevesinde kümeleme analizi kullanılarak kategorize edilerek belirlenmiştir, sonrasında ise ortaya çıkan grupların kültürel tüketim örüntüleri çoklu uygunluk analizi kullanılarak ortaya konulmuştur. Bu araştırmanın evrenini Ankara ilinde yaşayan bireylerden oluşturmaktadır. Evreni temsil edecek örneklem sayısı hesaplandıktan sonra basit tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile 601 kişiye ulaşılmıştır. Yapılan analizler sonucu gıda tercihleri gelenekselden post-moderne, gelenekselciler, evetçiler, modernistler, hedonistler ve kilo kontrolcüler olmak üzere gruplandırılmıştır. Kültürel tüketim ile ilgili sonuçlara bakıldığında ise dünya mutfakları ve fine dining restoranları tercih eden katılımcıların klasik batı müziğini beğendiği ve tercih ettiği görülmektedir.

Bilim : 116906

Kodu

Anahtar : Kültürel tüketim, kültürel hepçilik, tabakalaşma, gıda tercihleri

Kelimeler

Sayfa : 117

Adedi

Tez : Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Danışmanı

THE RELATIONSHIP OF CULTURAL CONSUMPTION ON INDIVIDUALS' FOOD
PREFERENCE WITHIN THE SCOPE OF STRATIFICATION THEORY

(Ph. D. Thesis)

Gizem Sultan KAMAN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

December 2022

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the effect of individuals' cultural consumption patterns on the tendency in food preferences. Firstly, consumer profiles were determined by categorizing the food consumption preferences of individuals within the framework of stratification theory. Afterwards, the cultural consumption patterns of the emerging groups were revealed by using the cultural omnivore variable. The population of this research consists of individuals living in Ankara. After calculating the number of samples to represent the universe, 601 people were reached with the convenience sampling method. As a result of the analysis, food preferences were grouped as traditional to postmodern, traditionalists, yesayers, modernists, hedonists and weight controllers. Looking at the results regarding the cultural omnivorousness variable, it is seen that the participants who prefer world cuisine and fine dining restaurants like and prefer classical western music.

Science Code :116906
Key Words :Cultural consumption, cultural omnivore, stratification, food preferences
Page Number :117
Supervisor : Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

TEŞEKKÜR

Bilgi ve tecrübesiyle çalışma hayatıma ışık tutan, kendimi geliştirmemi teşvik eden, her daim desteğini estik etmeyen kıymetli danışmanım Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU'na bütün katkılarından dolayı en kalbi şükranlarımı sunuyorum.

Gizem Sultan KAMAN

8.12.2022



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLoların LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	ix
RESİMLERİN LİSTESİ	x
1. GİRİŞ.....	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	13
2.1. Gıda Tercihleri	15
2.2. Kültürel Tüketim	17
2.2.1. Habitus	19
2.2.2. Sermaye	21
2.2.3. Kültürel Hepçillik	25
2.2.4. Kültürel Tüketime Gıda Tercihleri ile İlişkiye Yönelik Araştırmalar.....	27
3. YÖNTEM	31
3.1. Doğrulamalı Faktör Analizi	31
3.2. Kümeleme Analizi	32
3.3. Çoklu Uygunluk Analizi	35
4. BULGULAR	39
4.1. Doğrulamalı Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar.....	39
4.2. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Değişkenler Açısından Dağılımı..	42
4.3. Kümeleme Analizine İlişkin Bulgular	43

4.4. Gıda Tercihleri İçin Farklılaşmalara Ait Bulgular.....	48
4.5. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	49
4.6. Kültürel Tüketim Tercihlerine İlişkin Bulgular.....	55
4.7. Kültürel Tüketim Tercihleri İçin Farklılaşmalara Ait Bulgular.....	55
4.8. Çoklu Uyum Analizine İlişkin Bulgular.....	82
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	89
KAYNAKÇA.....	101
EKLER.....	113
Ek-1. Anket Formu.....	113
ÖZGEÇMİŞ.....	117

TABLoların LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 1. Modelin Geçerliliği İçin Uyum İstatistiği Değerleri	32
Tablo 2. Evreni Temsil Edecek Örneklem Sayısının Hesaplanması	37
Tablo 3. Gıda Tercihleri Ölçeğinin Faktör ve Güvenirlik Analizi Bulguları.....	40
Tablo 4. Gıda Tercihleri Ölçeğine İlişkin Uyum Katsayıları	40
Tablo 5. Kültürel Tüketim Ölçeğinin Faktör ve Güvenirlik Analizi Bulguları	41
Tablo 6. Kültürel Tüketim Ölçeğine İlişkin Uyum Katsayıları	41
Tablo 7. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular.....	42
Tablo 8. Küme Profillerinin Ortalamaları.....	43
Tablo 9. Cinsiyet Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması.....	48
Tablo 10. Medeni Durum Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması.....	49
Tablo 11. Yaşa Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması	50
Tablo 12. Gelir Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması.....	51
Tablo 13. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması.....	52
Tablo 14. Katılımcının Annesinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihleri Farklılaşması	54
Tablo 15. Katılımcının Babasının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihleri Farklılaşması	53
Tablo 16. Meslek Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması	55
Tablo 17. Cinsiyet Değişkenine Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması	57
Tablo 18. Medeni Duruma Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması.....	59
Tablo 19. Yaş Değişkenine Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması	60
Tablo 20. Katılımcının Annesinin Eğitim Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması	66

Tablo 21. Katılımcının Babasının Eğitim Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması	71
Tablo 22. Katılımcının Çalışma Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması	76
Tablo 23. Çoklu Uygunluk Analizine Göre 1. Boyuta En Yüksek Katkıyı Sağlayan On Cevap.....	84
Tablo 24. Çoklu Uygunluk Analizine Göre 2. Boyuta En Yüksek Katkıyı Sağlayan On Cevap	85



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. Kümeleme Analizinin Yapısı	33
Şekil 2. Kültürel Tüketim Ölçeği Maddelerine Verilen Cevapların İki Boyutlu Grafik Üzerindeki Dağılımları.....	83
Şekil 3.Cevapların Birinci Boyuta Katkısı.....	84
Şekil 4. Cevapların İkinci Boyuta Katkısı	85
Şekil 5. Kültürel Tüketim ile Gıda Tercihi Arasındaki İlişkinin Çoklu Uygunluk Analizi Şeması.....	86

1.GİRİŞ

Kültürel tüketim, kültürel eserler ve kültürel kaynaklar, kimlik, beğeni ve tüketim kalıpları etrafında şekillenmektedir (Katz-Gerro, 2004). Bireyler kültürel tüketim ile birlikte sembolik anlamlar oluşturmakta ve bu anlamları yansıtmaktadırlar. Kültürel tüketimin unsurlarını oluşturan kültürel ürünler ise içerisinde imgesel ve estetik içerikler bulunduran (Huang, 2011; Emmison, 1997), bireylerin daha çok hazcı bir anlayışıyla tüketimini gerçekleştirdiği ürünlerdir (Kamış, 2018). Holbrook ve Hirschman (1982), kültürel ürünlerin sembolik, hedonik ve estetiğe odaklanan deneyimsel bir görüşe yönelik ürünler olduğunu belirtmektedir.

Kültürel tüketim alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmalar, sosyal bilimlerdeki farklı disiplinler arasında gelişmektedir. Kültürel tüketim mal ve hizmetlerin birincil olarak estetik işlevleri ikincil olarak ise araçsal kullanımları üzerinden tüketimini ifade eder (Rössel, Schenk ve Weingartner, 2017). Kültürel tüketim, kültürel etkinliklere (tiyatro, konserler, sinema vb.) katılım, TV izleme, kitap okuma, giyim, mobilya veya dışarıda yemek yeme gibi çeşitli tüketim davranışlarını kapsayan, öncelikle sanat, kültür ve boş zaman alanlarıyla ilgilidir. Kültürel tüketimin kapsamı çok daha geniş olmasına rağmen, çoğu kültürel tüketim araştırması, tabakalaşma kuramını takip ederek, üst ve alt kültür etkinliklerine katılım ölçütlerini kullanmıştır (Katz-Gerro, 2004). Bu kültürel uygulamaların (örn. klasik müzik, sanat filmleri, yüksek mutfak, vb.) biçimselliği ile içeriği arasındaki ayrımla ilişkili estetik bir boyuttur. Bourdieu bu durumun bir toplumun sosyal yapısıyla doğrudan ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Daha yüksek sosyal tabakaların üyeleri, yeterli miktarda kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olduklarından, üst düzey kültürel tüketimin resmi standartlarını anlayabilir, zevk alabilir ve karşılayabilirler. Aynı zamanda, üst düzey faaliyetler, sosyal statünün bir işareti olarak işlev görür ve bu nedenle diğerlerinden farklılaşmak için kullanılabilir. Bourdieu'nün (2015) ortaya koyduğu tabakalaşma kuramına göre yemek yeme biçimi, müzik zevki, okunan gazeteler ya da sportif zevkler gibi beğeni kalıpları bireylerin hem ait oldukları sınıfsal konumlarına göre hem de aynı sınıf içerisinde diğer bireylerden kendilerini ayırtmanın ya da farklılaştırmanın bir ölçütü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çağdaş toplumdaki beğeni ve kültürel uygulamadaki temel ayrım, farklı sınıf deneyimlerine ve sınıfa özgü bir dünya görüşüne atfedilir. Tabakalaşma kuramı

içerisinde beğeni, farklılaştırmak ve takdir etmek üzerine inşa edilmiş bir yatkınlıktır, beğenmek dışlama rolünü oynamaktadır. Örneğin, ince bir zevke ve yüksek statüye sahip kişiler, diğer kültür formlarını kaba ve bayağı bulmaktadır, beğeniye sembolik sınırları pekiştirmek maksadıyla kullanılmaktadırlar (Kaya, 2018). Beğeni anlayışı, belirli bir konumu ve bu konum içerisindeki faaliyetleri içermektedir. Beğeni yalnızca beğenenin estetik anlayışı açısından değil, toplumsal konumlandırmadaki farklılaşma ve ayırım açısından da incelenmektedir (Warde, 2007). Bireylerin beğeni tarzlarını dışa vurması sosyal tanınma ve statüyü mobilize etmektedir (Jenkins, 2006).

Bourdieu'nun "*Ayırım*" adlı kitabında oluşturmuş olduğu tabakalaşma kuramı çerçevesinde beğeni; tüketim konusundaki zorunluluklar ile temellendirilerek lüks beğeni ile zorunluluğun beğenisi olarak ikiye ayrılmıştır. Lüks beğeni, bireyin bir ürün, hizmet veya deneyime ulaşma konusunda sahip olduğu sermayenin sağladığı "kolaylıklar"a işaret ederken; zaruri beğeni, bireylerin bir ürün, hizmet veya deneyime ulaşma konusundaki zorunluluklara işaret etmektedir (Bourdieu, 2015; Çetin, 2018). Lüks (Özgürlük) beğeni ile zaruri (zorunluluk) arasındaki karşıtlık açıklanırken bireylerin kendilerini ayırt etmesinin üç tarzı olduğu belirtilir. Bunlar, beslenme, kültür ile kendini takdim ve temsil için yapılan harcamalardır. Örneğin, kültürel sermaye bakımından zengin olan üniversite hocaları lokantalardan uzak durmaya çalışarak egzotizme (Çin mutfağı, Hint Mutfağı) yönelirken, balığın eril yemek yeme üslubuna aykırı olmasından ötürü halk sınıflarında tercih edilmemesi bu örneklerdendir (Kaya, 2018). Bourdieu, yemek ve yemenin bir bedensel beslenme sürecinden çok daha fazlası olduğunu savunarak cinsiyet, sosyal sınıf ve kimliğin yansıması olarak ifade etmektedir (Amir, 2011). Bununla birlikte bireylerin yiyecek tercihlerinin çocukluk deneyimleri, aile normları ve sosyalleşme süreçleri tarafından şekillendirildiği fikri, Bourdieu'nun yanında Fowler (1997) tarafından da gözlemlenerek desteklenmektedir (Wright, Nancarrow ve Kwok, 2001).

Bourdieu'nun (1986: 55), toplumsal tabakanın belirginleşmesi ve belirli kesimlerin diğerleri üzerinde tahakküm kurabilmesi için zevklerin ve tüketim tercihlerinin keskinleştirilmesi gerekliliği tezine ilk itiraz Peterson ve Kern (1996) tarafından kültürel hepçillik adı altında ortaya konulmuştur, hepçillik sosyal tabakalaşma kavramının aksine beğeni alanların artık bir zümreye ait olmadığını, diğer sınıfların da birbirinden etkilenebildiği vurgulanmaktadır (Kahma vd., 2016). Hepçillik, '*yüksek*

statü grupları için hem yüksek statü hem de popüler kültür unsurlarını içeren geniş kültürel zevklere sahip olmak, ‘çok çeşitli kültürel ürünleri tüketen kimse’ olarak tanımlanabilmektedir (Rankin ve Ergin, 2016). Bu sonuçlar doğrultusunda Peterson (1992), seçkin beğenin sadece yüksek sanat formlarından ve popüler formları küçük görme davranışından oluşmadığını ifade etmiştir. Bu durumda seçkin beğeni, farklı sanat formlarını bilme, anlama ve takip etmeyi sağlayan ‘kültürel hepçil’ kavramı ile açıklanmıştır (Hazır ve Purhonen, 2017). Peterson (1992), opera, caz, tiyatro, bale gibi yüksek kültüre ait müzik türlerini tercih eden kişilerin aynı zamanda popüler kabul edilen müzik türlerini de tercih edebileceğini belirtmiştir (Hazır, 2013).

Tabakalaşma kuramına karşıt tez olarak ortaya koyulan kültürel hepçillik fenomeninin kapsamını ve önemini araştıran birçok makale yazılmıştır. Bu makaleler müzik beğenisi (Sonnett, 2004; Sintas ve Alvarez, 2004), edebiyat beğenisi (Sullivan ve Katz Gerro, 2007), spor (Widdop ve Cutts, 2013; Gemar, 2019) ve turizm (Lin vd., 2019) ile ilişkilendirilerek kültürel tüketim kalıplarındaki değişiklikler araştırılmıştır. Bu durumun yiyecekler üzerindeki tezahürüne bakıldığında sosyoekonomik statüsü yüksel olan gelir gruplarının kaliteli restoranların yanında sokak lezzetlerini, fast food gıda ürünlerini de tercih edebileceği söylenebilir.

Kültürel tüketim araştırmalarında gıda tercihi önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşmiş toplumlarda ve özellikle çok kültürlü şehirlerde, etnik mutfakların artan popülaritesi, etik tüketime odaklanma ve çoğunlukla bu iki eğilimle bağlantılı olarak, özel ve birinci sınıf gıdaları satın alma isteği farklılaşmak için kullanılmaktadır (Emontspool ve Georgi, 2017). Tabakalaşma kuramı çerçevesinden bireylerin gıda tercihlerine bakıldığında, ekonomik, sosyal ve kültürel sermayesi yüksek olan bireylerin, sağlıklı ve lezzetli gıdaları, organik ürünleri, pahalı yiyecek unsurlarını barındıran fine-dining restoranları, klasik müziği ve dünya edebiyatını tercih etmesi söz konusuysa, karşıt tez olarak ortaya konulan kültürel hepçillik çerçevesinde sokak lezzetlerini, fast-food ürünler sunan restoranları, bunun yanında caz, blues gibi müzik türleri ile birlikte Türk edebiyatı, mizah gibi kültürel tüketim unsurlarını tercih etmesi beklenmektedir. Örneğin; Restaurant Magazine tarafından defalarca “Dünyanın En İyi Restoranı” seçilen Noma’da misafirler, kızarmış yosun veya canlı karıncalar gibi egzotik ürünleri tatmak için sıraya girmişler, gıdayı kimliklerinin önemli bir bileşeni olarak gören bireyler ise bir masa karşılığında evlerini Noma’nın şefi René Redzepi’ye

teklif edecek kadar ileri gitmişlerdir (Hunt, 2016). Kültürel tüketim içerisinde gıda tercihlerinin önemini ifade eden bir diğer örnek ise 18. Yüzyılda yaşamış olan Fransız hukukçu, yazar ve gastronomi söyleminin kurucusu olan Brillat-Savarin (1755-1826) 'in *"Bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim"* aforizmasıdır. Bu aforizmanın temeli yemeğin sosyal kimliğin ayırt edici bir işareti olarak hizmet ettiği fikridir.

Bireylerin kültürel tüketim alışkanlıklarının gıda tercihleri ile ilişkisinin incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada ilk olarak bireylerin gıda tercihlerindeki eğilim kümeleme analizi kullanılarak tespit edilecektir. Küme grubu değişkenleri üzerinde hesaplanan küme grubu araçları, her kümenin özelliklerinin diğer kümelerin özelliklerinden ne şekilde farklı olduğunu belirlemek için kullanılacaktır. Kümelenendirme analizinin ardından belirlenen gıda tercihlerindeki eğilim, kültürel hepçillik fenemoni kullanılarak çoklu uyum analizine tabi tutulacaktır. Çoklu uygunluk analizi (MCA), Pierre Bourdieu'nun çalışmalarıyla bilinen istatistiksel bir tekniktir (Hjellbrekke, 2018), kültürel tüketim ve kültürel hepçillik araştırmalarının analizinde tabakalaşma kuramı üzerine inşa edilen araştırmalarda sık kullanılan bir yöntemdir. Elde edilen verilerin bilgiye dönüştürülmesiyle yeme-içme eğilimlerinin yönelimi tabakalaşma-hepçillik kuramı perspektifinde ortaya konulacaktır. Restoran işletmeleri ve pazarlama yöneticileri ürün geliştirme ve tutundurma stratejilerinin belirlenmesinde bu eğilimleri göz önünde bulundurarak uygulamalarında değişikliğe gidebilir, hedef kitle politikaları yeniden yapılandırılabilir. Çünkü tüketicilerin değişen yaşam tarzları ve aile yapıları, pek çok farklı endüstriyi etkilemiş, bu endüstrinin etkilediği alanlardan biri de restoranlar olmuştur (Witt, 2010). En hızlı büyüyen hizmet endüstrilerinden biri olan restoran endüstrisinin, doğrudan istihdamın artması ve reklamcılık, malzeme ve içecek imalatı gibi diğer ilgili endüstrilerde de büyümesi gibi olumlu ekonomik etkileri vardır. Ancak, restoran sektörünün büyümesi restoranların markalaşmaya daha fazla önem vererek rekabetin artmasına ve dolayısıyla restoranların ayakta kalması için farklılaşmaya gitmesine neden olmuştur. Tüketiciler restoran markalaşmasına daha fazla önem verdikçe, güçlü kişilikleri ve kimlikleri olan markalı restoranların sayısı da artarak büyümüştür (Han, Nguyen ve Simkin, 2016). Restoran sadece bir gıda tedarikçisi değil, aynı zamanda bir tüketicinin kimliğini

(Chan, Hassan ve Boo, 2014), sosyal statüsünü ve grup üyeliğini temsil etmenin bir aracı olarak sembolik bir değer sağlayıcına dönüşmüştür (Park, 2004).

Tezin Konusu

Antropologlar, sosyologlar, tarihçiler, coğrafyacılar ve beslenme uzmanları, gıda, hazırlanması ve insanların gıda seçimleri üzerinde zengin bir bilgi birikimi üretmişlerdir. Yemek ve yiyecek tercihlerinin sembolik anlamı, bu anlamın içerisinde barındırdığı anlam ve kültürel tüketimin gıda tecihleri ile ilişkisi bu literatürün odak noktalarından biridir (O'sullivan, Hocking ve Wright-St. Clair, 2008). Yine bu araştırmalarda eğitim, gelir, meslek, cinsiyet, yaş, yaşam tarzı gibi sosyo-demografik özellikler (Lupton 1996; Tivadar ve Luthar 2005; Warde, 1997; Warde ve Martens 2000), gıda uygulamalarındaki farklılıkların temelinde araştırılmaktadır (Tivadar ve Luthar 2005). Bu değişkenlere ek olarak geleneksel yemek ve hazır yemek arasındaki ilişkiyle odaklanılmakta, toplumu ve uygulamalarını şekillendiren sosyokültürel hareketlere yanıt olarak gıda ile ilgili uygulamaların nasıl değiştiğine odaklanılmaktadır (Debevec ve Tivadar, 2006).

Tabakalaşma kuramı, yeme pratikleri ve yeme pratikleri ile sosyal yapılar arasındaki ilişki hakkında daha fazla araştırma yapmak için birincil bir teorik çerçeve sağlar. Bu kuram, yiyecekler ilgili olanlar da dahil olmak üzere beğeni ve tercihlerde görülen farklılıkların, en merkezi kavramı olan habitusu oluşturan bir dizi somut sosyal yapı (sınıf, cinsiyet ve etnisite gibi) tarafından belirlendiğini savunmaktadır. Habitus, bireylerdeki sosyal yapıları ve tarihi yansıtan, bireyin dünyayı nasıl algıladığını ve içinde nasıl hareket ettiğini şekillendiren bir dizi içsel eğilimdir (de Moraes Sato vd., 2014). Bourdieu'ye göre, çağdaş toplumdaki beğeni ve kültürel pratiklerdeki temel ayrım, farklı sınıf deneyimlerine ve sınıfa özgü bir dünya görüşüne atfedilir. Habitus bu nedenle toplumsal gerçekliğin nesnelliği (bir bireyin nesnel toplumsal konumuyla ölçülür) ile kişisel deneyimin öznelliği (yemek tadı, müzik zevki, dünya görüşü vb.) arasında bir bağlantı sağlamaktadır. Bourdieu'nün sınıf determinist modelinde, sosyo-yapısal ayrımlar kültürel biçimler aracılığıyla ifade edilir. Veya daha spesifik olarak, yemek uygulamaları ve yemek zevkleri sınıfa özgüdür; öncelikle bireyin sınıf konumu tarafından şekillendirilmektedir (Tivadar ve Luthar, 2005).

Bourdieu'nun savına göre, yemek tercihleri konusunda karşılaşılan farklılıklar, yiyeceklerin gereklilik olması hali ile özgürce tercih edilebilme durumu arasındaki karşıtlığa dayanmaktadır. Farklı sosyal konumlara mensup bireylerin neden yiyeceklere karşı farklı tutumlara sahip olduklarını açıklamak için Bourdieu, yiyecekleri iki grupta kategorize ederek 'form olarak gıda' ve 'fonksiyon olarak gıda' olarak ayırır. "Fonksiyon" terimi, tüketimin birincil işlevlerini yani aç kalmamak ve karnı doyurmayı ifade etmektedir, gıdanın "form" olarak değerlendirilmesi ise zevk için yemek yiyen, lüksü temsil eden yiyecekleri yansıtmaktadır. Alt gelir grubunda yer alan bireyler için yiyeceklerin fonksiyonları formlarından önce gelmektedir. Bu, yiyeceğin sağlığını devam ettiren ve güç veren besleyici bir işlev olduğu anlamına gelir. Buna karşılık, daha fazla ekonomik sermayesi olan insanlar, gıdaların biçimi ile daha fazla ilgilenirler. Bu nedenle, ekonomik sermaye açısından zengin insanlar, pahalı ve nadir ürünler kullanan mutfağa meylenmektedir. Bourdieu'nun (2010) kuramında, daha düşük sosyoekonomik seviyelerden gelen bireyler, enerji yoğun gıdalar için tercihler göstermişlerdir. Bununla birlikte, daha yüksek bir kültürel sermayeden gelen bireyler hem sofistike yiyecekler hem de sağlıklı veya egzotik yiyecekler ile ilişkilendirilmiştir. Sonuçlar, bireylerin yemekle ilgili tercihlerinin ve inançlarının gelenekçilik/gelenek-sonrası bir yelpazede yer alabileceğini göstermiştir (Tivadar ve Luthar 2005). Bourdieu'nun bu savına karşın yeme-içme tercihlerindeki değişiklikler 1980 yılı ve sonrasında küreselleşmenin her alanında olduğu gibi yeme-içme tercihlerinde de etkisini göstermektedir. Yüksek statü sahibi insanların kültür sermayelerine çeşitli uygulamalar ve formlar eklemesi Bourdieu'nun (1984) tartıştığı sosyoekonomik konum ve kültürel yeterlilik arasındaki ilişki hakkındaki temel varsayımlara karşıt savların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Warde, Wright ve Gayo-Cal, 2007). *Tabakalaşma kuramına ilk itiraz olan ve Anti- Bourdiciousians* hareket olarak da adlandırılabilir olan *kültürel hepçillik*, toplumdaki bireylerin sosyal sınıflarının belirlenmesinde yaşam tarzı, zevk ve tüketim gibi farklılıklardan hareket edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Erdendoğdu, 2014: 14; Bourdieu, 2015). Kavram her sınıfın kendisine ait olan ve belirli anlamlar taşıyan yemek, müzik, edebiyat ve sinema gibi alanların artık bir sınıfa ait olmadığını, sınıfların birbirinden etkilenebildiğini belirtmektedir (Kahma vd., 2016). *Yüksek statülü kültürel hepçiller*, çok çeşitli kültürel ürünleri tüketen bireyler olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalar

hepçilliğin, özellikle eğitim, gelir, mesleki durum ve bazen de cinsiyet gibi sosyal konum ölçümleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir (Paddock, 2011).

Yiyeceklerle ilgili yapılan araştırmalar, sosyal sınıfın Batı toplumlarında gıda uygulamalarının önemli bir korelasyonu olmaya devam ettiğini ortaya koymuştur. Sosyal sınıf, hanehalkı bütçesinin yemeğe harcanan oranını, yemek zevklerini, hazır yemek kullanımını, dışarıda yemek yeme sıklığını ve tercih edilen restoran türlerini etkilemektedir. Sağlıklı beslenme tavsiyelerine uyulması, yemek pişirmeye yönelik tutumlardaki cinsiyet farklılıkları, yemek seçiminin altında yatan nedenler, yemek tutumları ve diğer birçok kalıp da sosyal sınıf tarafından belirlenir. Bununla birlikte yiyecek hazırlama ve tüketiminin sosyal ve duygusal yönleri de dahil olmak üzere yiyecek uygulamalarının tanımlanmasında cinsiyetin rolü farklı araştırmalara konu olmuştur (Charles ve Kerr, 1988; DeVault, 1994). Cinsiyet, ailede alışverişi ve yiyecek hazırlamayı etkileyen bir değişkendir. Kadınlar erkeklere kıyasla yiyecek tüketiminde, yiyecek tutumlarında, yiyecek güdülerinde, kilo kontrolünde, diyetle ve diyetin sağlık etkileriyle daha çok meşguldür (Lupton, 1997; Murcott, 1982). Sosyo-demografik faktörlerin gıda uygulamaları üzerindeki etkisi bu nedenle özellikle ampirik araştırmalarda yaygın olarak kabul edilmektedir. Örneğin; kadınların yemekle ilgilenmesi literatürde baskın bir temadır. Kadınlar ürettikleri yiyecekler aracılığıyla kültürel gelenekleri hem muhafaza eden hem de yeniden şekillendiren bireyler olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte yiyecek hazırlama işlerinin geleneksel olarak kadınların işi olarak görülmesi veya kadınların erkekleri memnun etmek için yemek pişirmesi fikri gibi yiyecek hazırlamanın cinsiyete dayalı doğası yaygın olarak kabul edilmektedir (O'sullivan, Hocking ve Wright-St. Clair, 2008). Ayrıca sosyo-demografik değişkenler, her bir yemek kültürünü motive eden kendine özgü doğal mantığı yeterince açıklamamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, gıda tercihleri, sadece nesnel farklılıklarla ilişkili olarak değil, aynı zamanda bir grubun kültürel aidiyetinin ayırt edici biçimini tespit etmek için bireyin diğer alanlardaki kültürel uygulamaları ve tutumlarıyla ilişkisini de ifade etmektedir. Bu nedenle bu tezde, kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihleri ile ilişkisinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Tezin Önemi

Yemek, fizyolojik, psiko-duyusal, sosyal ve sembolik bir çevrenin parçasıdır. Hijyenik ve besin değerlerinin yanında psiko-duyusal ve sembolik özelliklere sahiptir.

Yiyecekler sembolik olarak çeşitli sosyal aktörlerin birbirini tanımasına ve yaşam tarzlarını belirlemesine izin veren ayırt edici işaretlerdir (Bessière, 1998). Sosyologlar ve yemek bilimcileri, kültürün yiyecek seçimlerini şekillendirdiğini ve yiyeceklerle ilgili karar vermenin basit bir maliyet-fayda mantığından daha fazlasını içerdiğini halihazırda ortaya koymuştur. Fakat kültür, yeme sürecini tam olarak nasıl şekillendirir? sorusunun önemli yanıtlarından biri kültürel sermayedir. 'Etik', 'sağlıklı', 'sofistike' olarak kabul edilen ürünleri satın almak, bir kişinin ekonomik kaynaklarının bir göstergesi olmasının yanında, aynı zamanda yüksek statülü kültürel sinyaller ve içselleştirilmiş eğilimler içeren 'kültürel sermayeye' sahip olunmasına da dayanır (Johnston, Szabo ve Rodney, 2011).

Tabakalaşma kuramında yiyecekler, tüketiminin sosyal tabakalaşma için bir araç, sınıf eşitsizliğinin somutlaşmış hali ve bilginin, estetik duyarlılığın ve değerlerin tabakalaşması olduğunu ifade etmektedir. Beğenilen ve tercih edilen yiyecekler sosyal sınıflar arasındaki ilişkileri canlandıran ve üyelerinin değerlerini ifade eden bir kültürel sistemin parçasıdır. Sosyal sınıfla birlikte azalan yağlı yiyeceklerin tüketimi buna bir örnektir. Sosyoekonomik statüsü düşük bireyler için gıda seçimi ağırlıklı olarak duysal nedenlere dayanırken, sosyoekonomik statüsü yüksek bireyler için tercih edilen gıdanın sağlıklı, sürdürülebilir ve organik olması önem taşımaktadır (Steenkamp, 1993). Beğenilen yiyecekler, kısmen tüketicinin sosyal ve kültürel kökenlerini, sosyal amaçlarını veya yetiştirilmesinin bir parçası olarak ya da daha bilinçli olarak edindiği kültürel sermayeyi yansıtır. Geçmiş dönemlerden modern dünyaya yemek beğeni tercihleri kültürel gelişimle yakından bağlantılıdır (Wright, Nancarrow ve Kwok, 2001).

Tabakalaşma kuramının teorik arka planını oluşturan çalışmalar sosyal statünün yiyecek-içecek seçimlerindeki etkisini ve ayrımın hangi noktalarda gerçekleştiğini tespit etmeye çalışmaktadır. Neal 2006 yılında Amerika'daki restoran çeşitliliği üzerine yaptığı çalışmada, şehirleri yiyecekler açısından 'gastronomik çöl' ve 'gastronomik vaha' olarak sınıflandırmıştır. Gastronomik vaha olarak sınıflandırılan şehirlerde yer alan restoranların kaliteli kahve ile etnik yemek sunan restoranlar olduğu aynı zamanda bu şehirlerde yaşayan kişilerin 'mutfak çölü' olarak sınıflandırılan şehirlerde yaşayan kişilerden daha yüksek gelir grubunda yer aldığı ve iyi eğitime sahip olduklarını belirlemiştir. Bu araştırma sonucuna göre yüksek gelir grubunda yer

alan bireyler kahve ve etnik yiyeceklere eğilimlidir. Kahma vd. (2016) ise yiyecek seçiminde sağlık ve ölçülülük faktörlerinin önemli olduğunu saptamıştır. Ayrıca yiyecek seçiminin eğitim ve mesleki gruplara göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Literatür incelendiğinde tabakalaşma kuramı (Oygard, 2000; 2013; Sato vd., 2014; Costa, Zepeda ve Sirieix, 2014) ve bu kurama karşıt tez olarak ortaya çıkan kültürel hepçillik (Johnston ve Baumann, 2007; Kahma vd., 2016; Domański ve Karpiński, 2018; Lin vd., 2019) ile ilgili farklı evrenlerde ve farklı değişkenler üzerinde incelenmiş araştırmalara rastlanmıştır. Bu çalışmaların evrenleri incelendiğinde Brezilya (Garcia, 1997;), Norveç (Oygard, 20009), İsveç (Sidenvall, Nydahl ve Jellstron, 2001), Avustralya (Coveney, 2004)Fransa (Darmon, 2008), İngiltere (Forero ve Smith, 2010) gibi pek çok ülkede konuya ilişkin yapılmış araştırmalarla karşılaşmıştır. Ancak ulusal alanyazın incelendiğinde Rankin ve Ergin (2017), ile Rankin, Ergin ve Gökşen (2014) haricinde kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihlerine etkisini inceleyen araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmalarda kullanılan gıda tercihleri ile ilgili değişkenlere bakıldığında ise kırmızı et (Ferzicca, 2010), sağlıklı gıdalar (Tivadar ve Luthar, 2005; Regnier, 2009; Sato vd., 2014), etnik yiyecekler (Tivadar ve Luthar, 2005) gibi ürünlerin araştırmalara konu olduğu belirlenmiştir.

Tabakalaşma ve anti tezi kültürel hepçillik fenomenleri kültürel beğenileri/zevkleri anlamlandırmak için kullanılmaktadır. Kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihleri ile ilişkisinin incelendiği bu araştırmada ise diğer araştırmalardan farklı olarak gıda tercihleri ilk olarak tabakalaşma kuramı kapsamında gruplandırılacak ve ardından kültürel tüketimin, oluşturulmuş olan bu grupların gıda tercihleri ile ilişkisi araştırılacaktır. Bu tez, kültürel tüketimin gıda tercihleri ile ilişkisinin belirlenmesini sağlayarak literatürde belirlenen boşluğu doldurmakta ve ilgili bir araştırma gündemi sunmaktadır.

Bireylerin kültürel tüketim alışkanlıklarının gıda tercihleri ile ilişkisinin incelenmesinin makro düzeyde önemli etkileri vardır. Kültürel tüketimin bireylerin gıda tercihleri ile ilişkisinin belirlenmesi yiyecek içecek işletmeleri ve destinasyonlar için pazarlama planlamalarında stratejik bir unsur olarak kullanabilirler. Restoranlara daha fazla müşteriye, destinasyonlara ise daha fazla turisti çekmek için hedef kitleyi

tanımlarken kültürel tüketimin önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple hangi ürünün hangi tüketiciye sunulacağına karar verilmesi ya da destinasyonları ziyaret eden turist profilinin belirlenmesinde arz-talep dengesini korumak için, kültürel ürünlerin tüketimi bilgi kaynağı olarak kullanılabilir. İşletmeler elde edecekleri bilgileri kullanarak pazar bölümlendirmesinde ve yoğun rekabet ortamında daha etkin bir pazarlama stratejisi sürdürebilirler. Günümüzde yiyecekler ve içecekler destinasyon pazarlamasında önemli çekici unsurlardan biri haline gelmiştir. Destinasyonların doğru pazar bölümlendirmesi yapabilmesi için kültürel sermayesine ilişkin verilere ihtiyaç yüksek düzeydedir. Ayrıca kültür sermayesinin tüketicilerin yiyecek-içecek tüketim eğilimine olan etkisi pazarlama karmaşasının doğru oluşturulmasına önemli bir katkı sağlayacaktır.

Amaç

Bu çalışmanın amacı kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihleri ile ilişkisinin incelenmesidir.

Varsayımlar

Araştırmaya katılan bireyler istenen bilgileri vermekte gönüllü olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin istenen verilerin toplanması için yeterli olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmaya katılan bireyler ölçekteki ifadeleri araştırmanın amacına uygun bir şekilde anlayabildiği varsayılmaktadır.

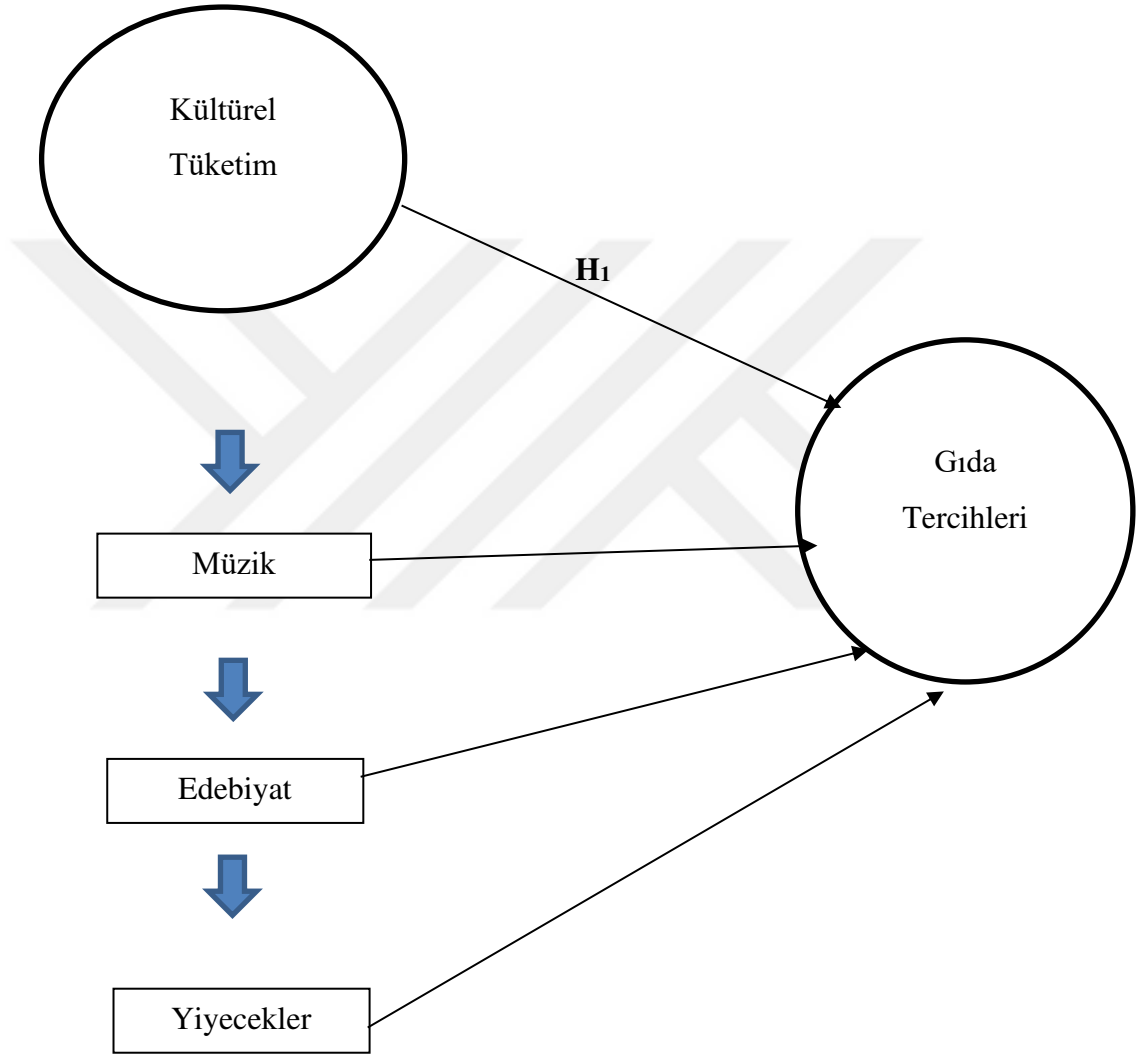
Araştırmada kullanılan ölçekteki ifadeler, bireylerin inanç, düşünce ve davranışlarını etkilemediği varsayılmaktadır.

Kapsam ve Sınırlılıklar

1-Kültürel tüketim literatürde farklı disiplinler ve teorilere konu olmuş bir değişkendir. Bu çalışmada kültürel tüketim 'Bourdieu'nun geliştirmiş olduğu tabakalaşma kuramına göre sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırma doğrultusunda Bourdieu'nun (1984) kültürel tüketim kalıplarını açıklayan teorisi, "yüksek" kültürün üst sınıflar tarafından tercih edildiği ve sosyal statünün bir göstergesi olduğu, "düşük" veya popüler kültürün ise alt gelir ve eğitim gruplarında yer alan bireyler tarafından ifade edildiğidir.

2- Araştırma, 2021-2022 yılında Ankara ilinde yaşayan bireylerin düşünce ve değerlendirmeleri ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma Modeli



Hipotezler

H_1 : Bireylerin kültürel tüketim alışkanlıkları ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yiyecek seçimini etkileyen pek çok farklı etmen bulunmaktadır. Ancak bir bireylerin gıda tercihlerinin ilk temeli besleyici değeri yüksek gıda tüketimine dayanmaktadır. Maslow (1943, 1954), insanların belirli ihtiyaçlara ulaşmak için motive olduklarını ve bazı ihtiyaçların diğerlerinden öncelikli olduğunu belirtmiştir. En temel ihtiyaç fizyolojik olarak hayatta kalmaktır ve insan davranışlarını motive eden ilk şey budur. Fizyolojik ihtiyaçlar bireylerin hayatta kalması için elzem olan yeme, içme gibi biyolojik gerekliliklerdir (McLeod, 2007; Hopper, 2019). Bireylerin yiyecek tercihlerini etkileyen ikinci unsur ise gelirdir, bireyler satın alabildiği yiyecekleri tercih etmektedir. Ancak bununla birlikte gıda tüketimi, artan reel gelir, değişen nispi fiyatlar ve ürün teknolojisi ve kalitesindeki mal ve hizmet çeşitliliğini artıran yenilikler tarafından dönüştürülmüştür. Tarihsel süreç içerisinde yiyecek arzında meydana gelen artış ve kıtlıkların azalması sonucu fizyolojik ihtiyaç ve iktisadilik unsurunun sağlanmasının ardından bireylerin yiyecek tüketimi hazcılığa, sembolik tüketime kaymıştır (Schneider-Kamp, 2020). Sembolik tüketim, bireylerin malları yalnızca işlev ve kullanım değerleri için satın almalarını değil, aynı zamanda anlamlarıyla başkalarına veya çoğu durumda kendilerine bir mesaj iletmek niyetinde oldukları eylemdir (Prónay ve Hetesi, 2016). 1980'li yıllardan itibaren sembolik tüketim farklı açılardan incelenmiş, araştırmaların çoğu bu yapıyı analiz etmek için tüketicilerin kimliği ve ürünlerin toplumdaki anlamı olmak üzere iki temel değişkene odaklanmıştır (Lorenzi, 1991; Clammer, 1992; Sun vd., 2014). Tüketicilerin değişen yaşam tarzları ve aile yapıları, pek çok farklı sektörü etkilemiş, bu sektörlerden biri de restoranlar olmuştur (Witt, 2010). Oluşan bu farklılık restoranların büyümesine yol açarak, istihdamın artması ve reklamcılık, malzeme ve içecek imalatı gibi diğer ilgili alanların da büyümesine ekonomik olarak olumlu yönde etki etmiştir. Ancak, restoran sektörünün büyümesi restoranların markalaşmaya daha fazla önem vererek rekabetin artmasına ve dolayısıyla restoranların ayakta kalması için farklılaşmaya gitmesine neden olmuştur. Tüketiciler restoran markalaşmasına daha fazla önem verdikçe, güçlü kişilikleri ve kimlikleri olan markalı restoranların sayısı da artarak büyümüştür (Han, Nguyen ve Simkin, 2016). Restoran sadece bir gıda tedarikçisi değil, aynı zamanda bir tüketicinin kimliğini (Chan vd., 2014), sosyal statüsünü ve grup üyeliğini temsil etmenin bir aracı olarak sembolik bir değer sağlayıcıya dönüşmüştür (Park, 2004).

Tüketiciler, yüksek kaliteli yiyecek veya hizmetin yanı sıra sosyal statü için saygın kafeleri/restoranları seçmektedir (Han ve Nguyen, 2016). Warde, Martens ve Olsen (1999) tarafından yapılan İngiltere evreninde sistematik ilk araştırma olma niteliğine sahip olan çalışmada, farklı restoran türlerini kullanan müşterilerin sosyal özelliklerine ilişkin veriler incelenmiştir. Dışarıda yemek yeme sıklığı, ziyaret edilen mekân türleri, dışarıda yemek yeme tutumları ve evden uzakta yenen en son yemeğin niteliği hakkında sorular sorulmuştur ve bunlara verilen cevaplar bağımsız değişkenler (sınıf, gelir, yaş, cinsiyet, eğitim, ikamet yeri) ile ilişkilendirilerek analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda İngiltere’de geniş kültürel katılımın ayırt edici olmadığı, bireylerin barlar, fast food mekanları ve çay dükkanlarına, vejetaryen ve etnik restoran türlerinden daha fazla aşına oldukları, bu durumun ise yaş, eğitim ve gelir ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olduğu sonucu ortaya konulmuştur. Lindblom ve Mustonen (2019) ise araştırmalarında beğenilmeyen mutfak türlerine odaklanmıştır. Mutfak türlerinin sosyal olarak tabakalaşmaya sebep olabileceği belirtilmiştir. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak mutfakların beğenilmeme durumları incelenmiştir. Mutfak türleri meşru mutfaklar (Afrika, Kore, Orta Doğu, Akdeniz, Japon mutfacı/suşi, fine-dining restoranlar), yaygın mutfaklar (Hint/Nepal, İtalyan, Meksika veya Güney Amerika, Rus, Çin, Güneydoğu Asya/Tay, İskandinav, Pizza) ile meşru olmayan (Amerikan/Teksas-Meksika, Izgara yemek, Fast food) türler olarak gruplandırılmıştır. Araştırma sonucunda fast food, suşi ve Rus mutfacı en sevilmeyen mutfak türlerini oluştururken (%30), ev yemekleri, İskandinav mutfacı ve İtalyan mutfacı en çok sevilen mutfak türlerini oluşturmaktadır. Mutfak türlerinin beğenilmemesi ile cinsiyet değişkeni arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu doğrultuda kadınlar farklı mutfak türlerini beğenmeme eğilimindedir. Bir diğer pozitif ve anlamlı ilişki eğitim değişkeni kaynaklıdır, eğitim seviyesi arttıkça Amerikan mutfacının ve fast food yiyeceklerin beğenilmeme durumunun da arttığı tespit edilmiştir. Johnston ve Baumann (2007) bir vaka incelemesi olarak gurme yemek yazılarını ele aldığı çalışmalarında Amerikan gurme yemek ortamında yemek gruplarının, çoğu insan için genellikle nadir bulunan, belirsiz ve erişilemez olan egzotik yiyecekleri aradığını ortaya koymuştur. Kültürel tüketim kalıpları sürekli olarak sosyal bilimcilerin dikkatini çekmiştir ve insanların farklı kültürel metaları nasıl ve neden tükettiklerini açıklamak için sağlıklı miktarda araştırma ortaya çıkmıştır.

2.1. Gıda Tercihleri

Yeme, içme ve yiyecek tercihleri en sık görülen insan davranışları olmakla birlikte görünüşte basit olmalarına rağmen birçok faktör tarafından belirlenen karmaşık davranışlardır. Bireylerin içinde doğup şekillendiği bir kültürün coğrafı, tarihi ve ekonomik bağlamları, bireysel ve psikolojik faktörler gibi unsurların yanında cinsiyet, meslek, sosyal statü, toplum içerisindeki konumlanan yer gibi faktörler gıda tercihlerini etkilemektedir (Wright, Nancarrow ve Kwok, 2001,). Yeme davranışları açıklayabilmek amacıyla “*Kim, neyi, ne zaman ve nerede yiyor?*” sorusunu farklı bilimsel disiplinler kendi paradigmaları doğrultusunda cevap aramaktadır (Köster, 2009). Örneğin, antropoloji biliminin gıda araştırmalarına bakıldığında on dokuzuncu yüzyılda Garrick Mallery ve William Robertson Smith ile başlayan çalışmalar, politik-ekonomik değer yaratma, sembolik değer oluşturma ve hafızanın sosyal inşası gibi geniş toplumsal süreçleri irdellemektedir. Bu tür araştırmalar, kültürel ve tarihsel materyalizmin göreceli değerlerine karşı insan davranışı için yapısalcı veya sembolik açıklamaları tartışmak ve bilgi verenlerin etnografik sorulara verdikleri yanıtlardaki çeşitlilik doğrultusunda açıklamalar getirmektedir. Klasik gıda etnografileri yiyecek ve sosyal değişim (Fischler, 1980; Starr, 2010), gıda güvensizliği; yemek ve ritüel (Marshall, 2005; Shuman, 2000), yemek yeme ve kimlikler gibi alt alanları incelemektedir (Mintz ve Du Bois, 2002).

Sosyolojinin gıda ile ilişkisine bakıldığında ise bireylerin gıda tercihlerini etkileyen sosyo-kültürel, politik, ekonomik ve felsefi faktörleri üretim, dağıtım ve tüketim aşamaları içerisinde inceleyerek gıda ve beslenmenin sosyal bağlamı araştırmalara konu olmuştur (Germov ve Williams, 2016; Rojas-Rivas vd., 2019). Antropoloji ve sosyoloji gibi sosyal bilim disiplinlerinde gıda tüketimi, sosyal kimlikleri ve yaşam tarzlarını inşa etmek için bir işaret olarak görülmektedir. Bu çalışmalar, yiyeceklerle ilgili olarak büyük ölçüde cinsiyet, sınıf ve etnik köken, sosyal statü, kültürel tüketim pratikleri gibi değişkenlere atıfta bulunmaktadır (Sneijder ve Te Molder, 2009). Örneğin, bir kişinin sosyal statüsü, yemek ve restoran seçimlerine bakılarak belirlenebilir. Pirinç ve kahverengi ekmekten oluşan bir menü yoksulluk anlamına gelirken, kuzu bifteğinden oluşan bir ana öğün zenginliği ifade edebilir. Dolayısıyla yiyecekler, güç ve statü ilişkilerinin belirlenmesinde de sembolik bir role sahiptir (Fischler, 1988). Ancak toplumlar geliştikçe ve küreselleştikçe gıda tercihleri ve

çevresindeki ritüeller ve değerler değişmiştir. Beslenme ve gıdalardaki değişiklikleri, orta sınıfın artması, kadınların eğitimindeki gelişmeler, kentleşme ve işgücü piyasasına giren kadın sayısındaki artış gibi önemli sosyal değişimlerle ilişkilendirilmiştir. Toplumsal cinsiyet, ev içi alanda yemeğin hazırlanması sürecinin bölünmesinde önemli bir role sahiptir. Kadınlar, ailenin yemek yeme alışkanlıklarının merkezi sorumluluğuna sahiptir; bu genellikle yemeğin satın alınmasını, pişirilmesini ve servis edilmesini içerir (Bočák, 2019). Ev dışında çalışan ev kadınlarının sayısının artmasının, erkeklerin yemek hazırlamaya katılımı üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu öne sürülmektedir (Schafer ve Schafer, 1989). Bu durumun sebebi ilk çağlar itibarıyla erkekler ve kadınların gıda üretimi ve dağıtımında farklı rollere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla hane içerisinde yemek hazırlamanın kadınlara tahsis edilmesi, yemek pişirmeyi kadının cinsiyet rolleri ve kimliğiyle ilişkilendirmektedir (Holm vd., 2015).

Yiyeceklerin cinsiyet açısından değerlendirildiği çalışmalara bakıldığında ise güçlü olarak kabul edilen yiyeceklerin erkeği, zayıf olarak kabul edilen yiyeceklerin ise kadını temsil ettiği görülmüştür. Bu durumun sebebi yeme-içmenin, bireylerin toplumdaki statüsünde de belirleyici bir rol oynamasıdır. (Kıstak, 2012). Toplumsal sınıf açısından bu durum değerlendirildiğinde farklı yaklaşımlar söz konusu olmakla birlikte Bourdieu (2015)'nin, tüketim ve tercih edilen yiyecekler arasındaki ilişkiye dair teorisi, çeşitli sosyal konumlardaki bireylerin, tüketim tercihlerinde yiyeceklerin ihtiyaç ve sembolik değerine göre farklılık gösterdiğini ileri sürer. Bourdieu'nun tezinde orta sınıfta yer alan bireyler alt sınıflarda yer alan bireylere göre daha sağlıklı beslenmektedir (Hupkens, Knibbe ve Drop, 2000). Profesyonel meslek grupları ve üst düzey yöneticiler gibi yüksek statülü bireylerin yiyecek tercihleri, sağlıklı ve rafine olma eğilimindedir (Beardsworth ve Keil, 2002).

1980'ler ve 1990'lar, özellikle sosyolojik araştırma konuları olarak yemek ve yemeye genel bakış sağlayan çalışmalar açısından (Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Avustralya'da) birçok dönüm noktası içermektedir. Murcott (1982), Beardsworth ve Keil (1996), cinsiyet ve etkileşimci perspektifler gibi mikro sosyolojik alt alanlardan yararlanarak günlük yemek deneyimlerinin sosyal ve kültürel anlamlarına odaklanmıştır. 1980'lerden beri sosyologların gıdanın sosyal bağları nasıl güçlendirdiğini açıklamaya yönelik olan ilgisi; sosyal ve kültürel farklılıklara vurgu

yapmıştır (DeSoucey, 2020). Yiyecekleri sosyolojik boyutu ile ele alan ilk kişi olan Fischler, modern tüketicilerin yemek yeme alışkanlıklarını, hedonistik ve estetik trendler ile birlikte incelemiştir (Corvo, 2016). Özellikle yiyecek, sanat, müzik ve spor gibi hedonik ürünler duysal düzeyde, yapısal düzeyde veya bu iki bağlam arasında değerlendirilmiştir (Alba ve Williams, 2013). Örneğin gıda maddesi moda olduğu için tercih edilebilir ve bir gıda maddesi veya yemek türü, bir etnik grubun, neslin, sosyal grubun normlarına veya tarzına ait olduğu için seçilebilir (Toivonen, 1997).

Sosyoloji besinlerin fizyolojik ihtiyacı karşılamadaki payından ayrı olarak, bireylerin statü göstergelerinde yerine getirdiği fonksiyonlara da odaklanmaktadır (Beşirli, 2012). Böylelikle yeme-içme faaliyeti ile birey-birey ve birey-toplum etkileşiminin meydana geldiği ifade edilmektedir (Avcıkurt, Sarıoğlu ve Girgin, 2007). Yemek sosyolojisi, meselenin toplumsal ve kültürel temellerini anlayabilmek açısından hiç kuşkusuz cinsiyet, sınıf gibi “anahtar değişkenler” üzerinden temel bir açılım sağlayabilmektedir (Akarçay, 2016). Birkaç nicel çalışma, yemek yemeyi araştırmak için Bourdieu'nün teorik çerçevesini kullanmıştır. Bu araştırmalardan bazıları, ekonomik ve kültürel sermayenin gıda tercihleri üzerindeki etkisini anlamak amacıyla farklı sosyal sınıflar arasındaki yeme pratiklerinin farklı yönlerini, diğer araştırmalar ise sosyal sınıf, eğitim ve cinsiyet gibi değişkenlerini karşılaştırmıştır (de Morais Sato vd., 2014). Tivadar ve Luthar (2005), Sloven kadın ve erkeklerin gıda tercihlerinin kültürel tüketim ile olan ilişkisini araştırdığı çalışmasında, bireylerin gıdalarla ilgili tercih ve inançlarının geleneksellik/gelenek-sonrası bir yelpazede yer alabileceğini ortaya koymuştur. Geleneksel yemek kültürü içerisinde gıdaların hazırlanması, satın alınması, sunumu ve servisine kadar olan süreçten toplumsal cinsiyet rolleri gereği kadınlar sorumludur. Bununla birlikte evde yemek yemek aile birliği ve gelenekselliğin ifadesidir (Kniazeva ve Venkatesh, 2007).

2.2. Kültürel Tüketim

Bourdieu'nun tabakalaşma kuramı içerisinde kültür ve tüketimin kesişim noktasındaki sosyoloji literatürü içerisinde sosyal konumların ve sosyal ilişkilerin şekillenmesinde kültürel tüketimin önemini vurgulamaktadır. Bireylerin kültürel tüketim alışkanlıkları “beğeni” yargısı üzerinden gerçekleşmektedir. Beğeni/zevk bir nitelik değildir, bir şeyin veya bir kişinin bir özelliği değildir, bir faaliyettir. Sosyoloji beğeniye; kişisel eğilimlerle, normlarla ve kolektif çerçevelerle ilişkilendirmektedir. Beğeni, toplumsal

belirleyicilerden kaynaklanan eğilimlerin mekanik veya bilinçsiz bir uygulamasıdır (Hennion, 2007; Özalp ve Gökay, 2018).

Tabakalaşma teorisi içerisinde Bourdieu *beğeni*yi; bir sınıfın, sınıflanmış veya sınıflayan nesneleri sahiplenmesi meyli ve yeteneği, sembolik yaşam stili özgülünde dışa vurumcu maksadı dile getiren birleştirici nitelikteki ayırt edici tercihler kümesinin temelinde yer alan üretici formül olarak tanımlamıştır (Bourdieu, 201; Kaya, 2018). İnce zevk ve yüksek statü sahibi bireyler diğer kültürel formları, bayağı, kaba ve utanç verici olarak değerlendirerek beğenilerini kendileri ve diğer bir grup insan arasında sembolik sınırları pekiştirmek için kullanmaktadır (Arun, 2014). Beğeni hiyerarşilerinin tarihsel-toplumsal süreç içerisinde nasıl oluştuğu ve meşrulaştığı, ifade ediliş tarzı, meşruluğun hangi kurumlar aracılığı ile pekiştirildiği farklı araştırmaların konusu olmuştur (Ayas, 2017). Pierre Bourdieu'nun (1984) çalışması, kültürel beğenin sınıf arka planı tarafından şekillendirildiğini ve bu nedenle insanları sosyal sınıf temelinde ayırt etmeye hizmet ettiğini göstermiştir. Kültürel beğeniler yalnızca sınıf arka planı tarafından şekillendirilmekle kalmaz, aynı zamanda Bourdieu'nün (1984) "kültürel sermaye" olarak tanımladığı işlev olarak da işlev görür.

Beğeni sınıflandırır ve sınıflandırıcıyı sınıflandırmaktadır. Bourdieu, bireylerin mal ve uygulamalardaki beğenisinin, sınıf statüsünü yansıttığını savunmaktadır. Beğeni, sosyal özneler tarafından hem kendilerini diğerlerinden farklılaştırmak hem de estetik hiyerarşilerin inşası yoluyla ayırım kazanmak için bir ayırt edici mekanizma olarak kullanılır. Yemek, uzun zamandır bu tür tat farklılıklarının oynandığı bir alan olmuştur. Yemek yeme zevkinin sınıf statüsünü ifade etme gücü, on dokuzuncu yüzyılın başlarında Fransız gastronominin ünlü özdeyişi olan ve Jean-Anthelme Brillat-Savarin tarafından dile getirilen: "Bana ne yediğini söyle: Sana ne olduğunu söyleyeyim" sözüyle özetlenmiştir (De Solier, 2005).

Bourdieu (2017) yemek beğenisinin bir kişinin sosyal sınıfını işaret eden güçlü araç olarak kullanıldığını belirtmiştir. Bu yaygın kanı medya ve eğitim başta olmak üzere giderek kabul edilmiştir ve *ne yiyorsak oyuz şeklinde* formülleştirilmiştir (Özmenteş, 2019). Diğer tüketim alanlarıyla birlikte, yemek pratiklerindeki ve dışarıda yemek yemedeki bireysel farklılıklar, günlük hayatın tüketim pratikleri ile ilişkilendirilerek araştırılmıştır (Yalvaç ve Karademir Hazır, 2021).

Pierre Bourdieu'nun (2010) çalışmaları, yeme pratikleri ve yeme pratikleri ile sosyal yapılar arasındaki ilişki hakkında daha fazla araştırma yapmak için birincil bir teorik çerçeve sağlar. Yazar, yemekle ilgili olanlar da dahil olmak üzere tat ve uygulamalardaki farklılıkların, en merkezi kavramı olan habitusu oluşturan bir dizi somutlaşmış sosyal yapı (sınıf, cinsiyet ve etnik köken gibi) tarafından belirlendiğini savunmaktadır. Bourdieu (2010), yeme uygulamalarının bir habitusun alışkanlığına uygun davrandığını savunmakta ve Fransa'daki farklı meslek grupları tarafından bildirilen yeme alışkanlıkları ile ilgili gıda tüketimine ilişkin bulgularını ve görüşlerini tartışmaktadır. Bourdieu'ya göre düşük sosyoekonomik düzeydeki bireyler enerji yoğun gıdaları tercih etmektedir. Bununla birlikte, daha yüksek bir kültürel sermaye hem sofistike yiyeceklerle hem de sağlıklı veya egzotik yiyeceklerin tadıyla ilişkilendirilmiştir (de Morais Sato vd., 2014).

Tabakalaşma kuramı içerisinde, yemek merkezi bir roledir; aynı şekilde sosyal düzenin temsili ve organizasyonu için güçlü bir kaynaktır. Çeşitli tüketim biçimlerinin kişinin sınıf "habitus"uyla nasıl ilişkili olduğunu incelerken, kişinin belirli bir aile ve sosyal grup içindeki katılımına dayanan bu normleştirilmiş, somutlaştırılmış sonuçlar kümesi nosyonunun "sınıf beğenisinin maddileşmesinin" anahtarı olduğunu öne sürer. Özellikle, 'beğeni' seçkinler için geçerlidir (Mapes, 2018). Kültürel hepçillik araştırmalarının dört boyutu tanımlanabilir. Beğenin çeşitliliği ("kültürel sınırları aşan beğeniler"), beğenilerin hacmi (farklı türlerin beğenilerinin toplamı); beğeniye yönelik özel ayırt edici yönelim" ve kültürel hepçilliğin ortaya çıkışını destekleyen yapısal faktörlerlerdir. Elit kültürel sermaye, yalnızca üst düzey kültür bilgisinden değil, aynı zamanda genişletilmiş, kozmopolit bir dünya görüşünden alınan, bilme, mesafeli veya sözlü kültüre sahip çıkmadan oluşmaktadır. Bunların arasında kilit nokta, kökleri çeşitli şekillerde küreselleşmeye, göçe ve kozmopolitliğe, kuşak değişimlerine, postmodernizme, sosyal hareketliliğe ve liberal eğitimin yayılmasına bağlı olan evrenselci değer yargılarına karşı artan farklılık toleransı ve şüpheciliktir (Smith Maguire, 2018).

2.2.1. Habitus

Tabakalaşma kuramı içerisinde geçen temel kavramlar, habitus, alan ve sermaye nosyonlarıdır. Bu kavramlardan her biri farklı değişkenler aracılığıyla günümüze

kadar yiyeceklerle ilişkilendirilmiştir (Woodhall-Melnik ve Matheson, 2017; Ehlert,2021; Lee, Scott, ve Packer, 2014; Barta, 2017).

Bourdieu sosyolojisinin ayrılmaz kavramlarından biri olan habitus, tarihsel süreçte birçok filozof ve toplum bilimci tarafından kullanılmıştır (Palabıyık, 2011; Dursun, 2018). Bourdieu'nun eserlerine aşina olanlar dahi habitus nosyonunun tam olarak neyi temsil ettiği ile ilgili fikir ayrılıklarına sahiptir (Swartz, 2019). Habitus kavramı, Durkheim (1904-1905), Max Weber (19189, Marcel Mouss (1934) tarafından farklı içerikleri muhteva eden anlamlarıyla birlikte kullanılmıştır (Palabıyık, 2011). Habitus, Bourdieu tarafından belirli sosyal sınıfların veya grupların normlarına ve uygulamalarına atıfta bulunmak amacıyla kullanılmıştır (Thomas, 2002). Bourdieu'nun, toplumsal dünyanın işleyişini açıklarken kullandığı anahtar kavramlardan biri olan habitus, bireyin aile okul gibi başından geçen toplumsallaşma süreci boyunca, tecrübe ettiği, içselleştirdiği ve kullanıma hazır olan toplumsal eylemin kaynağıdır, bireyin yapıp ettiklerinin toplamıdır (Koytak, 2012; Czerniewicz ve Brown, 2013). Bourdieu, habitus'u "toplumsal öznellik" olarak tanımlar; yani bireylerin düşüncesi, sosyal çevrelerinin yapısına göre yapılandırılır. Habitus, sosyal olarak gömülü olan bilişsel bir yapıdır, habitus, hem sosyal alan içinde ayırt edici işaretlerin (beğeni ve yaşam tarzları) sınıflandırmalarını hem de bu sınıflandırmaları takdir etme ve tanıma yollarını üretir (Vilhjálmssdóttir ve Arnkelsson, 2013). Her bireyin kendine özgü bir habitusu vardır; bununla birlikte, ortak birçok yaşam deneyimini paylaşan insanlar benzer habitusa sahip olma eğilimindedir. Bir kişinin habitusu, bebeklik ve erken çocukluktan başlayarak yaşam boyunca oluşmaya devam eder. Habitus ağırlıklı olarak çekirdek aileden ve onların habitusundan etkilenir (Belland, 2009). Bireyler habitusu doğuştan getirmezler. Habitus alışkanlıklar gibi tekrarlarla edinilen zihinle ve bedenle birlikte tanınan bir olgudur (Dursun, 2018).

Bourdieu (1987, 1985), habitusu kendi pratik teorisinin merkezi fikri olarak koyar. Habitus ile teoriler ve pratik arasındaki karşılıklı aşmak ister. Bourdieu, bireylerin toplumsal olarak belirlenmiş habituslarının bireyselliklerinden farklı olduğunu düşünür. Birey, habitusunu aynı yaşam koşullarına maruz kalmış insanlarla paylaşır. Ancak her birey kendine özgü bir içselleştirme sürecinden geçer. Bu, onun bireysel kişiliğini ve genel sosyal habitus vizyonunu oluşturur. Bourdieu'ye göre toplumdaki aynı yaşam koşulları ve aynı konum, aynı habitusa yol açar (Öztürk, 2011).

2.2.2. Sermaye

Bourdieu için sermaye, güç üreten bir kaynak, zenginlik biçimidir. Bourdieu sermayeyi sadece ekonomik anlamda kullanmaz, ona farklı anlamlar da verir. Onun için, sermayenin kültürel, sembolik ve sosyal olmak üzere farklı biçimleri vardır (Öztürk, 2011). Bourdieu sermaye nosyonunu, eğitimsel referanslar da dahil olmak üzere kültürel mallar ve hizmetler biçimindeki kültürel sermayeyi, tanıdıklar ve ağlar biçimindeki sosyal sermayeyi ve meşrulaştırma biçimindeki sembolik sermayeyi içerecek şekilde genişletmiştir. Bourdieu'nün (1986) sermaye anlayışı, Marksizm ile eleştirel diyalogu bakımından Marx'ın (1995) anlayışından farklıdır. Bourdieu, sermayeyi ister maddi ister kültürel, sosyal veya sembolik olsun, her türlü iktidar biçiminde kavramsallaştırır. Bourdieu'ye göre kaynaklar, bireyler için mücadele nesneleri haline geldiğinde, sermaye haline gelirler. Bu nedenle Bourdieu, bakış açısını Marx'ın yaptığı gibi para ve mülkiyet biçimindeki ekonomik sermayeyle sınırlamaz. Bunun yerine, sermayeyi kültürel mallar ve eğitim belgeleri dahil hizmetler biçimindeki kültürel sermayeyi, tanıdıklar ve ağlar biçimindeki sosyal sermayeyi ve meşrulaştırma biçimindeki sembolik sermayeyi içerecek şekilde genişletir (Yüksek, 2018).

Sermaye biriktirilmiş emektir ve farklı biçimler altında somutlaşmaktadır. Dört tip sermaye türünden bahsedilmektedir. Bunlar iktisadi sermaye (para ve mülk), kültürel sermaye (eğitim), sosyal sermaye (ilişki ağları), ve simgesel sermayedir (meşruluk) (Swartz ve Gen, 2011). Ekonomik sermaye, sosyal sermaye ve kültürel sermaye arasındaki ilişki dönüşümseldir ancak değiştirilemez. Örnek vermek gerekirse, önemli veya etkili kişileri tanımak gibi bazı değerli sosyal ağlara sahip bir bireyin sosyal sermayeye sahip olduğu söylenebilir; üstelik bu, ekonomik sermayeye aktarılabilir (Huang, 2019). Bir diğer örnek, varlıklı bir ailede büyüyen bir kişiye, yurtdışında eğitim alma ve bazı değerli nitelikler ve deneyimler kazanma fırsatı daha kolay sunulabilir. Bu avantaj, kültürel sermayenin bir biçimi olarak görülebilir. Bu, kişiye bir şirkette bir pozisyon teklif edilmesine yol açabilir. Bu pozisyon ile kişi sosyal ağlarını genişletebilir ve sosyal sermaye olarak ifade edilen daha fazla arkadaşlık kurabilir. Bu örnek, ekonomik, sosyal ve kültürel sermayenin dönüşümsel ilişkisini göstermektedir. Ancak, bu üç sermaye biçimi değiştirilemez; başka bir deyişle, kendi bağımsız mantıkları ve bağlamları ile var olurlar. Örneğin kültürel sermayenin değeri

yalnızca belirli durumlarda var olabilir ve ne ekonomik sermaye ne de sosyal sermaye ile doğrudan değiştirilemez (Huang, 2019).

Ekonomik sermaye, bireylerin sahip olduğu mülk, servet ve diğer finansal nesneler gibi ekonomik malları ifade eder. Bourdieu, “ekonomik sermaye kavramı üzerinde durmak istemediğini, çünkü bunun onun alanı olmadığını” söyleyerek, nadiren ekonomik sermayeyi tanımlamaya çalışmıştır (Yüksek, 2018). Bourdieu'ye göre iktidar dinamikleri ekonomik alanla sınırlı değildir, kültürel ve sembolik alanlara da yayılır. Bourdieu'nün sermayenin farklı biçimlerine ilişkin kendi nosyonunu geliştirmiştir. Bourdieu, sermayenin toplumsal yaşamın ekonomik olmayan alanlarında da nasıl işlediğini göstermeye çalışmaktadır (Desan, 2013). Sermaye biçimleri (ekonomik, kültürel ve sosyal), herhangi bir alanda çeşitli aktörlerin konumlarını ve olanaklarını tanımlayan temel faktörlerdir.

Ekonomik sermayeyi; Bourdieu, “ekonomik sermayenin diğer tüm sermaye türlerinin kökeninde olduğunu” ve bu diğer sermayelerin “dönüştürülmüş, gizlenmiş ekonomik sermaye biçimleri” olduğunu savunmaktadır (Desan, 2013).

Kültürel sermaye kavramı ise kurumlar aracılığıyla toplumsal eşitsizliğin nasıl yeniden üretildiğinin izahını yapmaya çalışmaktadır. Eğitim yoluyla elde edilen hünerlerin bir bütünüdür. Kültürel sermaye sınıfsal pozisyonun işaretleyicisidir. Kültürel sermayenin taşıyıcısı olan zevkler ve beğeniler sosyal ayrımın da işaretleyicisidir. Bourdieu'ya göre kültürel sermaye resmi eğitim düzeyi, kişinin kültürel etkinliklere katılımına olanak veren doğduğu ve yaşadığı yerleşim yerinin büyüklüğü ve bireyin kültürel faaliyetlere katılım sıklığı gibi değişkenlerden bir indeks yaratmak suretiyle ölçülebilir. Farklı beğeniler, tercihler, zevkler farklı sınıfsal pozisyonlara sahip bireylerin varlığına işaret edilebilmektedir. Beğenilerin kodunu çözen kültür sermayesi dağılımının Türkiye’de tesadüfi olmadığı ve kuşaklar boyunca eşitsiz aktarımının tespiti söz konusudur (Arun, 2014).

Bourdieu'ye göre aile ve okul, bireylerin içselleştirdikleri, beğeni biçimlerini, yaşam tarzını, toplumsal yaşamda sahip olunan statüyü kazandıran kültürel sermayenin kaynaklarıdır (Avcı, 2015) Kültürel sermaye birikimine yönelik avantajlı konumda olan ve bunun için mücadele eden aileler orta ve üst gelir grubu içerisinde yer alan bireyler olarak kabul edilmektedir (Aslan, 2019). Kültür sermayesi formal eğitimle

kazanılan ve diplomalarla objektif hale getirilen okul sermayesi ile aileden aktarılan ve aile hayat içerisinde kazanılan “tevarüs eden kültür sermayesi” olarak ikiye ayırarak incelenmektedir, bununla birlikte entelektüel niteliklerin tümüne karşılık gelmektedir (Avcı, 2015: 18). İster okul sermayesi ile edinilmiş olsun, ister tevarüs eden okul sermayesi ile devralınmış olsun kültürel sermaye entelektüel niteliklerin toplamını ifade etmektedir (Avcı ve Yaşar, 2014).

Bourdieu’nun kültürel sermaye kavramı genel kültürel farkındalık, estetik tercihler, sözel beceri, eğitim gibi geniş bir yelpazede ele alınmaktadır (Swartz, 2019). Kültürel sermayenin eşitsiz dağılımı sosyal hiyerarşiyi de şekillendirmektedir. Farklılaşan kültürel pratikler ve sınıflar arasındaki ayrım bireylere bu durumun meşru olduğunu da aktarmaktadır (Atmaca, 2019).

Kültürel sermaye; bedenselleştirilmiş, nesnelleştirilmiş ve kurumsallaştırılmış kültürel sermaye formları olmak üzere üç formdan oluşmaktadır. Bedenselleştirilmiş kültürel sermaye bilişsel ve estetik yetkinlikler, zevkler; nesnelleştirilmiş kültürel sermaye kütüphaneler ve tablolar gibi kültürel düzeye tanıklık eden nesneler; kurumsallaşmış kültürel sermaye tipleri ise okul diplomaları ve ödülllerinden oluşmaktadır (Avcı, 2015). Simgesel sermaye ise ekonomik sermaye, sosyal sermaye ve kültürel sermayenin kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkan prestij ve tanınırlıktır (Bayhan, 2019).

Bedenselleştirilmiş kültürel sermayeye yetenekler ve yetkinlikler; nesnelleştirilmiş kültürel sermayeye bireyler tarafından tercih edilen kitaplar, müzikler; kurumsallaştırılmış kültürel sermayeye unvanlar örnek olarak verilebilir. Bedenselleşmiş kültürel sermaye; bedenin veya zihnin uzun süre eğilimleri, kişisel çaba ve zaman yatırımı gerektirir ve bireylerin alışkanlıklarının bir parçasıdır. Nesnelleştirilmiş kültürel sermaye, yani kitaplar, müzikler veya bir sanat eseri diğer insanlara da aktarılabilir. Bununla birlikte, nesnelleştirilmiş kültürel sermayenin doğru kullanımı bedenselleştirilmiş kültürel sermayeyle yakından ilişkilidir. Çünkü, örneğin bir sanat eseri sadece değerini nasıl değerlendireceğini bilenler için anlamlı hale gelir (Kamphuis vd., 2015).

Ekonomik sermayeye sahip olmaktan kaynaklanan farklı kültürel sermaye biçimleri, meslek ve gelir sosyal hiyerarşileri yeniden üretmek ve bunların keyfi doğalarını gizlemek için birbiriyle ilişkilidir. Bir kişinin eğitim seviyesi, sahip olduğu kültürel

sermaye, sosyal ağların değeri ve elindeki ekonomik sermaye miktarı ile birleştğinde bireylere belirli avantajlar veya dezavantajlar sağlar (Ashall, 2004). Kültürel sermaye, sosyal hiyerarşilerin oluşturulduğu belirli bir değerler ve bilgi kümesini " ifade etmektedir. Daha fazla kültürel sermaye geliştirmelerine olanak tanıyan kaynaklara erişen insanlar beğeni düzeylerini geliştirebilirler. Yüksek sınıfların üyeleri (genellikle daha yüksek eğitim düzeyine sahip olanlar) için daha erişilebilir olan kültürel sermaye birikimi, belirli bir grup tarafından tutulan fikirlere ve uygulamalara katkıda bulunur (Bava vd., 2008). Mallar, uygulamalar ve tavırlar sosyal düzende farklı konumların ayırt edici işaretleri veya sembolleridir (Costa, Zepeda ve Sirieix, 2014). Seçkin veya burjuva kültürlerde örgün eğitim ve birincil sosyalleşme yoluyla edinilen genel bir kültürel sermaye biçimi, bireyleri daha geniş sosyokültürel yapılarda katmanlaştırmaya çalışır. Bu türden kültürel sermaye biçimlerinin, tüketicilerin genel düşünsel tüketim pratiklerini ve çeşitli kültürel alanlardaki tutumlarını etkilediği anlaşılmaktadır (Glenn ve William, 2020).

Bir diğer sermaye türü olan sosyal sermayenin iki bileşeni vardır: Birincisi, grup üyeliği ve sosyal ağlarla bağlantılı bir kaynaktır. Gruplara üyelik ve bunlar içinde gelişen sosyal ağlara ve üyelikten kaynaklanan sosyal ilişkilere katılım, çeşitli alanlarda aktörlerin sosyal konumlarını iyileştirme çabalarında kullanılabilir. Gönüllü dernekler, sendikalar, siyasi partiler, sosyal sermayenin somutlaşmış örneklerinin modern örnekleridir. Sosyal sermaye yaratan grup üyelikleri, diğer sermaye biçimlerinin etkisi üzerinde bir "çarpma etkisine" sahiptir. Sosyal sermaye olarak gönüllü dernekler, derneğin kolektif olarak ürettiği ve üyeleri tarafından paylaşılan kaynaklar olarak anlaşılabilir. Sosyal sermayenin ikinci özelliği, karşılıklı biliş ve tanımaya dayalı olmasıdır. Böylece simgesel bir nitelik kazanır ve simgesel sermayeye dönüşür. Sosyal sermayenin etkin olabilmesi için gruplar ya da sınıflar arasındaki "nesnel" farklılıkların sembolik farklara ve sembolik tanıma ve ayrımları mümkün kılan sınıflandırmalara dönüştürülmesi gerekmektedir (Siisiainen, 2003). Bourdieu (1986), ilişkiler ve ilişkiler aracılığıyla sağlanan varlıkların, sosyal sermayenin anlamının ve gücünün önemli bir parçası olduğunu öne sürer (Fuller ve Tian, 2005)

Sembolik sermaye ise bireylerin sosyal uzamda statülerini yükseltme, kendilerini üstün kılma ve konumlarını pekiştirmesidir (Dursun, 2018). Sembolik sermaye (Bourdieu, 1986), örneğin bir kişi veya firma tarafından sahip olunan onur ve prestij

gibi bir kişinin başkaları tarafından değer görme biçimiyle ilgilidir (Bourdieu, 1998). Bourdieu tarafından detaylandırıldığı şekliyle sembolik sermaye, başkaları tarafından algılanan kişinin itibarı ve değeri ile ilgilidir. Bu değer ve başkaları tarafından bu değerlendirmeye eşlik eden güç zamanla oluşur. Böylece sembolik sermaye, aracılık işlevi aracılığıyla tanımlanır. Prestij yoluyla güç; ekonomik, sosyal veya kültürel sermayeden oluşabilir. Bourdieu, sembolik sermaye birikiminin ekonomik sermaye birikimi kadar "rasyonel" olduğunu, özellikle de bu tür bir sermayenin, nihayetinde ek zenginlik, güç, müttefikler ve evlilik ortakları olduğunu belirtir (Fuller ve Tian, 2005).

Sembolik sermaye, yalnızca beden, dil, giyim, iç döşeme gibi (her biri değerini sistemdeki konumundan alan) farklı ve ayırt edici özellikler arasındaki ilişkide var olmaktadır (Bourdieu, ve Wacquant, 2013). Sembolik sermaye, diğer sermaye biçimlerinden (sosyal, kültürel ve ekonomik) herhangi birine atfedilen değer algılanması, anlaşılması ve tanınmasıdır (Gergs, 2003).

2.2.3. Kültürel Hepçillik

Zaman içerisinde kültürlerarası sınırların kalkması, ortak beğeni alanlarının oluşmasını mümkün kılmakla birlikte, insanoğlunun psikolojik doğası, beğenin bilinçli kültürel birikim, eğitim gibi faktörlerin etkisiyle farklılık göstermesini mümkün kılmaktadır (Balseçen, 2019, s.369). Bu durum zamanla Fransız sosyolog, antropolog ve felsefeci Pierre-Felix Bourdieu'nun sosyal tabakalaşma hareketine karşı zamanla itirazlar ortaya çıkmasına neden olmuştur. *Anti- Bourdiciousians* hareket olarak da adlandırılabilir olan kültürel hepçillik, toplumdaki bireylerin sosyal sınıflarının belirlenmesinde yaşam tarzı, zevk ve tüketim gibi farklılıklardan hareket edilmesi gerektiğini vurgulamakta ve ekonomik sermaye, sosyal sermaye, kültürel sermaye ve simgesel sermaye olmak üzere dört değişkenin eski sınıf analizlerinde kullanılan meslek, gelir ve eğitim değişkenlerinin yerini aldığını savunmaktadır (Erdendoğdu, 2014; Bourdieu, 2015). Kültürel hepçillik kavramının tarihi gelişimine bakıldığında sosyal tabakalaşma kavramının getirdiği her sınıfın kendisine ait olduğu ve farklı anlamlar taşıyan yemek, müzik, edebiyat ve sinema gibi alanların artık bir zümreye ait olmadığı, diğer sınıfların da birbirinden etkilenebildiğini belirtmektedir (Kahma vd., 2016). Kültürel hepçillik kavramı, yirminci yüzyılın sonunda ayrıcalıklı bireylerin ve grupların zevklerinde ve tüketim pratiklerinde niteliksel bir değişimi tanımlamak için kullanılmıştır.

Hepçillik, *'yüksek statü grupları için hem yüksek statü hem de popüler kültür unsurlarını içeren geniş kültürel zevklere sahip olmak', 'çok çeşitli kültürel ürünleri tüketen kimse'* olarak tanımlanabilmektedir (Rankin ve Ergin, 2016). Hepçillik kavramı ilk olarak 1990'ların ortalarında belirli gruplar arasındaki kültürel ürünlerin seçimleri üzerine yapılan tabakalaşma çalışmalarında tartışılmaya başlanmıştır (Kahma vd., 2016). Kültürel hepçillik kavramının aynı zamanda farklı gruplarla iletişim kurmak için yeni bir sosyal ve kültürel sermaye kaynağı olduğu bu tartışmanın konularından bir diğerini oluşturmaktadır (Friedman, 2012). Peterson (1992), 1983 ve 1992 yılları arasında Amerika'daki müzik beğenilerini incelediği çalışmasında, müzik alanında seçkin beğenilere sahip kişilerin popüler kültürün bir parçası olan müziklere de ilgi duyma eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar doğrultusunda Peterson (1992), seçkin beğenin sadece yüksek sanat formlarından ve popüler formları küçük görme davranışından oluşmadığını ifade etmiştir. Bu durumda seçkin beğeni, farklı sanat formlarını bilme, anlama ve takip etmeyi sağlayan 'kültürel hepçil' kavramı ile açıklanmıştır (Karademir-Hazır ve Purhonen, 2017).

Literatüre 1992 yılında Peterson tarafından hepçil olarak kazandırılan sav, çoğu ülkede deneysel çalışmalara ve tartışmalara konu olmuştur. Ortaya konulan sonuçlar tanımlanamayan cevapları ve pek çok soruyu beraberinde getirmiştir. Hepçillik savı, egemen sınıfın zevklerinin veya özellikle iyi eğitim almış kültür sermayesi yüksek elitler grubunun, ayrıcalığını kaybettiğini öne sürmektedir. Elit kültüre ait yeni kuralların ne olduğu kültürel hepçillik kavramı ile açıklanmaya çalışılmaktadır. (Purhonen vd., 2010).

Bourdieu (1984), kültürel beğenilerin sınıf hiyerarşilerini nasıl güçlendirdiğini kuramlaştırmanın temeli olmuştur. Kültürel sermaye kavramını, diğerlerine göre statülerini güçlendirmek için sosyal seçkinlerin bedenlerinde ve yaşam tarzlarında sergilenen sınıf statüsünün (yemek tatları gibi) sembolik ve büyük ölçüde gizli yönlerini belirtmek için kullanır.

Peterson'ın (1992) omnivorları, sembolik olarak geleneksel üst düzey zevkten uzak popüler müzik türlerinden hoşlanan yüksek statülü dinleyicilerdir. Hepçillik, çeşitliliğe açıklığı ve bir kültürel hoşgörüyü ifade etmektedir. İlk araştırmalar büyük ölçüde batı toplumlarında başta müzik ve sanat olmak üzere kültürel tüketim alanı

üzerine inşa edilmiştir. Bununla birlikte, bu tür yapısal değişikliklerin yiyecek ve yeme zevkleri üzerindeki etkilerini araştırmaya artan bir ilgi vardır (Yalvaç ve Hazır, 2021).

2.2.4. Kültürel Tüketimin Gıda Tercihleri ile İlişine Yönelik Araştırmalar

Yiyeceklerin tadı, kısmen tüketicinin sosyal ve kültürel kökenlerini, sosyal amaçlarını veya yetiştirilmesinin bir parçası olarak ya da daha bilinçli olarak edindiği kültürel sermayeyi yansıtır. Geçmiş dönemlerden modern dünyaya yemek beğeni tercihleri kültürel gelişimle yakından bağlantılıdır (Wright, Nancarrow ve Kwok, 2001).

Sosyologlar ve yemek bilimcileri, kültürün yiyecek seçimlerini şekillendirdiğini ve yiyeceklerle ilgili karar vermenin basit bir maliyet-fayda mantığından daha fazlasını içerdiğini uzun zamandır bilmektedir. Fakat kültür, etik yeme sürecini tam olarak nasıl şekillendirir? Bu soruya özellikle önemli bir yanıt, kültürel sermayedir. 'Etik' olarak kabul edilen ürünleri satın almak, sadece bir kişinin ekonomik kaynaklarının bir göstergesi değildir, aynı zamanda yüksek statülü kültürel sinyaller ve içselleştirilmiş eğilimler içeren 'kültürel sermayeye' sahip olmasına da dayanır (Johnston, Szabo ve Rodney, 2011).

Yemek, fizyolojik, psiko-duyusal, sosyal ve sembolik bir çevrenin parçasıdır. Hijyenik ve besin değerlerinin yanında psiko-duyusal ve sembolik özelliklere sahiptir. Yiyecekler sembol olarak, sınıf belirteci olarak çeşitli sosyal aktörlerin birbirini tanımasına ve yaşam tarzlarını belirlemesine izin veren ayırt edici işaretlerdir (Bessière, 1998). Gıdalardaki tatlar ve işaret ettikleri ayrımlar, sosyal sınıflar arasındaki ilişkileri canlandıran ve üyelerinin değerlerini ifade eden bir kültürel sistemin parçasıdır. Sosyal sınıfla birlikte azalan yağlı yiyeceklerin tüketimi buna bir örnektir. Düşük sosyoekonomik statüye sahip insanlar için gıda seçiminin ağırlıklı olarak duyusal nedenlere dayanması, üst sınıf insanlar için sağlıkla ilgili nedenlerin de büyük önem taşıdığı görünmektedir (Steenkamp, 1993).

Kamphuis vd., (2015) Bourdieu'nun gıda tercihleriyle ilişkili çalışmalarında kültürel sermaye göstergelerinin sistematik bir incelemesini yapmıştır. Sağlıksız gıda seçimleri, Bourdieu tarafından tanımlandığı gibi, kişinin 'kültürel sermayesi' ile kısmen açıklanabilecek sosyoekonomik bir eğilimi takip eder. 113 kişi ile yapılan çalışmada ölçek geliştirmişlerdir ve sosyoekonomik konum ve kültürel sermaye ve kültürel sermaye ile sağlıklı gıda seçenekleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu

sonucunu ortaya koymuşlardır. Ekmek tüketimi tüm kültürel sermaye değişkenleriyle ilişkilendirilirken, et tüketimi ve atıştırmalıklar yalnızca birleştirilmiş kültürel sermaye ile önemli ölçüde ilişkilendirilmiştir. Düşük sosyoekonomik grupların sağlıklı yemek tercih eğilimlerinin düşük olduğunu, ekmek tüketiminin diğer tüm gruplardan daha fazla olduğunu ortaya koymuştur.

Oncini (2019), “*Ekonomik ve Sosyal Sermayede Beslenme Ayrımı*” başlıklı çalışmada karma araştırma yöntemi kullanmıştır ve kültür sermayesinin beslenme ile ilgili tavsiye ve kurallara uymakla bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur.

Woodhall-Melnik ve Matheson, (2016) habitusun fast food çalışanlarının yiyecek seçimlerini anlamadaki rolünü araştırdığı çalışmada, 40 fast food çalışanı ile yaptıkları derinlemesine mülakat sonucunda; eğilim ve bilinçli düşüncenin gıda tüketimini etkileyebileceğini göstermektedir.

Kamphuis vd., (2015) Bourdieu’nun kültür sermayesi ile gıda tercihleri arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla ölçek geliştirmişlerdir. Sosyoekonomik konum ile kültürel sermaye arasında ve kültürel sermaye ile sağlıklı beslenme arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır.

Øygard (2000), Bourdieu’nun teorisini kullanarak genç yetişkinler arasındaki yemek tercihlerini incelemiştir. Bu amaçla 1991 yılında 23-26 yaşları arasındaki 703 kişi üzerinde yapılan bir araştırmadan kaynaklanan ampirik verileri kullanmıştır. Katılımcılardan egzotik, sağlıklı, doyurucu, ucuz ve geleneksel yiyecekleri değerlendirmeleri istenmiştir. Kültürel sermaye açısından zengin gruplar, daha az kültürel sermayeye sahip olanlara göre sağlıklı ve egzotik yiyeceklerle daha çok ilgilenmişlerdir.

Flemmen, Hjellbrekke ve Jarness (2018), *Sınıf, Kültür ve Mutfak Lezzetleri: Norveç’te Kültürel Ayrımlar ve Sosyal Sınıf Bölümleri* konulu çalışmalarında katılımcıların yiyecek ve içecek için sınıflandırılmış tercihlerini çoklu uygunluk analizini kullanarak incelemiştir. Üst ve orta sınıf hanehalklarının da geleneksele yöneldiği tespit edilmiştir. Kişinin yiyecek ve içecek zevkindeki ayrımlar açıkça sosyal sınıf ayrımlarıyla bağlantılıdır.

Sato vd., (2016), Pierre Bourdieu’nun özgün kavramlarının kullanımını 38 makale ile inceledikleri çalışmada yeme uygulamaları hakkındaki bilimsel makaleleri gözden

geçirmekte ve tartışmaktadır. Üst sınıflar lüks beğenilerini etnik ve sağlıklı yiyeceklerle gösterirken, alt sınıflar arasında yemeğin estetikleştirilmesi restoranlara gitmek ve et yemekle ilişkilendirilmiştir.

Fantasia (2010), gastronominin ayrı bir uygulama alanı olduğunu savunmakta ve son on yılda Fransa'daki değişiklikleri tartışmaktadır. Profesyonel aşçılar ve endüstri çalışanları yemek konusunda çok farklı estetik eğilimlere sahiptirler. On dokuzuncu yüzyılın sonunda, Fransız mutfağı, kendi kuralları, uygulamaları ve değerlendirme yöntemleriyle rafine bir alan olarak konsolide edilmiştir.

Costa, Zepeda ve Sirieix (2014), Fransa'da organik gıdaların sosyal değerlerine yönelik yapmış oldukları araştırmada, organik gıdanın grup görüşmelerindeki katılımcılar için önemli bir sosyal bir değer olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu sosyal değer, organik gıdaların satın alındığı yere (topluluk destekli tarım, pazar veya süpermarket) ve ayrıca tüketicilerin veya üreticilerin sürdürülebilirliğe olan bağlılıklarını doğrulamak için ek davranışlar sergileyip sergilememelerine bağlıdır.

Forero ve Smith (2010), İngiltere'nin Bradford kentinde Ukrayna diasporası arasında "kültürel zevk" in yeniden üretimini incelemişlerdir. Damak tadının ve özellikle yemek yollarının dönüştürülmesinde teknoloji ve medyanın etkisi olurken, kuşak projeleri ve bunların gıda ideolojileri Ukrayna diasporasının yemek yollarını şekillendiren ana belirleyici faktörü olarak belirlenmiştir.

Garcia (1997) yılında Kentsel ortamda yeme uygulamaları ve davranışları: São Paulo şehir merkezinde bir çalışma başlıklı makalesinde kentsel yaşam tarzının yeme alışkanlıkları üzerindeki etkilerine ve sembolik temsillere odaklanmaktadır. Yemek deneyimine yaklaşmak için kullanılan teorik referanslar, sosyal temsil ve habitus kavramlarıdır. Elde edilen sonuçlar üç bölüme ayrılarak incelenmiştir. Bunlar, sindirim yeme uygulamalarının sosyal temsillerinin belirleyicileri ve yeme uygulamalarındaki ritüellerdir.

Tivadar ve Luthar (2004), Slovenya'da sınıf konumu (gelir ve istihdam durumu) ile kültürel sermaye (katılımcıların ve ebeveynlerinin resmi eğitimi ve yabancı dil bilgisi) değişkenlerini kullanarak bireylerin gıda tercihleri üzerinde sosyo-demografik değişkenlerin rolünü analiz etmeyi amaçlamışlardır. Slovenya'da altı yemek kültürü gözlemlemişlerdir ve sonuçları, gıda uygulamalarında cinsiyet ve eğitimin özellikle

önem arz ettiği sınıfsal konuma işaret etmişlerdir. Araştırma sonuçları incelendiğinde bireylerin gıda tercihleri ile kültürel tüketim pratikleri ve dünya görüşlerinin arasında önemli bir ilişkini olduğu ortaya konulmuştur. Nesnel sosyal konum, bireyin vücuduna, yeme ve içme şekillerine, jestlere, aksana, konuşma modellerine göre somutlamıştır. Bu sebeple habitus, sosyal gerçekliğin nesnelliği ile kişisel deneyimin öznelliği arasında (gıda tercihleri, müzik zevki, dünya görüşü) ilişki kurulmasına olanak sağlamaktadır. Durumun daha da özelleştirilmesi gerekirse yeme pratikleri ve gıda tercihleri bireylerin sınıflarına özgüdür ve bireylerin sınıfsal konumu tarafından şekillendirilmektedir (Tivadar ve Luthar, 2004: 216). Mellor vd., (2010), sınıfsal ayrımın ekonomik sermayeden ziyade kültürel sermaye ekseninde şekillendiğini belirtmiştir.

Stead vd., (2011) İngiltere’de yapmış oldukları 13-15 yaş aralığındaki gençlerin gıda seçimlerine atfettiği anlam ve değerleri araştıran nitel araştırmalarında gençlerin istenen bir imajı oluşturmaya yardımcı olmak için yiyecek seçimlerini kullandığını ortaya koymuştur. Bulgular sağlıklı beslenmeyle ilişkili sosyal ve sembolik anlamların gençlerin sahip olduğu değerlerle çeliştiğini ortaya koydu.

3.YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmada kullanılan istatistiki yöntemler, verilerin elde edildiği evren ve örneklem, veri toplama aracı, ölçme araçlarının ölçüm geçerliği ve güvenilirliği, verilerin analizine ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

3.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi daha önce geliştirilmiş ve kullanılmış olan bir ölçeğin, başka bir araştırmada kullanıldığında orijinal faktör yapısına uyup uymadığını, şayet uyuyor ise ne derece uygun olduğunu göstermektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Bununla birlikte maddeler arasındaki ilişkilerin hesaplanmasını ve değişkenler kümesinde yer alan temel faktörlerin belirlenmesini, ölçeğin teorik alt yapısına göre önceden belirlenen model aracılığıyla verilerin ve ölçeğin güvenirlik ve geçerliliğini ölçmeyi sağlayan bir yöntemdir (Erkorkmaz vd., 2013). Varyansların homejenliğinin test edilmesinde kullanılan ve yaygın yöntemlerden biri olan Bartlett testi (Mendeş, 2003), korelasyon matrisini faktör analizi için uygulamanın doğru bir karar olup olmayacağının değerlendirilmesinde kullanılmaktadır (Mavili, Kesen ve Daşbaşı, 2014). KMO katsayısı ise faktör analizi için örneklem çapının yeterli olup olmadığını test etmektedir. (Namlu, 2004) ve minimum KMO değeri 0,60 olarak önerilmektedir (Pullant, 2001; Günbatar, 2014). Özdeğer ve açıklanan varyans oranının yüksek olması kavramsal olarak tasarlanan yapının istatistiksel açıdan yerinde bir karar olduğunun göstergesidir.

Her istatistiksel sonuç çıkarım yönteminde olduğu gibi, doğrulayıcı faktör analizinde de modelin uyum iyiliğinin testi yapılır. Uyum iyiliği indeksleri için geliştirilen çok sayıda test istatistiği bulunmakla birlikte, χ^2 , χ^2/sd , GFI, AGFI, RMSEA, RMR, SRMR gibi testler kullanılmaktadır. Ancak bu test istatistiklerinden hangilerinin standart kabul edileceği ile ilgili bir uzlaşma bulunmamakta (Çapık, 2014), ve kullanılan paket programa göre uyum iyiliği değeri değişebilmektedir (Şahin vd., 2008). Ki-kare istatistiği modeldeki parametre ve veri sayısına bağlı olarak yüksek değerler alabilmektedir. Bu nedenden ötürü ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı kritik değer olarak kullanılmaktadır. Diğer uyum iyiliği testlerinin kullanımı hususunda görüş birliği bulunmamakla birlikte χ^2/sd 'nin kriter olarak kullanılmasında genel anlamda görüş birliği vardır. Kullanımı yaygın olan bir diğer uyum iyiliği ölçütü

ise RMSEA (Root Mean Square of Approximation/ Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü) değeridir ve korelasyonun dağılımının eşit olduğunu varsayarak hipotezi test etmek için kullanılmaktadır. (Öztürk ve Aygün, 2020; Okur-Berberoglu ve Uygun, 2012). Uyum indisi değerlerinin, sınır değerlerle karşılaştırılması sonucunda oluşturulan modelin geçerli kabul edilip edilmeyeceğine karar verilir. Bu tez çalışması kapsamında AMOS programından yararlanılarak modelin uyum ilişkine ilişkin sonuçlar elde edilmiştir.

İndeks	Mükemmel uyum değerleri	Kabul edilebilir uyum değerleri
χ^2/df	<2	<5
GFI	>0,95	>0,90
CFI	>0,95	>0,90
TLI	>0,95	>0,90
RMSEA	<0,05	<0,10

Tablo.1 Modelin Geçerliliği İçin Uyum İstatistiği Değerleri

Kaynak: Munro, 2005; Şimşek, 2007

Ki-kare istatistiğinde, $\chi^2/df < 2$ mükemmel uyumu ve $\chi^2/df < 3$ ise kabul edilebilir bir uyumu gösterir (Kelloway, 1998); RMSEA içinse 0,05'den küçük ise mükemmel uyum iyiliği, 0,05 ile 0,10 arasında ise kabul edilebilir uyum iyiliği söz konusudur (Samancıoğlu vd., 2015). Uyum iyiliği indeksi (GFI) ve karşılaştırmalı uyum indeksinde (CFI); 0,90 veya daha üstü değerler kabul edilir uyumu göstermektedir (Okur-Berberoglu ve Uygun, 2012). Ölçek maddelerinin güvenilirliğini hesaplamada kullanılan Cronbach alfa ise aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

0 < Cronbach Alfa < 0.40 ise anket maddeleri güvenilir değil,

0.40 < Cronbach Alfa < 0.60 ise anket maddeleri düşük güvenilirlikte,

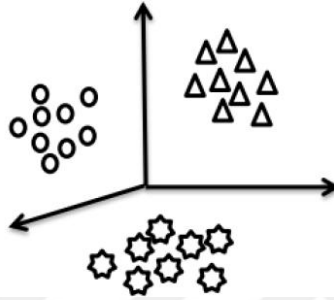
0.60 < Cronbach Alfa < 0.80 ise anket maddeleri oldukça güvenilir,

0.80 < Cronbach Alfa < 1.00 ise anket maddeleri yüksek güvenilirliktedir.

3.2. Kümeleme Analizi

Kümeleme analizi, verilerin gruplandırılmasında kullanılan çok değişkenli bir analiz tekniğidir. Kümeleme analizinin kullanılmasındaki amaç gruplandırılmamış verilerin

benzer özelliklerine göre sınıflandırılmasıdır. Özellikle doğru grupların bulunmasında önemli bir analiz türüdür. Kümeleme analizinin kullanılabilmesi için araştırmacının toplamış olduğu verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Akın, 2008). Kümeleme analizinde diğer çok değişkenli istatistiksel metodlardan farklı olarak normallik, homojenlik ve doğrusallık varsayımlarından ziyade değişkenlerin uzaklık değerleri ölçü olarak kabul edilmektedir. Zira uzaklık varsayımı kendi içerisinde normallik, homejenlik, doğrusallık varsayımını normale dönüştürebilmektedir (Chiu vd., 2001; Beckstead, 2002).



Şekil.1 Kümeleme Analizinin Yapısı (Salur, 2020)

Doğru grupların bulunması amacına yönelik olarak ilk olarak ele alınan örneklemdeki varlıklar aralarındaki benzer özelliklere göre gruplara ayrılır, sonrasında ise bu gruplara dahil olan bireylerin profilleri çıkarılmaktadır (Kurt, 1992; Doğan, 2002). Yine benzer şekilde bir veri setinin farklı gruplar içerip içermediğini belirlemek ve eğer içeriyorsa araştırmacıya bağlı olmak kaydıyla bu grupların tespit edilmesinde kümeleme analizi kullanılmaktadır. Kümeleme analizi, veri setinin durumuna göre benzer özellikleri gösteren değişkenlerin uzaklık kriteri ile biraraya getirilmesidir. Bu uzaklık kriterleri ise verilerin türüne göre değişmekte olup, Öklid uzaklık ölçüsü (Euclidean distance measurement), Minkowski tekniği, Manhattan City-Block tekniği ve Mahalanobis tekniği olarak bilinmektedir (Atbaş, 2008). Öklid uzaklığı, vektör uzaklığı olarak da adlandırılmaktadır ve en çok bilinen uzaklık ölçüsüdür. Öklid uzaklığında en yakın değer olarak 0 kabul edilmektedir (Altın, 2021).

Kümeleme analizinde birden fazla farklı teknik uygulanabilmektedir. Kümeleme yöntemleri birim ya da değişkenleri uygun gruplara ayırırken iki farklı yaklaşım izlenmektedir. Bunlar; aşamalı(hiyerarşik) kümeleme yöntemleri ve aşamalı olmayan (hiyerarşik olmayan) kümeleme yöntemleridir (Rundle-Thiele vd., 2015). Aşamalı

kümeleme teknikleri, kümelerin peş peşe birleştirilmesidir, bununla birlikte bir grup diğeri ile birleştirildikten sonra, sonraki adımlarda ayrılamaz. Aşamalı kümeleme teknikleri, ayırma ve toplama teknikleri olmak üzere iki grupta toplanmaktadır. Toplama teknikleri $\{(1/2) [n(n-1)]\}$ olası gözlem çifti arasındaki bir benzerlik veya uzaklık matrisinin hesaplanması ile başlar. Her gözlem başlangıçta bir kümedir. Uzaklık ve benzerlik matrisine göre en yakın iki küme birleştirilmektedir. Daha sonra küme sayısı bir indirgenerek küme sayısı tekrar oluşturulur n birim aşamalı olarak sırasıyla n, (n-1), (n-2)..(n-r),...3,2,1 kümeye yerleştirilir (Çakmak, Uzgören ve Keçek, 2005). Aşamalı kümeleme yönteminde kaç kümenin oluşacağı seçilen yönteme bağlıdır. Bu yöntemler tek bağlantı yöntemi, tam bağlantı yöntemi, Ward ve merkezi yöntemdir. Tek bağlantı yönteminde ilk olarak birbirine en yakın iki birim seçilir, bu iki birim ana kümeyi oluşturmaktadır. Ardından birbirine yakın iki başka birim seçilerek küme genişletilir. Tam bağlantı yönteminde ise birbirine en uzakta olan iki birim seçilmektedir. Ardından birbirine en uzak iki başka birim seçilerek küme genişletilmektedir. Ward veya varyans yönteminde küme ortasındaki birimin diğer birimlere uzaklığı dikkate alınarak kümeler seçilmektedir (Salur, 2020).

Aşamalı olmayan kümeleme yöntemleri yapıları itibariyle aşamalı kümeleme yöntemlerine göre belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Bu özellikleri, ayrılacak olan küme sayısının önceden belli olması (k sayısının belirlenmesi), dendrogram tablosunun oluşturulmaması ve bir uzaklık/benzerlik ölçüsünün kullanılmamasıdır. Aşamalı olmayan kümeleme yöntemine yönelik farklı özelliklerde algoritmalar mevcut olsa da ağırlıklı olarak kullanılan yöntem k-ortalamlar (k-means) kümeleme yöntemi ve en çok olabilirlik yöntemidir (Altın, 2021). K tekniğinde öncelikle olarak araştırmacı tarafından küme sayısı belirlenmektedir. Her küme için örnek bir birim yerleştirilmektedir. Bu örnek birim doğrultusunda diğer birimler örnekleme gönderilmektedir. İşlem hiç birim kalmayınca kadar devam etmektedir. En çok olabilirlik yönteminde ise yine k tekniğindeki gibi küme sayısı önceden belirlenmektedir, sonrasında her birim kümelere en çok olabilirlik değeri sağlayacak şekilde atanmaktadır (Salur, 2020). Aşamalı olmayan kümeleme yöntemlerinin teorik dayanağının aşamalı olan kümeleme yöntemine göre daha güçlü olması gerekse araştırmacıya kategorilerle ve kategori sayıları ile alakalı ön bilgi sunması sebebiyle

aşamalı kümeleme yöntemine göre daha sık tercih edilmektedir (Doğan, 2002: 49; Ceylan, Gürsev ve Bulkan, 2017).

Bu araştırma kapsamında gıda tercihleri tabakalaşma kuramı içerisinde Tivadar ve Luthar (2005) tarafından oluşturulan ve kullanılan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek doğrultusunda gıda tercihleri, hiyerarşik kümeleme analizi aracılığı sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma, bireylerin gıda tüketim tercihlerine ilişkin vermiş olduğu cevaplar arasındaki Öklid mesafelerine dayanmaktadır.

3.3. Çoklu Uygunluk Analizi

Uygunluk analizi çalışmalarının temeli 1960 yılında Fransa da başlamıştır. Jean Paul Benzecri ve arkadaşlarının yapmış oldukları çalışmalarda öncelikle Fransızca kullanan istatistikçiler arasında bu analiz türü yaygınlık kazanmıştır, ardından 1970 yılı itibariyle Fransızca kullanan ülkeler arasında yöntem kullanılmış olmakla birlikte yaygınlık kazanamamasının sebebi dil faktörüyle ilişkilendirilmiştir (Clausen, 1998; Coşkun, 2007: 6; Behdioğlu, 2000). Uygunluk analizi farklı ülkelerde farklı isimlerle de anılabilmektedir. Çoklu Uygunluk Analizi, Homojenlik Analizi, Amerika’da “Optimal Scaling”, “Optimal Scoring; Japonya’ da “Quantification Methods”; Hollanda’ da “Homogeneity Analysis” olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte Türkçe alanyazında “Uygunluk Analizi”; “Uyum Analizi”, “Karşılık Getirme Analizi” ve “Homojenlik Analizi” gibi isimlerle de yer almaktadır (Tenenhaus ve Young, 1985; Suner ve Çelikoğlu, 2008).

Uygunluk analizi, arkeoloji, ekoloji, tıp, psikoloji, sağlık bilimleri ve sosyal bilimler gibi farklı disiplinler içerisinde uygulanmaktadır. Özellikle sosyal bilim araştırmalarında uygunluk analizi ve çoklu uygunluk analizinin kullanımı iki veya daha fazla kontrol değişkeni arasındaki ilişkinin anlaşılması hususunda sık başvurulmuş bir yöntemdir (Kamalja ve Khangar, 2017: 442). Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda bir araştırma probleminin cevabı için pek çok farklı değişken söz konusu olmaktadır. Geçerli ve güvenilir araştırmalar için araştırma problemi bütün yönleriyle değerlendirilmelidir. Bu sebepten ötürü çok değişkenli veriler ve bu verilerin analizi için çok değişkenli istatistikî yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Tek değişkenli yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarda birçok faktörün kontrol altında tutulması ve her defasında bir tek faktörün incelenmesi gerekliliği gibi sınırlayıcı

varsayımlar bulunurken, çok değişkenli yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarda araştırma sorusu bir bütün olarak ele alınmakta ve bütünlüğü sağlayan değişkenlerin birbiri ile ilgisi açıklanabilmektedir (Suner ve Çelikoğlu, 2010).

Uygunluk analizi, kategorik verilerin yorumlanmasına olanak sağlayan, çapraz tablolarda satır ve sütun değişkenleri arasında benzerliklerin, farklılıkların ve ilişkilerin yorumlanmasını sağlayan, değişimi daha az boyutlu bir uzayda grafiksel olarak gösteren bir yöntemdir (Suner ve Çelikoğlu, 2008). Uygunluk analizi içerdiği değişken sayısına göre adlandırılmaktadır. Çapraz tablolardaki değişken sayısı iki olduğunda basit uyum analizi, çapraz tablolardaki değişken sayısı üç veya daha fazla olduğunda ise çoklu uyum analizi olarak adlandırılmaktadır. Basit uyum analizinde değişkenler bir boyutta ya da başka bir boyutta ağırlıklı olarak temsil edilmektedir. Çoklu uyum analizinde ise iki ya da daha fazla değişken bir boyutta yoğunlaştırılarak gösterilmektedir (Kılıç, 2016).

Çoklu uygunluk analizi (MCA), her şeyden önce Pierre Bourdieu'nun çalışmalarıyla bilinen istatistiksel bir tekniktir (Hjellbrekke, 2018). Özellikle kültürel ayırım ve kültürel hepçillik araştırmalarının analizinde Bourdieu teorisi üzerine inşa edilen araştırmalarda sık kullanılan bir yöntemdir (Prieur, Rosenlund ve Skjott-Larsen, 2008; Kahma ve Toikka, 2012; Jarvinen, Ellergaard ve Larsen, 2014). Çoklu uygunluk analizi, Chi kare mesafesini kullanarak çoklu olasılıkların belirli bir tablosunu işler ve satırlar arasındaki ve sütunlar arasındaki ilişkileri hem ayrı ayrı hem de birlikte analiz eder. Her kategorik değişken için, gösterge niteliğinde veya değişken kategori adı verilen bir dizi yeni değişken tanımlanır. (Di Franco, 2016). Satırlarda birimlerin, sütunlardaysa kategorik değişkenlerin düzeylerinin belirlendiği matrise gösterge matrisi adı verilmektedir. Bu matrisin gözelerinde 0 veya 1 kodlama değerleri yer almaktadır. Yalnızca 0/1 (yokluk / varlık) değerlerine sahip olabilirler (Özgür, 2013).

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Ankara ilinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Ankara'nın evren olarak seçilme sebepleri ise şu şekildedir. Ankara, Türkiye'nin başkenti ve en kalabalık ikinci ilidir. Nüfusu 2021 itibarıyla 5.747.325 kişidir. İlaveten Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Ankara ili kişi başı gayrisafi yurt içi hasılanın (71.027 TL) en yüksek olduğu şehirdir. Araştırmanın örneklemi ise 18 yaş ve üzeri

bireylerden oluşturmaktadır (Ankara ili 18 yaş üzeri nüfus; 4.600.278), (TÜİK, 2021). Araştırma evreninin geniş olması nedeniyle sınırlandırma yapılmıştır. Evreni temsil edecek örneklem (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.48), $(n = N t^2 p q / d^2(N-1) + t^2 p q)$ formülünden yararlanılarak elde edilmiştir. Bu çalışmada basit tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Evren Büyükliği	Örneklem								
	Hatası (d)			Örneklem Hatası (d)			Örneklem Hatası (d)		
	p=0,05	p=0,08	p=0,03	p=0,05	p=0,08	p=0,03	p=0,05	p=0,08	p=0,03
	q=0,05	q=0,02	q=0,07	q=0,05	q=0,02	q=0,07	q=0,05	q=0,02	q=0,07
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1 milyon	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Tablo 2. Evreni Temsil Edecek Örneklem Sayısının Hesaplanması

Kaynak: Saunders, Lewis ve Thornhill, 2007, s.212; Sekaran ve Bougie, 2016).

Evrenin geniş olması ve sayının net olarak bilinmemesi nedeniyle Tablo 2’de görülen $(n = N t^2 p q / d^2(N-1) + t^2 p q)$ 384 değeri gerekli örneklem sayısı olarak alınmıştır. Bu hususta %5 duyarlılık düzeyinde örneklem grubu için en az 384 adet soru formu toplanması gerekmektedir (Saunders, Lewis ve Thornhill, 2007: 212; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Yapılan araştırma kapsamında kolayda örneklem yöntemi ile 601 ankete ulaşılmıştır. Bireylere pandemi sebebiyle e-mail ve Google formlar aracılığıyla ulaşılmıştır.

Çok yöntemli araştırma, bir çalışmada farklı verilerin toplanması ve analiz edilmesidir. Karma araştırma yöntemi ile arasındaki en büyük fark yöntem kısmıdır. Çok yöntemli araştırmalar; çok yöntemli nicel araştırmalar ve çok yöntemli nitel araştırmalar olarak gruplandırılmaktadır (Şan, 2020). Bu tez kapsamında aynı araştırma sorusu iki farklı yöntem kullanılarak cevaplandırılacağından çoklu nicel

araştırma yöntemi seçilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak bireylerin gıda tercihleri kümeleme analizi kullanılarak belirlenmiş, ardından kültürel tüketim örüntüleri kültürel ile ilişkisini ölçmek amacıyla çoklu uyum analizi yapılmıştır.

Ölçüm Aracı

Araştırmanın kavramsal çerçevesi doğrultusunda öncesinde yazılmış olan makaleler, tezler ve yazılı kaynaklar taranmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda tabakalaşma kuramı içerisinde Tivadar ve Luthar (2005) tarafından çağdaş toplumlarda bireylerin gıda tercihi eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla geliştirilmiş olan ölçek kullanılmıştır. Bireylerin kültürel tüketim tercihleri ise Rankin ve Ergin (2017) tarafından Türkiye evreni için geliştirilmiş olan ölçek kullanılmıştır.

Gıda tercihlerini ölçmek için kullanılan ölçek Tivadar ve Luthar (2005) tarafından, 5’li likert ölçeği olarak oluşturulmuş 28 anket maddesinden oluşmaktadır. Benzer şekilde kültürel tüketim alışkanlıkları ölçme aracı ise Rankin ve Ergin (2017) tarafından 6’lı likert ölçeği olarak oluşturulmuştur ve 31 anket maddesinden oluşmaktadır.

4. BULGULAR

Bu bölümde ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi, ölçeklere ilişkin geçerlik ve güvenirlik katsayıları ile KMO Bartlett testlerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

4.1 Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar

Gıda tercihleri ölçeğinin boyutlarına ait maddelerin güvenirlik ve açıklayıcı faktör analizi bulguları Tablo 3’de verilmiştir.

Madde No	Kilo Kontrolcüler	Modernistler	Gelenekselciler	Hedonistler	Evetçiler	M. T. Kor.
GT_13	,405					,302
GT_14	,673					,563
GT_15	,682					,518
GT_16	,668					,519
GT_17	,620					,458
GT_18	,502					,376
GT_1		,761				,529
GT_2		,791				,567
GT_26		,716				,591
GT_27		,422				,375
GT_28		,448				,407
GT_7			,665			,440
GT_8			,570			,335
GT_9			,501			,296
GT_10			,618			,406
GT_19			,512			,268
GT_20			,595			,370
GT_21			,607			
GT_25			,534			,299
GT_3				,611		,375
GT_4				,768		,462
GT_5				,791		,456
GT_6				,556		,312
GT_11					,768	,477
GT_12					,759	,511
GT_22					,608	,417
GT_23					,581	,354
GT_24					,502	,270
Özdeğer	3,851	2,472	2,302	1,655	1,383	Toplam
Açıklanan Varyans	12,280	10,860	8,964	7,409	7,139	46,653

Cronbach's Alpha	,715	,729	,626	,584	,604	0,717
(KMO: 0,756; Bartlett test: Ki-kare: 3244,844, p: 0,000)						

Tablo 3. Gıda Tercihleri Ölçeğinin Maddeleri İçin Faktör ve Güvenirlik Analizi Bulguları

Maddelerin güvenilirliğini hesaplamak için güvenilirlik katsayısı “Cronbach Alpha” kullanılmıştır. Güvenirlik katsayısı 0 ile +1 arasında değişmektedir (Öncü, 1997: 255; Tan ve Erdoğan, 2004: 176) ve 1’e ne kadar yakınsa o kadar güvenilir (Aygün ve Eti Aslan, 2005: 396). Yapılan test sonucunda gıda tercihleri ölçeğinin güvenilirlik katsayısının (Cronbach Alpha=0,717) yüksek olduğu görülmüştür. Sonraki aşamada, KMO ve Bartlett testleri uygulanmıştır. KMO ölçüsü, örneklemin analiz için yeterliliği hakkında bilgi verirken, Bartlett test ise, anket maddelerinin analiz için yeterliliği hakkında bilgi verir. Elde edilen sonuç neticesinde KMO değeri >0,60 (0,756) olduğundan örneklemin analiz için yeterli olduğuna karar verilmiştir.

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Değeri	Uyum
χ^2 / sd	$0 \leq \chi^2 / sd < 2$	$2 \leq \chi^2 / sd \leq 5$	1,85	İyi Uyum
RMSEA	$0 \leq RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,04	İyi Uyum
CFI	$0,97 < CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,90	İyi Uyum
GFI	$0,95 < GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,92	Kabul Edilebilir

Tablo 4. Gıda Tercihleri Ölçeğine İlişkin Uyum Katsayıları

Araştırma modeli için uyum istatistiği değerleri Tablo 4’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre uyum indeksleri değerleri kabul edilebilir değerler aralığındadır.

Madde No	Müzik	Yemek	Edebiyat	M. T. Kor.
KT_1	,588			,326
KT_2	,738			,441
KT_3	,703			,376
KT_4	,514			,247
KT_5	,572			,301
KT_6	,522			,286
KT_7	,601			,511
KT_8	,527			,518
KT_9	,610			,597
KT_10	,694			,530
KT_11	,787			,686
KT_12	,732			,620

KT_13	,670			,520
KT_14	,647			,541
KT_15	,707			,645
KT_16			,726	,520
KT_17			,525	,388
KT_18			,496	,363
KT_19			,768	,645
KT_20			,767	,621
KT_21			,719	,613
KT_22		,612		,439
KT_23		,729		,511
KT_24		,570		,436
KT_25		,708		,546
KT_26		,572		,456
KT_27		,628		,495
KT_28		,742		,581
KT_29		,762		,570
KT_30		,715		,592
KT_31		,696		,513
Toplam				
Özdeğer	4,918	2,808	2,004	
Açıklanan Varyans	15,259	13,566	12,479	50,066
Cronbach's Alpha	,832	,769	,741	0,796

Tablo 5. Kültürel Tüketim Ölçeğinin Maddeleri İçin Faktör ve Güvenirlik Analizi Bulguları

Kültürel tüketim ölçeğinin boyutlarına ait maddelerin güvenirlik ve açıklayıcı faktör analizi bulguları Tablo 5’de verilmiştir. Yapılan test sonucunda kültürel tüketim ölçeğinin güvenirlik katsayısının (Cronbach Alpha=0,796) yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 5). Sonraki aşamada, KMO ve Barlett testleri uygulanmıştır. KMO değeri >0,60 (0,8246) olduğundan örneklemin analiz için yeterli olduğuna karar verilmiştir.

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Değeri	Uyum
χ^2 / sd	$0 \leq \chi^2 / sd < 2$	$2 \leq \chi^2 / sd \leq 5$	2,30	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,05	Kabul Edilebilir
CFI	$0,97 < CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,90	İyi Uyum
GFI	$0,95 < GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,91	Kabul Edilebilir

Tablo 6. Kültürel Tüketim Ölçeğine İlişkin Uyum Katsayıları

Araştırma modeli için uyum istatistiği değerleri Tablo 6’da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre etki modeli için uyum indeksleri değerleri kabul edilebilir değerler aralığındadır.

4.2. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Değişkenler Açısından Dağılımı

Bu bölümde katılımcılara yönelik tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Değişkenler	Kategoriler	n	%
Cinsiyet	Kadın	328	54,6
	Erkek	273	45,4
Yaş	18-23	120	20
	24-29	127	21,1
	30-35	91	15,1
	36-41	66	11
	41 ve üzeri	197	32,8
Medeni Durum	Evli	306	50,9
	Bekar	295	49,1
Eğitim Durumu	Okur-yazar değil	-	-
	İlkokul	18	3
	Ortaokul	18	3
	Lise	121	20,1
	Lisans ve üzeri	443	73,7
Katılımcının Annesinin Eğitimi	Okur-yazar değil	60	10
	İlkokul	298	48,1
	Ortaokul	90	15
	Lise	116	19,3
	Lisans ve üzeri	46	7,7
Katılımcının Babasının Eğitimi	Okur-yazar değil	13	2,2
	İlkokul	255	42,4
	Ortaokul	98	16,3
	Lise	138	23
	Lisans ve üzeri	97	16,1
Çalışma Durumu	Kendi işinde çalışan	49	8,2
	İşsiz	30	5
	Öğrenci	113	18,8
	Emekli	95	15,8
	Ev hanımı	48	8
	Kamu personeli	86	14,3
	Özel Sektör Çalışanı	180	30
Aylık Hanehalkı Geliri	1000 TL’den daha az	117	19,5
	1001-2500 TL	36	6
	2501-5000 TL	164	27,3
	5001-10000 TL	181	30,1
	10.000 TL ve üzeri	103	17,1

Tablo 7. Katılımcılara Ait Demografik Bulgular (N=601)

Araştırmaya katılan bireylere ait demografik bulgular Tablo.7'deki gibidir. Tablo incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin %54,6'sının kadınlardan %45,4'ünün ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Medeni durum değişkeni açısından incelendiğinde araştırmaya dahil olan katılımcıların %50,9'unun evli, %49,1'inin ise bekar bireylerden oluşmaktadır. Yaş değişkeni açısından incelendiğinde araştırmada yer alan katılımcıların en çok %32,8'inin 41 yaş ve üzerinde yer alan grupta olduğu belirlenmiştir. En az katılım ise %11 ile 36-41 yaş aralığında yer alan bireylerdir. Eğitim durumu değişkeni açısından çalışma incelendiğinde lisans ve üzerinde yer alan grubun (%73,7) en yüksek düzeyde öğrenim durumuna sahip olan bireylerin oluştuğu görülmektedir. Bireylerin annelerinin eğitim durumuna bakıldığında en yüksek yüzdelik dilime sahip olan grubun ilkökul (48,1) grubunda yer aldığı görülmektedir. Bireylerin babalarının eğitim durumuna bakıldığında ise en yüksek yüzdelik dilime sahip olan grubun ilkökul (42,4) grubunda olduğu görülmektedir. Bireylerin çalışma durumu incelendiğinde ise özel sektör çalışanlarının (%30) en yüksek yüzdelik dilime sahip olduğu görülmektedir. Aylık hanehalkı gelir durumu incelendiğinde ise araştırmaya katılan bireylerin 5001-10000(%30,1) TL aralığında yer alan grupta olduğu görülmüştür.

4.3. Kümeleme Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bundan sonraki aşamasında Türk yemek kültüründe gıda tüketim tercihlerinin belirlenebilmesi için kümeleme analizi yapılmıştır (Everitt. Landau ve Leese, 2001). Optimal küme sayısına karar verilmek amacıyla kümeleme analizi türlerinden hiyerarşik kümeleme analizi kullanılmıştır. Sınıflandırma, bireylerin gıda tüketim tercihlerine ilişkin vermiş olduğu cevaplar arasındaki Öklid mesafelerine dayanmaktadır. Kümelemeye girilen değişkenler bir z-skoru biçiminde standartlaştırılmıştır ve dendrogramın görsel incelemesi sağlanmıştır.

Kümeleme analizlerinin sonucunda beş segmentli bir çözüm elde edilmiştir. Bu beş kümeye ait karakteristik özellikler Tablo 8'de sunulmuştur. Bu doğrultuda 1. kümede 115 kişi (%19,2), 2. kümede 99 kişi (%16,5), 3 küme grubunda 115 kişi (%19,2), 4.küme grubunda 150 kişi (%25) 5. küme grubunda 121 kişi (%20,2) bulunmuştur. Bu boyutlar arasında yemek kültürlerinin nasıl kümelendiği K-ortalama küme analizi (K-means clustering method) ile incelenmiştir. Analiz, Ward's algoritması üzerinden

gerçekleştirilmiştir ve her bir madde standardize edilmiştir. Kümeler arasında heterojen, kümeler içerisinde homojen bir yapının elde edildiği görülmüş ve nihai olarak beş kümede karar kılınmıştır.

	Kümeler				
	1	2	3	4	5
Yeni yiyecekler denemeyi severim.	2,83	4,07	4,28	4,36	4,01
Sıra dışı, egzotik yemekleri severim.	2,05	3,39	3,78	3,98	3,41
Dışarıda yemek yediğimde, bildiğim yemekleri sipariş etmeyi severim.	3,50	4,45	3,95	3,58	3,92
Ailem/eşimle/arkadaşlarım la birlikte yemek yemeyi severim.	4,17	4,76	4,70	4,68	4,59
Yemekte sohbet etmekten hoşlanırım.	3,65	4,38	4,42	4,35	4,39
Akşam yemeklerine diğer öğünlerden daha fazla vakit ayırmayı severim.	3,50	4,05	4,12	3,42	3,66
Hafif yiyecekler iş için yeterli enerjiyi sağlamaz.	3,07	3,80	3,34	2,65	2,57
Yemekten beklediğim şey öncelikle çalışabilmek için gerekli enerjiyi sağlamasıdır	3,02	4,01	3,85	2,46	2,59
Büyük porsiyonları severim.	2,68	4,08	2,74	3,44	2,72
Bir yemeğin doyurucu olması, yemeğin türünden daha önemlidir.	2,93	3,58	2,99	2,41	2,20
Çorba içtikten sonra ana yemek farklı tabakta servis edilmelidir.	3,67	4,29	4,50	4,21	4,28
Farklı içecekler için farklı bardaklar kullanılmalıdır.	3,52	4,37	4,39	4,17	4,28
Taze sebze ve meyve tüketmeyi severim.	4,02	4,36	4,61	4,50	4,58
Az yağlı süt ürünleri kullanırım.	3,17	3,10	4,07	3,31	3,10
Kolesterol içeriği yüksek yiyecekler yememeye özen gösteririm.	2,88	2,70	4,23	2,84	3,51

Bir gün çok yemek yersem ertesi gün kilomu kontrol altında tutmak için daha az yerim.	2,43	1,83	4,13	2,54	2,98
Kilomu kontrol altında tutmak için tükettiğim yiyeceklerin kalorisini hesaplarım.	1,88	1,60	3,51	1,90	2,10
Bir akşam yemeğinde hazır yiyecekler tercih edilmemelidir.	2,87	2,92	4,17	2,30	4,33
Bayramlar/ özel günler için yapılan kek, pasta, çörek hazır olmamalıdır, evde yapılmalıdır.	3,25	3,86	4,43	2,77	4,28
Etsiz yemek olmaz.	2,48	3,38	2,54	1,79	2,06
Aile içinde yemek yapmak kadının görevidir.	1,31	1,86	2,71	1,77	1,82
Fast food restoranlarında (McDonald's, Burger King vb.) yemek yemeyi severim.	2,63	3,92	2,57	4,05	2,39
Sık sık etnik restoranlara giderim (ör. İspanyol, Meksika, İtalyan, Fransız)	1,62	2,06	2,58	2,76	1,92
Arkadaşlarımla dışarı çıktığımda, genellikle bir restoranda akşam yemeği yeriz.	3,30	3,32	2,37	2,76	3,52
En iyi yemek, geleneksel yemekler sunan restoranlarda servis edilir.	2,77	3,33	3,35	2,27	2,70
Yeni tarifler denemeyi severim	2,65	4,08	4,32	4,38	4,21
Sıklıkla çok fazla pişirme becerisi gerektiren yemekler yaparım.	2,10	2,86	3,42	2,61	2,91
Yemek kitapları ve yemek dergileri okumaktan zevk alırım.	1,96	2,63	3,56	2,73	3,41

Tablo 8. Küme Profillerinin Ortalamaları

Gelenekselciler grubu, yiyeceklere yönelik herhangi bir yeniliği reddetmektedirler ve sağlıklı beslenme alışkanlıkları azdır. Evetçiler, yemek tüketiminde gelenekseldirler (ete büyük önem verilir; yemek hazırlamak kadının görevi olarak görülür).

Modernistler gıda uygulamalarında gelenekselliği reddederler ve ticarileştirilmiş gıda uygulamalarını kabul ederler, ancak bunun dışında yemek yemeyi işlevsel yönlerine indirgerler. Kilo kontrolcüler grubunun yiyeceklere yaklaşımları, ağırlıkla ilgili endişelerinin güçlü bir şekilde hâkimiyeti altındadır. Hedonistler, yemek yiyerek kendilerini şımartır ve yemeği bedensel ve duygusal bir zevk kaynağı ve sosyallik için bir araç olarak görürler. Bu grup yemeği bir yandan zevk kaynağı, diğer yandan sosyal hayatın merkezi unsuru olarak görür, gıda tüketimleri disiplin ve sağlık bilincine sahip refleksivite ile tanımlanır.

Gelenekselciler (19, 2%, 42 yaş ve üzeri, 52,2% erkek)

Bu grup ağırlıklı olarak erkeklerden oluşmaktadır. Yemeklerin hazırlanması ve pişirilmesinde yeniliği reddederler. Yiyeceklerin estetik boyutu ile değil, işlevselliği yani doyuruculuğu ile ilgilenmektedirler. Ev yapımı yemekler ve et tüketimi, geleneksel yiyeceklere bağlılık bu grup için önemlidir. Sağlıklı beslenmeye dikkat etmemektedirler. Burada dikkat çeken sonuçlardan biri aile içerisinde yemek yapmak kadının görevi olarak görülmektedir.

Evetçiler (16,5%, 30-35 yaş, 91,9% erkek)

Bu grup, gıda tercihlerinde net bir kalıp gösterememiştir. En belirgin özellik çoğu çelişkili ifadeye katılmalarıdır. Bununla birlikte bir diğer belirgin özellik, etsiz yemek olamayacağını düşünülmesidir. Tercih edilen gıdaların erkeksiliğe ve kadınsılığa yönelik sinyal verebileceği fikri sosyologlar arasında büyük kabul görmektedir. Örneğin; bitki çayları, salatalar veya suşi kadınsı gıdalar olarak tanımlanmıştır. Bunun aksine erkeksi gıda maddeleri arasında genel olarak et ve özellikle kırmızı et yer almaktadır (Ritzel ve Mann, 2021). Et tüketimindeki cinsiyet farklılığı literatürde yoğun bir şekilde araştırılmıştır ve erkeklerin kadınlardan daha fazla et tükettiği sonucuna ulaşılmıştır (Gottlieb ve Rossi, 1961; Gossard, 2003; Rothgerber, 2013). Bu durum etin, sembolik olarak, özellikle avlanma faaliyetinde bulunan erkeklerle temellendirilir. Et, erkekler tarafından avlanarak elde edilen hayvanların gücünü ve erkekliğini sembolize etmektedir. Dolayısıyla et tüketimi gücü sembolize etmektedir (Willard, 2002; Sobal, 2005). Bu grubu karakterize eden temel unsurlardan bir tanesi katılımcıların ağırlıklı olarak erkek olması ve etsiz yemek olmayacağını düşünen bireylerin en yüksek ortalama ile bu grupta yer almasıdır.

Kilo Kontrolcüler (25%, 18-23 yaş, 58,6% kadın)

Bu grubun gıda tercihlerine yaklaşımları kilo kontrollü ve sağlıklı beslenme alışkanlıkları ile şekillenmiştir. Bu gruptaki taze sebze ve meyve alımı ortalamanın üzerindedir. Yemek yemenin sosyalleştirilmiş yönüne orta derecede önem verirler ve gıda tüketiminin estetikleştirilmesine ilgileri yüksektir. Bu grubun ağırlıklı olarak kadınlardan oluşması ve kilo kontrolüne önem vermesi, literatürde cinsiyet değişkeni açısından ele alınan çalışmalarla da benzerdir (Lee ve Allen, 2021; Hamulka vd., 2022). Bu grubun demografik özelliklerine bakıldığında aylık hane halkı gelirin % 32,1 (N=37)'inin 2501-5000 TL aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Modernistler (19,2%, 42 yaş ve üzeri, 73% erkek)

Bu grup gelenekselcilerin aksine yeni gıdaların tercihinde yeniliği reddetmemekte bilakis yeniliğe açıktırlar. Bununla birlikte erkeklerin ağırlıklı olarak oluşturduğu gelenekselcilerin aksine yemek hayatlarında önemli bir rol oynamaktadır ve gıda tüketiminin, vücut ağırlığının veya sağlıklı beslenmenin estetikleştirilmesinin birçok yönü ile ilgilenmektedirler. Gıda tercihlerinde gelenekselciliği reddetmeleri (et, bir akşam yemeğinin gerekli bir parçası olarak görülmez) ve ticarileştirilmiş yemek uygulamalarını kabul etmeleri, modern duruşlarını göstermektedir. Bu grubun %71,1'i bekârdır.

Hedonistler (20%, 24-29 yaş 76, 8% kadın)

Hedonistler sağlıklı beslenme veya vücut ağırlığı ile meşgul değildirler, ancak diğer tüm açılardan diğer kümelerden önemli ölçüde farklıdırlar. Bu gruptaki katılımcılar hazır yiyecekleri reddetmemekte, diyetlerinde et tüketimini kısıtlamamakta ve herhangi bir diyet uygulamamaktadır. Bununla birlikte yeniliğe açıktırlar, yeni tarifler denemekten ve pişirme becerisi gerektiren yemeklerden hoşlanmaktadırlar. Yemeğin doyuruculuğundan ziyade estetik boyutuna önem vermektedirler. Bu grupta yer alan bireyler için ne yedikleri, yemeğin nasıl servis edildiği ve yemenin sosyal yönü, yemeğin faydacı yönünden çok daha önemlidir. Etnik restoran ziyaretlerinde ve restoranlarda arkadaşlarla buluşmada ve dolayısıyla dışarıda yemek yemeyi sosyal bir etkinlik olarak görmede ortalamanın üzerindedirler.

4.4. Gıda Tercihleri İçin Farklılaşmalara Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde gıda tercihleri içerisinde yer alan gelenekselciler, evetçiler, kilo kontrolcüler, modernistler ve hedonistler boyutlarına ait farklılık testleri sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak gelenekselciler, evetçiler, kilo kontrolcüler, modernistler ve hedonistler değişkenlerinin cinsiyet ve medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgular Tablo 9'daki gibidir.

	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	S.S	t	p
Gelenekselciler	Kadın	328	3,206	0,746	1,972	0,039*
	Erkek	273	3,084	0,770		
Evetçiler	Kadın	328	3,335	0,687	3,797	0,000*
	Erkek	273	3,115	0,731		
Kilo Kontrolcüler	Kadın	328	2,748	0,645	-5,689	0,000*
	Erkek	273	3,068	0,733		
Modernistler	Kadın	328	4,329	0,637	4,588	0,000*
	Erkek	273	4,067	0,763		
Hedonistler	Kadın	328	4,335	0,707	1,905	0,057
	Erkek	273	4,226	0,695		
	Erkek	273	3,343	0,418		

Tablo 9. Cinsiyet Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Gıda tercihlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşma meydana getirip getirmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Tablo incelendiğinde gelenekselciler ($p=,039$ ve $p<0,05$), evetçiler ($p=,000$ ve $p<0,05$), kilo kontrolcüler ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve modernistler ($p=,000$ ve $p<0,05$) alt değişkenleri ile cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Gelenekselciler, evetçiler grubunda ağırlıklı olarak erkekler bulunmakta iken kilo kontrolcüler grubunda ağırlıklı olarak kadınlar bulunmaktadır.

	Medeni Durum	N	$\bar{x}$	S.S	t	p
Gelenekselciler	Evli	306	3,319	0,757	5,683	0,028*
	Bekar	295	2,976	0,723		
Evetçiler	Evli	306	3,199	0,706	-1,280	0,201
	Bekar	295	3,273	0,723		
Kilo Kontrolcüler	Evli	306	2,844	0,711	-1,741	0,082
	Bekar	295	2,944	0,694		

Modernistler	Evli	306	4,236	0,720	-0,922	0,357
	Bekar	295	4,183	0,698		
Hedonistler	Evli	306	4,273	0,728	-0,433	0,665
	Bekar	295	4,298	0,678		

Tablo 10. Medeni Durum Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Medeni durum değişkenin gıda tercihleri üzerinde anlamlı bir farklılaşma meydana getirip getirmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Tablo incelendiğinde gelenekselciler grubunun medeni durum değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaştığı ($p=,028$ ve $p<0,05$) görülmektedir.

4.5. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Gıda tercihlerinin yaş, eğitim durumu, katılımcının annesinin eğitim durumu, katılımcının babasının eğitim durumu, çalışma durumu ve aylık hanehalkı geliri değişkenleri arasında farklılaşma meydana getirip getirmediğinin tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular Tablo 11'deki gibidir.

	Yaş Grubu	n	$\bar{x}$	S.S	F	P
Gelenekselciler	18-23	120	2,821	0,701	19,55	0,000*
	24-29	127	2,966	0,723		
	30-35	91	3,02	0,821		
	36-41	66	3,446	0,824		
	42-+	197	3,431	0,624		
	Total	601	3,15	0,759		
Evetçiler	18-23	120	3,336	0,689	1,304	0,267
	24-29	127	3,215	0,746		
	30-35	91	3,278	0,751		
	36-41	66	3,106	0,743		
	42-+	197	3,211	0,68		
	Total	601	3,235	0,715		
Kilo Kontrolcüler	18-23	120	2,976	0,698	2,165	0,072
	24-29	127	2,936	0,737		
	30-35	91	2,958	0,771		
	36-41	66	2,924	0,67		
	42-+	197	2,775	0,655		
	Total	601	2,893	0,704		
Modernistler	18-23	120	4,2	0,66	1,003	0,405
	24-29	127	4,139	0,763		

	30-35	91	4,154	0,633		
	36-41	66	4,313	0,749		
	42-+	197	4,254	0,721		
	Total	601	4,21	0,709		
	18-23	120	4,278	0,622		
	24-29	127	4,27	0,668		
	30-35	91	4,209	0,874		
	36-41	66	4,384	0,685		
	42-+	197	4,303	0,692		
	Total	601	4,286	0,703		
Hedonistler					0,64	0,634

Tablo 11. Yaş Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Yaş değişkeni ile gıda tercihleri arasında yapılan analiz sonucunda gelenekselciler ($p=,000$ ve $p<0,05$) grubunda anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir. Gelenekselciler için farklılaşmanın kaynağı 18-23 yaş ile 36-41 yaş; 18-23 yaş ile 42-+ yaş; 24-29 yaş ile 36-41 yaş; 24-29 yaş ile 42-+ yaş; 30-35 yaş ile 36-41 yaş; 30-35 yaş ile 42-+ yaş; 36-41 yaş ile 42-+ yaş arasındadır.

	Gelir	N	$\bar{x}$	S.S	F	P
	1000 TL'den daha az	117	3,227	0,74		
	1001-2500 TL	36	3,194	0,778		
	2501-5000 TL	164	3,061	0,707		
	5001-10000 TL	181	3,173	0,783		
	10.000 TL ve üzeri	103	3,151	0,81		
	Toplam	601	3,15	0,759		
Gelenekselciler					0,938	0,442
	1000 TL'den daha az	117	3,205	0,701		
	1001-2500 TL	36	3,394	0,557		
	2501-5000 TL	164	3,259	0,695		
	5001-10000 TL	181	3,199	0,733		
	10.000 TL ve üzeri	103	3,241	0,779		
	Toplam	601	3,235	0,715		
Evetçiler					0,656	0,623
	1000 TL'den daha az	117	2,959	0,666		
	1001-2500 TL	36	2,94	0,654		
	2501-5000 TL	164	2,972	0,737		
	5001-10000 TL	181	2,824	0,667		
	10.000 TL ve üzeri	103	2,799	0,76		
	Toplam	601	2,893	0,704		
Kilo Kontrolcüler					1,702	0,148

Modernistler	1000 TL'den daha az	117	4,199	0,689	1,206	0,307
	1001-2500 TL	36	4,241	0,823		
	2501-5000 TL	164	4,193	0,738		
	5001-10000 TL	181	4,153	0,725		
	10.000 TL ve üzeri	103	4,34	0,603		
	Toplam	601	4,21	0,709		
Hedonistler	1000 TL'den daha az	117	4,322	0,646	3,683	0,014*
	1001-2500 TL	36	4,25	0,654		
	2501-5000 TL	164	4,136	0,805		
	5001-10000 TL	181	4,304	0,691		
	10.000 TL ve üzeri	103	4,463	0,582		
	Toplam	601	4,286	0,703		

Tablo 12. Gelir Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Gelir değişkeni ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda gelir ile hedonistler grubunda ($p=,014$ ve $p<0,05$) anlamlı bir farklılaşma vardır.

	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$	S.S	F	P
Gelenekselciler	İlkokul	18	3,738	0,618	4,887	0,002*
	Ortaokul	18	3,333	0,652		
	Lise	121	3,211	0,75		
	Lisans ve üzeri	444	3,103	0,76		
	Toplam	601	3,15	0,759		
Evetçiler	İlkokul	18	3,176	0,999	0,943	0,419
	Ortaokul	18	3,065	0,589		
	Lise	121	3,169	0,691		
	Lisans ve üzeri	444	3,263	0,713		
	Toplam	601	3,235	0,715		
Kilo Kontrolcüler	İlkokul	18	3,093	0,797	3,159	0,024*
	Ortaokul	18	2,87	0,661		
	Lise	121	3,047	0,744		
	Lisans ve üzeri	444	2,844	0,685		
	Toplam	601	2,893	0,704		
Modernistler	İlkokul	18	4,074	0,805	0,589	0,622

	Ortaokul	18	4,37	0,582		
	Lise	121	4,234	0,73		
	Lisans ve üzeri	444	4,203	0,705		
	Toplam	601	4,21	0,709		
Hedonistler	İlkokul	18	4,056	1,086		
	Ortaokul	18	4,278	0,527		
	Lise	121	4,163	0,808	2,456	0,062
	Lisans ve üzeri	444	4,329	0,655		
	Toplam	601	4,286	0,703		

Tablo 13. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Eğitim değişkeni ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu doğrultuda gelenekselciler grubu ($p=,002$ ve $p<0,05$) için farklılaşmanın kaynağı ilkökul ile lise; ilkökul ile lisans ve üzeri eğitim durumuna sahip bireyler arasındadır. Kilo kontrolcüler ($p=,024$ ve $p<0,05$) grubunda ise farklılaşmasının kaynağı lise ile lisans ve üzeri eğitime sahip olan bireylerdir.

	Katılımcının annesinin eğitimi	N	Mean	S.S	F	P
Gelenekselciler	O-Y değil	60	3,364	0,681		
	İlkokul	289	3,188	0,692		
	Ortaokul	90	3,090	0,875	3,531	0,067
	Lise	116	3,116	0,782		
	Lisans ve üzeri	46	2,842	0,869		
	Total	601	3,150	0,759		
Evetçiler	O-Y değil	60	3,008	0,736		
	İlkokul	289	3,196	0,682		
	Ortaokul	90	3,370	0,699	3,212	0,073
	Lise	116	3,341	0,686		
	Lisans ve üzeri	46	3,250	0,902		
	Total	601	3,235	0,715		
Kilo Kontrolcüler	O-Y değil	60	2,967	0,697		
	İlkokul	289	2,870	0,655		
	Ortaokul	90	2,978	0,799	0,871	0,481
	Lise	116	2,894	0,760		
	Lisans ve üzeri	46	2,779	0,668		
	Toplam	601	2,893	0,704		
Modernistler	O-Y değil	60	4,328	0,547	1,955	0,100

Hedonistler	İlkokul	289	4,220	0,742	1,448	0,217
	Ortaokul	90	4,178	0,696		
	Lise	116	4,086	0,749		
	Lisans ve üzeri	46	4,370	0,550		
	Total	601	4,210	0,709		
	O-Y değil	60	4,372	0,579		
	İlkokul	289	4,246	0,750		
	Ortaokul	90	4,374	0,576		
	Lise	116	4,330	0,712		
	Lisans ve üzeri	46	4,138	0,732		
	Total	601	4,286	0,703		

Tablo 14. Katılımcının Annesinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Katılımcının annesinin eğitim durumu değişkeni ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

	Katılımcının babasının eğitimi				F	P
		n	Mean	S.S		
Gelenekselciler	O-Y değil	13	3,132	0,616	2,639	0,033
	İlkokul	255	3,208	0,717		
	Ortaokul	98	3,108	0,812		
	Lise	138	3,224	0,772		
	Lisans ve üzeri	97	2,941	0,783		
	Total	601	3,150	0,759		
Evetçiler	O-Y değil	13	2,897	0,765	1,697	0,149
	İlkokul	255	3,203	0,691		
	Ortaokul	98	3,366	0,697		
	Lise	138	3,223	0,753		
	Lisans ve üzeri	97	3,251	0,723		
	Total	601	3,235	0,715		
Kilo Kontrolcüler	O-Y değil	13	3,244	0,841	1,166	0,325
	İlkokul	255	2,876	0,677		
	Ortaokul	98	2,947	0,740		
	Lise	138	2,896	0,751		
	Lisans ve üzeri	97	2,833	0,642		
	Total	601	2,893	0,704		
Modernistler	O-Y değil	13	4,308	0,535	1,254	0,287
	İlkokul	255	4,226	0,752		
	Ortaokul	98	4,184	0,662		

Hedonistler	Lise	138	4,280	0,604	1,939	0,103
	Lisans ve üzeri	97	4,082	0,786		
	Total	601	4,210	0,709		
	O-Y değil	13	4,282	0,731		
	İlkokul	255	4,290	0,696		
	Ortaokul	98	4,282	0,699		
	Lise	138	4,389	0,698		
	Lisans ve üzeri	97	4,131	0,716		
	Total	601	4,286	0,703		

Tablo 15. Katılımcının Babasının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Katılımcının babasının eğitim durumu değişkeni ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

	Çalışma durumu	N	Mean	Std. Deviation	F	P
Gelenekselciler	Kendi işinde	49	3,169	0,778	7,091	0,000*
	İşsiz	30	3,067	0,694		
	Öğrenci	113	2,766	0,693		
	Emekli	95	3,332	0,632		
	Ev hanımı	48	3,333	0,628		
	Kamu	86	3,198	0,803		
	Özel	180	3,233	0,800		
	Total	601	3,150	0,759		
Evetçiler	Kendi işinde	49	3,071	0,917	1,505	0,174
	İşsiz	30	3,367	0,539		
	Öğrenci	113	3,282	0,649		
	Emekli	95	3,119	0,594		
	Ev hanımı	48	3,226	0,580		
	Kamu	86	3,194	0,694		
	Özel	180	3,313	0,806		
	Total	601	3,235	0,715		
Kilo Kontrolcüler	Kendi işinde	49	3,017	0,872	1,452	0,192
	İşsiz	30	2,922	0,737		
	Öğrenci	113	2,948	0,639		
	Emekli	95	2,728	0,623		
	Ev hanımı	48	2,816	0,661		
	Kamu	86	2,952	0,712		
	Özel	180	2,900	0,728		
	Total	601	2,893	0,704		
	Kendi işinde	49	3,986	0,830		

Modernistler	İşsiz	30	4,267	0,663	1,509	0,173
	Öğrenci	113	4,224	0,634		
	Emekli	95	4,137	0,827		
	Ev hanımı	48	4,326	0,679		
	Kamu	86	4,306	0,716		
	Özel	180	4,215	0,654		
	Total	601	4,210	0,709		
Hedonistler	Kendi işinde	49	4,231	0,809	1,265	0,271
	İşsiz	30	4,456	0,557		
	Öğrenci	113	4,218	0,662		
	Emekli	95	4,295	0,711		
	Ev hanımı	48	4,118	0,893		
	Kamu	86	4,380	0,594		
	Özel	180	4,309	0,703		
	Total	601	4,286	0,703		

Tablo 16. Meslek Değişkenine Göre Gıda Tercihlerinin Farklılaşması

Meslek değişkeni ile gıda tercihleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığının tespit edilebilmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılık genelselciler boyutundadır ve farklılığın kaynağı kendi işinde ile öğrenci; öğrenci ile emekli; öğrenci ile ev hanımı; öğrenci ile kamu; öğrenci ile özel sektör çalışanları arasındadır.

4.6. Kültürel Tüketim Tercihlerine İlişkin Bulgular

Kültürel tüketim alışkanlıkları, Türkiye'de kültürel ayrımın en önemli alanları olarak tanımlanan üç beğeni alanında işlevselleştirilmiştir. Bu alanlar müzik, yiyecekler ve edebiyattır. Yerel müzik beğeni türleri arasında dini, fantezi (kolay dinleme biçimine uyarlanmış yerel klasik "sanat" türüne dayalı bir biçim), arabesk (Türk halk müziği ve klasiğinin, batı pop müziğinin ve oryantal müziğin bir sentezi), pop, halk müziği yer almaktadır. Batı türleri ise klasik, rap/hip-hop, heavy metal, blues, rock, elektronik dans, Latin, caz ve klasik müzik yer almaktadır. Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak bireylerin kültürel tüketim örüntüleri, müzik ve yiyecekler örnekleminde çoklu uyum analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

4.7. Kültürel Tüketim Tercihleri İçin Farklılaşmalara Ait Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde kültürel tüketim pratikleri içerisinde yer alan edebiyat, müzik ve yiyecekler ait farklılık testleri sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

İlk olarak edebiyat, müzik ve yiyecekler değişkenlerinin cinsiyet ve medeni durum değişkeni açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bulgular Tablo 17'deki gibidir.

		Cinsiyet	n	$\bar{x}$	S.S	t	p
MÜZİK	Dini Müzikler	Kadın	328	4,0854	1,02806	3,130	0,077
		Erkek	273	4,0073	1,10145		
	Fantezi	Kadın	328	2,3811	1,02806	4,297	,002*
		Erkek	273	2,5238	1,10145		
	Arabesk	Kadın	328	4,3354	1,07104	1,225	,269
		Erkek	273	4,4396	1,03479		
	Özgün Müzik	Kadın	328	4,8110	,94218	3,628	,057
		Erkek	273	4,8205	,86221		
	Türk Pop Müziği	Kadın	328	2,8628	,34458	45,603	,000*
		Erkek	273	2,7509	,48150		
	Türk Halk Müziği	Kadın	328	4,7073	1,0491	50,674	,000*
		Erkek	273	5,0403	,81925		
	Klasik Türk Müziği	Kadın	328	4,6463	,97205	,972	,324
		Erkek	273	4,6593	,92219		
	Klasik Batı Müziği	Kadın	328	2,5427	,56233	,112	,029*
		Erkek	273	2,4432	,54695		
	Rap/Hip hop	Kadın	328	2,2317	,51991	,481	,488
		Erkek	273	2,2234	,54695		
	Heavy Metal	Kadın	328	2,5857	56585	,350	,331
		Erkek	273	2,5715	55432		
	Blues	Kadın	328	1,3018	,45975	20,972	,000*
		Erkek	273	1,3956	,48988		
	Rock	Kadın	328	2,4482	,54498	,224	,636
		Erkek	273	2,4542	,55465		
	Elektronik Dans	Kadın	328	3,9726	,92659	,004	,952
		Erkek	273	4,0000	,95871		
	Latin	Kadın	328	2,5061	,54741	3,339	,068
		Erkek	273	2,4103	,60040		
	Jazz	Kadın	328	1,4360	,49664	,531	,466
		Erkek	273	1,4212	,49467		
EDEBİYAT	Türk Edebiyatı	Kadın	328	1,7744	,41862	7,597	,166
		Erkek	273	1,7253	,44720		
	Bilim Kurgu/Fantastik	Kadın	328	1,9055	,29299	13,616	,000*
		Erkek	273	1,9451	,22829		
	Bilim Tarih Politika	Kadın	328	1,7134	,45286	16,161	,000*
		Erkek	273	1,7839	,41235		
	Klasik Dünya Edebiyatı	Kadın	328	1,7134	,45286	19,158	,023*
		Erkek	273	1,6264	,48465		
	Modern Dünya Edebiyatı	Kadın	328	1,7073	,45569	51,890	,000*
		Erkek	273	1,5348	,49970		

YİYECEK	Mizah	Kadın	328	1,9055	,29299	13,616	,069
		Erkek	273	1,9451	,22829		
	Ev Yapımı Yemekler	Kadın	328	2,9878	,10992	6,035	,014
		Erkek	273	2,9744	,15835		
	Kebap	Kadın	328	1,8902	,31306	120,396	,000*
		Erkek	273	1,9890	,10444		
	Balık	Kadın	328	1,8537	,35399	14,931	,058
		Erkek	273	1,9048	,29408		
	Sakatat İçerikli Çorbalar	Kadın	328	2,5457	,51674	52,514	,000*
		Erkek	273	2,7363	,46578		
	Sokak Yiyecekleri	Kadın	328	2,7104	0,47405	15,590	,058
		Erkek	273	2,7802	0,41486		
	Pizza	Kadın	328	1,8476	,36000	86,242	,000*
		Erkek	273	1,6923	,46239		
	Fine dining Restoranlar	Kadın	328	2,7317	,55957	5,257	,022*
		Erkek	273	2,6447	,55085		
	Dünya Mutfağı	Kadın	328	2,6982	,47929	15,844	,023*
		Erkek	273	2,6044	,52607		
	Kafe/bistro	Kadın	328	2,8262	,38747	60,363	,000*
		Erkek	273	2,6850	,47321		
	Fastfood	Kadın	328	1,7073	,45569	50,918	,000*
		Erkek	273	1,5385	,49943		

Tablo 17. Cinsiyet Değişkenine Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Kültürel tüketim pratiklerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşma meydana getirip getirmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Müzik değişkeni açısından tablo incelendiğinde fantezi müzik ($p=,002$ ve $p<0,05$), Türk pop müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$), Türk halk müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve Blues ($p=,000$ ve $p<0,05$), Klasik batı müziği ($p=,029$ ve $p<0,05$ türleri ile cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu doğrultuda erkek bireyler fantezi müzik türünü kadın bireylere göre daha çok beğenmektedir. Türk pop müziği türüne bakıldığında ise kadınlar erkeklerden daha çok bu müzik türünü beğenmektedir. Türk halk müziği değişkenine bakıldığında erkekler Türk halk müziği müzik türünü kadınlardan daha çok beğenmektedir. Blues türüne bakıldığı yine erkek bireylerin kadın bireylerden daha çok bu müzik türünü sevdiğini söylemek mümkündür. Analiz sonucu elde edilen klasik batı müziği türüne bakıldığında anlamlı bir farklılaşma bulunmuştur ve bu doğrultuda kadınlar klasik batı müziğini erkeklere oranla daha çok beğenmektedir.

Edebiyat değişkeni için farklılaşma sonuçlarına bakıldığında mizah ve Türk edebiyatı haricinde bütün alt boyutlarda farklılaşma olduğu görülmektedir. Tablo incelendiğinde

bilim kurgu/fantastik ($p=,000$ ve $p<0,05$), bilim/tarih/politika ($p=,000$ ve $p<0,05$), klasik dünya edebiyatı ($p=,023$ ve $p<0,05$) ve modern dünya edebiyatı ($p=,000$ ve $p<0,05$) türleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Sonuçlar doğrultusunda erkeklerin kadınlardan daha çok bilim kurgu ve fantastik, bilim/tarih/politika türlerini beğendiği, kadınların ise klasik dünya edebiyatını ve modern dünya edebiyatını erkek bireylerden daha çok beğendiği görülmektedir.

Yiyecekler değişkeni için sonuçlar incelendiğinde kebab ($p=,000$ ve $p<0,05$), sakatat içerikli çorbalar ($p=,000$ ve $p<0,05$), pizza ($p=,000$ ve $p<0,05$), dünya mutfağı ($p=,023$ ve $p<0,05$), kafe/bistro ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve fast food ($p=,000$ ve $p<0,05$) boyutlarında anlamlı farklılaşmalar meydana geldiği görülmektedir. Tablo incelendiğinde erkeklerin kadınlardan daha çok kebab ve sakatat içerikli çorbaları beğendiği görülmektedir. Bununla birlikte kadınlar ise dünya mutfağı, pizza, fine dining restoranlar, kafe bistro ve dünya mutfağına meylettiklerini ve beğendiklerini söylemek mümkündür.

Cinsiyet değişkeninin ardından medeni durum değişkenin kültürel tüketim değişkeninin alt boyutlarından olan müzik, edebiyat ve yiyecek değişkenleri üzerinde anlamlı bir farklılaşma meydana getirip getirmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar t testi yapılmıştır.

		Medeni Durum	n	$\bar{x}$	S.S	T	P
MÜZİK	Dini Müzikler	Evli	306	2,4477	,54220	4,123	,000*
		Bekar	295	2,2746	,56170		
	Fantezi	Evli	306	2,4869	,50715	11,906	,065
		Bekar	295	2,4034	,59760		
	Arabesk	Evli	306	2,4641	,50604	,090	,010*
		Bekar	295	2,5729	,52871		
	Özgün Müzik	Evli	306	2,7745	,41859	4,212	,441
		Bekar	295	2,7458	,50147		
	Türk Pop Müziği	Evli	306	2,8431	,38184	13,661	,061
		Bekar	295	2,7797	,44675		
	Türk Halk Müziği	Evli	306	2,8562	,36066	159,606	,000*
		Bekar	295	2,6271	,50502		
	Klasik Türk Müziği	Evli	306	2,7451	,45129	34,402	,001*
		Bekar	295	2,6169	,51414		
	Klasik Batı Müziği	Evli	306	2,4967	,52634	6,214	,972
		Bekar	295	2,4983	,58829		

EDEBİYAT	Rap/Hip hop	Evli	306	2,2059	0,5058	7,321	,000*
		Bekar	295	2,2508	0,5576		
	Heavy Metal	Evli	306	2,5452	0,35854	5,104	0,452
		Bekar	295	2,5326	0,35823		
	Blues	Evli	306	1,3497	0,47765	,103	,749
		Bekar	295	1,6441	0,47961		
	Rock	Evli	306	2,5915	0,34279	,58	0,996
		Bekar	295	2,2610	0,31824		
	Elektronik Dans	Evli	306	2,2059	,50580	7,321	,301
		Bekar	295	2,2508	,55768		
	Latin	Evli	306	1,5261	,50013	,040	,841
		Bekar	295	1,4780	,50036		
	Jazz	Evli	306	1,3922	,48903	10,920	,061
		Bekar	295	1,4678	,49981		
	Türk Edebiyatı	Evli	306	1,8301	,37619	86,322	,000*
		Bekar	295	1,6712	,47058		
	Bilim kurgu/Fantastik	Evli	306	1,6732	,46981	73,204	,000*
		Bekar	295	1,8203	,38456		
	Bilim/Tarih/Politika	Evli	306	1,7582	0,42889	,016	,898
		Bekar	295	1,7559	0,43026		
	Klasik Dünya Edebiyatı	Evli	306	1,6699	,47101	,176	,675
		Bekar	295	1,6780	,46805		
	Modern Dünya Edebiyatı	Evli	306	1,5980	,49110	9,892	,110
		Bekar	295	1,6610	,47417		
	Mizah	Evli	306	1,9314	,25323	2,209	,138
		Bekar	295	1,9153	,27898		
YİYECEKLER	Ev Yapımı Yemekler	Evli	306	2,9902	,09869	10,194	,114
		Bekar	295	2,9729	,16271		
	Kebap	Evli	306	1,9412	,23568	1,512	,219
		Bekar	295	1,9288	,25757		
	Balık	Evli	306	1,9248	,26409	58,155	,000*
		Bekar	295	1,8271	,37879		
	Sakatat İçerikli Çorbalar	Evli	306	2,7484	,43466	90,610	,000*
		Bekar	295	2,5119	,53993		
	Sokak Yiyecekleri	Evli	306	2,6634	0,4802	72,417	,000*
		Bekar	295	2,8237	0,39912		
	Pizza	Evli	306	1,6961	0,4607	107,143	,000*
		Bekar	295	1,861	0,34652		
	Fine dining Restoranlar	Evli	306	2,6503	,55982	6,519	,061
		Bekar	295	2,7356	,55136		
	Dünya Mutfağı	Evli	306	2,5686	,51553	42,130	,000*
		Bekar	295	2,7458	,47356		
	Kafe/bistro	Evli	306	2,6667	,47907	131,049	,000*
		Bekar	295	2,8610	,35620		
Fastfood		Evli	306	1,4804	,50043	146,539	,000*
		Bekar	295	1,7864	,41052		

Tablo 18. Medeni Durum Değişkenine Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Medeni durum değişkeninin kültürel tüketim değişkeninin alt boyutlarından olan müzik, edebiyat ve yiyecek değişkenleri üzerinde anlamlı bir farklılaşma meydana getirip getirmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplar t testi yapılmıştır.

Müzik değişkeni açısından tablo incelendiğinde dini müzik ($p=,002$ ve $p<0,05$), arabesk müzik ($p=,010$ ve $p<0,05$), Türk halk müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$), klasik Türk müziği ($p=,001$ ve $p<0,05$), ve rap/hip hop ($p=,001$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma meydana geldiği görülmektedir. Bu doğrultuda evli bireyler bekar bireylerden daha çok dini müzik, Türk halk müziği, klasik Türk müziği türlerini beğenmekteyken, bekar bireyler arabesk müzik ve rap/hip hop türünü beğenmektedir.

Edebiyat değişkeni açısından tablo incelendiğinde Türk edebiyatı ($p=,000$ ve $p<0,05$), bilim kurgu/fantastik ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma görülmektedir. Bu doğrultuda evli bireyler türk edebiyatını daha çok beğenirken, bekar bireyler bilim kurgu ve fantastik türlerini beğenmektedir.

Yiyecekler değişkeni açısından tablo incelendiğinde farklılaşmanın balık ($p=,000$ ve $p<0,05$), sakatat içerikli çorbalar ($p=,000$ ve $p<0,05$), sokak lezzetleri ($p=,000$ ve $p<0,05$), pizza ($p=,000$ ve $p<0,05$), dünya mutfağı ($p=,000$ ve $p<0,05$), kafeler ($p=,000$ ve $p<0,05$), ve fast food ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda evli bireyler bekar bireylere oranla balık, ve sakatat içerikli çorbaları beğenmekteyken, bekar bireyler sokak lezzetleri, pizza, dünya mutfağı, fast food, ve kafe/bistro türlerini beğenmekte ve tercih etmektedir.

4.8. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Kültürel tüketim örüntülerinin değişkenleri olan müzik, edebiyat ve yiyecekler alt boyutları ile yaş, eğitim durumu, katılımcının annesinin eğitim durumu, katılımcının babasının eğitim durumu, çalışma durumu ve aylık hanehalkı geliri değişkenleri arasında farklılaşma olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular Tablo 19'daki gibidir.

	Yaş	n	$\bar{X}$	S.S	f	P
--	-----	---	-----------	-----	---	---

	Dini Müzikler	18-23	120	2,2417	,56503	2,554	,068
		24-29	127	2,3307	,56421		
		30-35	91	2,3846	,55316		
		36-41	66	2,4697	,53262		
		42 ve üzeri	197	2,4112	,55188		
	Fantezi	18-23	120	2,3333	,66526	1,790	,129
		24-29	127	2,4409	,52935		
		30-35	91	2,4945	,52438		
		36-41	66	2,5152	,50360		
		42 ve üzeri	197	2,4721	,52048		
	Arabesk	18-23	120	2,6333	,51748	5,430	,000*
		24-29	127	2,5827	,49507		
		30-35	91	2,5275	,52368		
		36-41	66	2,5606	,50012		
		42 ve üzeri	197	2,3858	,51844		
	Özgün Müzik	18-23	120	2,6833	,53426	1,373	,242
		24-29	127	2,7559	,49947		
		30-35	91	2,7912	,40870		
		36-41	66	2,7424	,44065		
		42 ve üzeri	197	2,8020	,41206		
	Türk Pop Müziği	18-23	120	2,7167	,48824	4,224	,002*
		24-29	127	2,7480	,48744		
		30-35	91	2,8901	,31449		
		36-41	66	2,8939	,31027		
		42 ve üzeri	197	2,8477	,37411		
	Türk Halk Müziği	18-23	120	2,5167	,54976	19,771	,000*
		24-29	127	2,6299	,48474		
		30-35	91	2,7473	,46172		
		36-41	66	2,9091	,28968		
		42 ve üzeri	197	2,8985	,30279		
	Klasik Türk Müziği	18-23	120	2,6000	,52501	3,861	,004*
		24-29	127	2,5906	,52485		
		30-35	91	2,6923	,48745		
		36-41	66	2,7273	,44877		
		42 ve üzeri	197	2,7716	,43284		
	Klasik Batı Müziği	18-23	120	2,4250	,64381	0,725	,575
		24-29	127	2,5354	,53147		
		30-35	91	2,5165	,56495		
		36-41	66	2,4848	,53328		

EDE BİYA T	Rap/Hip hop	42 ve üzeri	197	2,5127	,52108	27,534	,000*
		18-23	120	1,7833	,41370		
		24-29	127	1,5827	,49507		
		30-35	91	1,5714	,49761		
		36-41	66	1,4091	,49543		
	Heavy Metal	42 ve üzeri	197	1,2538	,43630	,510	,728
		18-23	120	4,2667	1,0747		
		24-29	127	4,4252	1,0041		
		30-35	91	4,3956	1,0528		
		36-41	66	4,3182	1,0547		
	Blues	42 ve üzeri	197	4,3046	,96818	0,971	,423
		18-23	120	4,6750	1,0221		
		24-29	127	4,8268	,92663		
		30-35	91	4,8901	,86217		
		36-41	66	4,8636	,95895		
	Rock	42 ve üzeri	197	4,8426	,81479	3,006	,018*
		18-23	120	1,5250	,50147		
		24-29	127	1,5748	,49633		
		30-35	91	1,4945	,50274		
		36-41	66	1,3939	,49237		
	Elektronik Dans	42 ve üzeri	197	1,4061	,49235	1,711	,146
		18-23	120	2,2333	,54593		
		24-29	127	2,2047	,56819		
		30-35	91	2,3516	,56517		
		36-41	66	2,1515	,47206		
	Latin	42 ve üzeri	197	2,2081	,49727	6,411	,000*
		18-23	120	1,3500	,47897		
		24-29	127	1,4331	,49746		
		30-35	91	1,5275	,50201		
		36-41	66	1,5303	,50291		
	Jazz	42 ve üzeri	197	1,6193	,48680	,765	,549
		18-23	120	1,4250	,49642		
		24-29	127	1,4409	,49847		
		30-35	91	1,4615	,50128		
		36-41	66	1,3333	,47502		
	Türk Edebiyatı	42 ve üzeri	197	1,4416	,49785	17,204	,000*
		18-23	120	1,5333	,50098		
		24-29	127	1,6850	,46634		
		30-35	91	1,7363	,44310		

YİYECEKLER	Mizah	36-41	66	1,8333	,37553	2,431	,055
		42 ve üzeri	197	1,9086	,28887		
		18-23	120	1,8917	,31210		
		24-29	127	1,9055	,29367		
		30-35	91	1,8901	,31449		
		36-41	66	1,9242	,26664		
	Bilim Kurgu/Fantastik	42 ve üzeri	197	1,9695	,17228	5,578	,000*
		18-23	120	1,8417	,36658		
		24-29	127	1,8110	,39304		
		30-35	91	1,7912	,40870		
		36-41	66	1,6818	,46934		
		42 ve üzeri	197	1,6447	,47983		
	Bilim/Tarih/Politika	18-23	120	1,7333	,44407	,971	,423
		24-29	127	1,7244	,44858		
		30-35	91	1,7253	,44885		
		36-41	66	1,8182	,38865		
		42 ve üzeri	197	1,7868	,41061		
	Klasik Dünya Edebiyatı	18-23	120	1,6250	,48615	,668	,614
		24-29	127	1,6614	,47510		
		30-35	91	1,7253	,44885		
		36-41	66	1,6970	,46309		
		42 ve üzeri	197	1,6802	,46759		
	Modern Dünya Edebiyatı	18-23	120	1,6083	,49017	,907	,460
		24-29	127	1,6535	,47773		
		30-35	91	1,7033	,45934		
		36-41	66	1,5909	,49543		
		42 ve üzeri	197	1,6041	,49030		
	Ev Yapımı Yemekler	18-23	120	2,9667	,18026	1,491	,203
		24-29	127	2,9685	,17535		
		30-35	91	2,9780	,14742		
		36-41	66	3,0000	0,00000		
		42 ve üzeri	197	2,9949	,07125		
	Kebap	18-23	120	1,9333	,25049	1,732	,141
		24-29	127	1,9134	,28238		
		30-35	91	1,9231	,26795		
		36-41	66	1,8939	,31027		
		42 ve üzeri	197	1,9695	,17228		
	Balık	18-23	120	1,7917	,40782	5,507	,000*
		24-29	127	1,8346	,37297		

	30-35	91	1,8571	,35187		
	36-41	66	1,9242	,26664		
	42 ve üzeri	197	1,9492	,22007		
Sakatat İçerikli Çorbalar	18-23	120	2,4250	,52919	18,624	,000*
	24-29	127	2,4724	,53194		
	30-35	91	2,6703	,51758		
	36-41	66	2,6515	,48014		
	42 ve üzeri	197	2,8376	,36979		
Sokak Yiyecekleri	18-23	120	2,8917	,36197	11,811	,000*
	24-29	127	2,8425	,36570		
	30-35	91	2,7912	,43503		
	36-41	66	2,6061	,49237		
	42 ve üzeri	197	2,6091	,48919		
Pizza	18-23	120	1,9083	,28976	11,655	,069
	24-29	127	1,8504	,35810		
	30-35	91	1,8242	,38278		
	36-41	66	1,7879	,41194		
	42 ve üzeri	197	1,6244	,48552		
Finedining Restoranlar	18-23	120	2,7583	,51850	2,815	,102
	24-29	127	2,7087	,59242		
	30-35	91	2,7802	,46672		
	36-41	66	2,7273	,51277		
	42 ve üzeri	197	2,5888	,59631		
Dünya Mutfağı	18-23	120	2,7750	,47567	6,611	,000*
	24-29	127	2,6929	,49620		
	30-35	91	2,7692	,42366		
	36-41	66	2,5758	,49801		
	42 ve üzeri	197	2,5330	,52990		
Fastfood	18-23	120	2,9167	,27754	14,486	,000*
	24-29	127	2,8504	,37961		
	30-35	91	2,8132	,39192		
	36-41	66	2,7576	,43183		
	42 ve üzeri	197	2,5888	,50354		
Kafe/Bistro	18-23	120	2,9167	,27754	39,740	,059
	24-29	127	2,8504	,37961		
	30-35	91	2,8132	,39192		
	36-41	66	2,7576	,43183		
	42 ve üzeri	197	2,5888	,50354		

Tablo. 19 Yaşa Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Yaş değişkeni ile beğenilen müzik türü arasında farklılaşma olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonucu elde edilen bulgulara bakıldığında arabesk müzik ($p=,000$ ve $p<0,05$), Türk pop müziği ($p=,002$ ve $p<0,05$), Türk halk müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$), Rap/Hip hop ($p=,000$ ve $p<0,05$), Rock ($p=,018$ ve $p<0,05$) ve Latin ($p=,000$ ve $p<0,05$) türleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Farklılığın kaynağının tespit edilmesi içinse Post Hoc testi yapılmıştır. Bu doğrultuda arabesk müzik için farklılaşmanın kaynağı 42 yaş ve üzeri olan gruptan kaynaklanmaktadır. 18-23 yaş ve 24-29 yaş aralığındaki bireyler 42 yaş ve üzerindeki bireylerden daha çok arabesk müziği beğenmektedirler. Türk pop müziği için farklılığın kaynağı araştırıldığında 18-23 yaş ile 42 yaş ve üzeri olan grup ile 24-29 yaş ve 42 yaş ve üzerinden kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda 18-23 yaş ile 24-29 yaş aralığındaki grup 42 yaş ve üzeri grupta yer alan bireylerden daha çok Türk Pop müziği türünü beğenmektedir.

Edebiyat değişkeni ile yaş grupları arasında yapılan analiz sonucunda ise Türk edebiyatı ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve bilim kurgu/fantastik ($p=,000$ ve $p<0,05$) türleri arasında anlamlı farklılaşmalar olduğu tespit edilmiştir. Farklılığın kaynağının tespit edilmesi içinse Post Hoc testi yapılmıştır. Bu doğrultuda Türk edebiyatı türü için bütün yaş grupları arasında farklılaşma vardır. Bireylerin yaş ortalamaları arttıkça türk edebiyatı türünü beğenme ortalamalarının arttığını söylemek mümkündür. Bilim kurgu/fantastik değişkeni için farklılaşmanın kaynağına bakıldığında 18-23 yaş ile 42 yaş ve üzeri ile 24-29 ile 42 yaş ve üzeri gruptan kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda yaş grubu küçüldükçe bireyler bilim kurgu ve fantastik türlerini daha çok beğenme eğilimindedir.

Yaş değişkeni ile yiyecek grupları arasında yapılan analiz sonucunda ise balık ($p=,000$ ve $p<0,05$), sakatat içerikli çorbalar ($p=,000$ ve $p<0,05$), sokak yiyecekleri ($p=,000$ ve $p<0,05$), dünya mutfağı ($p=,000$ ve $p<0,05$), fast food ($p=,000$ ve $p<0,05$) tercihlerindeki beğeniler farklılaşmaktadır. Farklılığın kaynağına bakıldığında ise balık türünü beğenenler için 18-23 ile 42 yaş ve üzeri, 24-29 ile 42 yaş ve üzeri gruplar arasından kaynaklanmaktadır. Yaş ortalaması arttıkça bireylerin balık türünü beğenme eğilimlerinin arttığını söylemek mümkündür. Sakatat içerikli çorbalara bakıldığında 18-23 arasındaki yaş grubundaki bireyler ile, 30-35, 36-41 ve 41 yaş üzerindeki gruplardan kaynaklanmaktadır. Yaş grubu küçüldükte bireylerin sakatat içerikli çorbaları beğenme eğilimleri artmaktadır. Sokak yiyecekleri için elde edilen sonuçlara

bakıldığında 18-23 yaş ile 36-41 ve, 42 yaş ve üzeri gruptan kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda yaş grubu artıkça bireylerin sokak lezzetlerini beğenme oranlarının düştüğünü söylenebilir. Dünya mutfağı ile yaş grubu değişkeni arasında farklılığın kaynağına bakıldığında farklılığın kaynağının 42 yaş ve üzeri grup ile diğer yaş grupları arasında olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda dünya mutfağını ben çok beğenen grubun 18-23 yaş aralığındaki grup olduğu söylenebilir. Fast food değişkeni için farklılığın kaynağına bakıldığında 18-23 yaş ile 42 yaş ve üzeri gruptan kaynaklandığı söylenebilir. Yaş ortalaması arttıkça bireylerin fast food tarzını daha az beğendiğini söylemek mümkündür.

Kültürel tüketim örüntülerinin değişkenleri olan müzik, edebiyat ve yiyecekler alt boyutları ile katılımcının annesinin eğitim durumu değişkenleri arasında farklılaşma olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular Tablo 20'deki gibidir.

		Katılımcının Annesinin Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	S.S	F	P
MÜZİK	Dini Müzikler	Okur-yazar değil	60	2,4833	,56723	6,996	,000*
		İlkokul	289	2,4394	,53745		
		Ortaokul	90	2,3444	,54383		
		Lise	116	2,2414	,56907		
		Lisans ve üzeri	46	2,0652	,53342		
	Fantezi	Okur-yazar değil	60	2,4500	,50169	,560	,692
		İlkokul	289	2,4740	,54024		
		Ortaokul	90	2,4444	,60170		
		Lise	116	2,4052	,57451		
		Lisans ve üzeri	46	2,3696	,57189		
	Arabesk	Okur-yazar değil	60	2,5667	,49972	1,671	,155
		İlkokul	289	2,5156	,50751		
		Ortaokul	90	2,5778	,51881		
		Lise	116	2,5172	,56696		
		Lisans ve üzeri	46	2,3478	,48154		
	Özgün Müzik	Okur-yazar değil	60	2,7833	,41545	1,763	,135

	İlkokul	289	2,7924	,42305		
	Ortaokul	90	2,7889	,43691		
	Lise	116	2,6724	,57143		
	Lisans ve üzeri	46	2,6957	,46522		
Türk Pop Müziği	Okur-yazar değil	60	2,7833	,41545		
	İlkokul	289	2,8374	,37894		
	Ortaokul	90	2,8444	,39409	1,130	,341
	Lise	116	2,7586	,48670		
	Lisans ve üzeri	46	2,7609	,48004		
Türk Halk Müziği	Okur-yazar değil	60	2,9000	,30253		
	İlkokul	289	2,8028	,40722		
	Ortaokul	90	2,7556	,43216	9,472	,000*
	Lise	116	2,5948	,54339		
	Lisans ve üzeri	46	2,5217	,50505		
Klasik Türk Müziği	Okur-yazar değil	60	2,6833	,50394		
	İlkokul	289	2,7336	,45827		
	Ortaokul	90	2,7000	,48459	2,640	,301
	Lise	116	2,5776	,52999		
	Lisans ve üzeri	46	2,5870	,49782		
Klasik Batı Müziği	Okur-yazar değil	60	2,4000	,55845		
	İlkokul	289	2,5260	,53377		
	Ortaokul	90	2,4667	,58444	1,604	,172
	Lise	116	2,4483	,59483		
	Lisans ve üzeri	46	2,6304	,53161		
Rap/Hiphop	Okur-yazar değil	60	2,2000	,51420		
	İlkokul	289	2,1488	,50895		
	Ortaokul	90	2,3222	,53690	4,518	,591
	Lise	116	2,2845	,55648		
	Lisans ve üzeri	46	2,4348	,54374		
Heavy Metal	Okur-yazar değil	60	1,3000	,46212		
	İlkokul	289	1,4325	,49629		
	Ortaokul	90	1,5889	,49479	7,150	,067
	Lise	116	1,6207	,48732		
	Lisans ve üzeri	46	1,6304	,48802		

EDEBİYAT	Blues	Okur-yazar değil	60	2,6333	1,14931	4,205	,102
		İlkokul	289	3,0657	1,08293		
		Ortaokul	90	3,1778	1,15708		
		Lise	116	3,2586	1,18043		
		Lisans ve üzeri	46	3,3913	,95402		
	Rock	Okur-yazar değil	60	4,2000	1,00507	3,103	,073
		İlkokul	289	3,7924	1,18078		
		Ortaokul	90	3,6556	1,32530		
		Lise	116	3,8103	1,27118		
		Lisans ve üzeri	46	3,4130	1,29230		
	Elektronik Dans	Okur-yazar değil	60	3,9667	,84305	5,068	,039
		İlkokul	289	3,8304	,88720		
		Ortaokul	90	4,0778	1,00814		
		Lise	116	4,1638	1,00385		
		Lisans ve üzeri	46	4,3478	,92418		
	Latin	Okur-yazar değil	60	2,3833	,58488	,394	,813
		İlkokul	289	2,4602	,57673		
		Ortaokul	90	2,4889	,58530		
		Lise	116	2,4741	,56663		
		Lisans ve üzeri	46	2,5000	,54772		
	Jazz	Okur-yazar değil	60	2,2833	,55515	2,950	,020
		İlkokul	289	2,3426	,56238		
		Ortaokul	90	2,3889	,57464		
		Lise	116	2,4828	,58209		
		Lisans ve üzeri	46	2,5652	,50121		
	Türk Edebiyatı	Okur-yazar değil	60	2,8500	,36008	4,276	,002
		İlkokul	289	2,7855	,42776		
		Ortaokul	90	2,7333	,44469		
		Lise	116	2,6379	,51746		
		Lisans ve üzeri	46	2,5870	,61738		
	Bilimkurgu/Fantastik	Okur-yazar değil	60	2,6500	,51503	2,572	,037*
		İlkokul	289	2,6990	,48164		
		Ortaokul	90	2,8111	,39361		
		Lise	116	2,8190	,40858		

YİYECEK	Bilim/Tarih/Politika	Lisans ve üzeri	46	2,7391	,44396	,533	,711
		Okur-yazar değil	60	2,7333	,44595		
		İlkokul	289	2,7785	,41595		
		Ortaokul	90	2,7333	,44469		
		Lise	116	2,7155	,49001		
	Klasik/dünya/edebiyatı	Lisans ve üzeri	46	2,7609	,43127	,520	,721
		Okur-yazar değil	60	2,6667	,47538		
		İlkokul	289	2,6678	,47911		
		Ortaokul	90	2,6889	,46554		
		Lise	116	2,6034	,58799		
	Modern Dünya Edebiyatı	Lisans ve üzeri	46	2,6957	,51075	,706	,588
		Okur-yazar değil	60	2,5167	,53652		
		İlkokul	289	2,6159	,50815		
		Ortaokul	90	2,6333	,48459		
		Lise	116	2,6121	,57137		
	Mizah	Lisans ve üzeri	46	2,6739	,51873	,372	,829
		Okur-yazar değil	60	2,9333	,25155		
		İlkokul	289	2,9273	,28549		
		Ortaokul	90	2,9222	,26932		
		Lise	116	2,8966	,33308		
	Ev yapımı yemekler	Lisans ve üzeri	46	2,8913	,31470	1,433	,222
		Okur-yazar değil	60	5,7333	,44595		
		İlkokul	289	5,5779	,58481		
		Ortaokul	90	5,6444	,58657		
		Lise	116	5,5948	,54339		
	Kebap	Lisans ve üzeri	46	5,5000	,62361	5,068	,001*
		Okur-yazar değil	60	2,9167	,27872		
		İlkokul	289	2,9377	,25603		
		Ortaokul	90	2,9333	,25084		
		Lise	116	2,9483	,22243		
	Balık	Lisans ve üzeri	46	2,8913	,31470	2,797	,025*
		Okur-yazar değil	60	2,9500	,21978		
		İlkokul	289	2,8927	,30999		

	Ortaokul	90	2,8889	,31603		
	Lise	116	2,8017	,44173		
	Lisans ve üzeri	46	2,8043	,40109		
Sakatat İçerikli çorbalar	Okur-yazar değil	60	5,2333	,90884		
	İlkokul	289	4,8028	1,08295		
	Ortaokul	90	4,7444	1,07642	3,487	,008*
	Lise	116	4,6207	1,12409		
	Lisans ve üzeri	46	4,6522	1,13954		
Sokak Yiyecekleri	Okur-yazar değil	60	4,7500	,96770		
	İlkokul	289	4,7682	,97444		
	Ortaokul	90	4,9667	1,02168	5,434	,067*
	Lise	116	5,1638	,87421		
	Lisans ve üzeri	46	5,2174	,72765		
Pizza	Okur-yazar değil	60	2,6000	,49403		
	İlkokul	289	2,7509	,43326		
	Ortaokul	90	2,8000	,40224	5,872	,000*
	Lise	116	2,8534	,35519		
	Lisans ve üzeri	46	2,9348	,24964		
Finedining Restoranlar	Okur-yazar değil	60	4,3167	1,28210		
	İlkokul	289	4,6471	1,11803		
	Ortaokul	90	4,8667	,98528	9,000	,000*
	Lise	116	5,1121	,97599		
	Lisans ve üzeri	46	5,2391	,79400		
Dünya mutfağı	Okur-yazar değil	60	4,3667	1,07304		
	İlkokul	289	4,5433	1,02013		
	Ortaokul	90	4,8111	1,01555	8,139	,000*
	Lise	116	4,9483	,92167		
	Lisans ve üzeri	46	5,1739	,87697		
Fastfood	Okur-yazar değil	60	2,4333	,53256		
	İlkokul	289	2,5640	,50369		
	Ortaokul	90	2,6556	,47785	8,435	,507
	Lise	116	2,7759	,43909		
	Lisans ve üzeri	46	2,8261	,38322		

Cafebistro	Okur-yazar değil	60	4,5333	,87269	12,637	,100
	İlkokul	289	4,7163	,94416		
	Ortaokul	90	5,1667	,82448		
	Lise	116	5,2155	,78912		
	Lisans ve üzeri	46	5,1739	,79734		

Tablo 20. Katılımcının Annesinin Eğitim Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Beğenilen müzik türü ile bireylerin annelerinin eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında dini müzikler ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve Türk Halk Müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Dini müzik türlerinde farklılaşmanın kaynağı anneleri ortaokul mezunu olan bireylerden kaynaklanırken, Türk halk müziği türü için farklılığın kaynağı okur-yazar olmayan annelerden kaynaklanmaktadır.

Beğenilen edebi tür ile bireylerin annelerinin eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında bilim kurgu/fantastik ($p=,000$ ve $p<0,05$) türü için yalnızca farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Beğenilen yiyecek türleri ile bireylerin annelerinin eğitim durumu arasındaki farklılaşmaya bakıldığında pizza ($p=,000$ ve $p<0,05$), fine dining restoranlar ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve dünya mutfağından ($p=,000$ ve $p<0,05$) kaynaklanmaktadır.

Kültürel tüketim örüntülerinin değişkenleri olan müzik, edebiyat ve yiyecekler alt boyutları ile katılımcının babasının eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular Tablo 21'deki gibidir.

		Katılımcının Babasının Eğitim Durumu	n	$\bar{X}$	S.S	T	P
MÜZİK	Dini Müzikler	Okur-yazar değil	13	4,2308	1,01274	9,53	,000*
		İlkokul	255	4,1647	1,04821		
		Ortaokul	98	4,4286	0,96324		

	Lise	138	3,8478	1,04569		
	Lisans ve üzeri	97	3,6289	1,04403		
Fantezi	Okur-yazar değil	13	4,4615	1,05003		
	İlkokul	255	4,1922	0,96715	1,715	0,145
	Ortaokul	98	4,4388	1,07518		
	Lise	138	4,2391	1,00767		
	Lisans ve üzeri	97	4,1031	1,00503		
Arabesk	Okur-yazar değil	13	4,6923	1,1094		
	İlkokul	255	4,4078	1,03022	2,564	,037*
	Ortaokul	98	4,6122	1,04173		
	Lise	138	4,2609	1,02739		
	Lisans ve üzeri	97	4,2165	1,12941		
Özgün Müzik	Okur-yazar değil	13	4,8462	0,37553		
	İlkokul	255	4,8353	0,87188	0,562	0,69
	Ortaokul	98	4,8265	0,96351		
	Lise	138	4,8551	0,9086		
	Lisans ve üzeri	97	4,6907	0,98278		
Türk Pop Müziği	Okur-yazar değil	13	4,3846	1,04391		
	İlkokul	255	4,8824	0,82403	2,664	,032*
	Ortaokul	98	5,0408	0,78541		
	Lise	138	5	0,87962		
	Lisans ve üzeri	97	4,8041	0,89721		
Türk Halk Müziği	Okur-yazar değil	13	5,2308	0,92681		
	İlkokul	255	4,9961	0,88956	6,777	,000*
	Ortaokul	98	4,9592	0,91852		
	Lise	138	4,7826	1,03754		
	Lisans ve üzeri	97	4,4536	0,98975		
Klasik Türk Müziği	Okur-yazar değil	13	4,6923	0,94733		
	İlkokul	255	4,6863	0,93257	0,352	0,842
	Ortaokul	98	4,6735	0,95005		
	Lise	138	4,6377	1,01047		
	Lisans ve üzeri	97	4,5567	0,91252		
Klasik Batı Müziği	Okur-yazar değil	13	4,1538	0,80064		
	İlkokul	255	4,2941	0,9699	1,826	0,122
	Ortaokul	98	4,2041	1,12111		
	Lise	138	4,3768	1,05473		
	Lisans ve üzeri	97	4,5567	0,9892		

Rap/Hiphop	Okur-yazar değil	13	2,0769	0,75955	4,641	0,074
	İlkokul	255	2,4039	0,552		
	Ortaokul	98	2,4184	0,55471		
	Lise	138	2,587	0,53666		
	Lisans ve üzeri	97	2,5361	0,54125		
Heavy Metal	Okur-yazar değil	13	4,6923	0,48038	1,609	0,17
	İlkokul	255	4,5569	0,78601		
	Ortaokul	98	4,6531	0,5762		
	Lise	138	4,6957	0,61143		
	Lisans ve üzeri	97	4,4845	0,86739		
Blues	Okur-yazar değil	13	3,8462	1,06819	0,315	0,868
	İlkokul	255	3,8078	1,13565		
	Ortaokul	98	3,7551	1,03606		
	Lise	138	3,7319	1,11748		
	Lisans ve üzeri	97	3,6701	1,16119		
Rock	Okur-yazar değil	13	1,2308	0,43853	7,899	0,11
	İlkokul	255	1,4235	0,49509		
	Ortaokul	98	1,3776	0,48727		
	Lise	138	1,5145	0,50161		
	Lisans ve üzeri	97	1,701	0,46018		
Elektronik Dans	Okur-yazar değil	13	2,1538	0,68874	3,408	0,508
	İlkokul	255	2,1569	0,48491		
	Ortaokul	98	2,2245	0,52819		
	Lise	138	2,2609	0,55768		
	Lisans ve üzeri	97	2,3814	0,56722		
Latin	Okur-yazar değil	13	1,4615	0,51887	1,751	0,137
	İlkokul	255	1,4549	0,49894		
	Ortaokul	98	1,4796	0,50215		
	Lise	138	1,587	0,49417		
	Lisans ve üzeri	97	1,5361	0,50129		
Jazz	Okur-yazar değil	13	1,3077	0,48038	5,125	,000*
	İlkokul	255	1,3804	0,48644		
	Ortaokul	98	1,3163	0,46743		
	Lise	138	1,558	0,49844		
	Lisans ve üzeri	97	1,5052	0,50257		
EDEBİ YAT	Türk Edebiyatı	Okur-yazar değil	13	1,6923	2,209	0,067
		İlkokul	255	1,8039		

YİYECEKLER		Ortaokul	98	1,7245	0,44907		
		Lise	138	1,7464	0,43667		
		Lisans ve üzeri	97	1,6598	0,47624		
	Bilimkurgu/Fantastik	Okur-yazar değil	13	1,5385	0,51887	2,245	0,063
		İlkokul	255	1,7098	0,45475		
		Ortaokul	98	1,7347	0,44377		
		Lise	138	1,7826	0,41397		
		Lisans ve üzeri	97	1,8247	0,38216		
	Bilim/Tarih/Politika	Okur-yazar değil	13	1,6154	0,50637	1,846	0,118
		İlkokul	255	1,7804	0,4148		
		Ortaokul	98	1,7245	0,44907		
		Lise	138	1,7029	0,45865		
		Lisans ve üzeri	97	1,8247	0,38216		
	Klasik Dünya Edebiyatı	Okur-yazar değil	13	1,6154	0,50637	1,1	0,356
		İlkokul	255	1,6627	0,4737		
		Ortaokul	98	1,6429	0,48162		
		Lise	138	1,6594	0,47563		
		Lisans ve üzeri	97	1,7629	0,42752		
	Modern Dünya Edebiyatı	Okur-yazar değil	13	1,4615	0,51887	1,756	0,136
		İlkokul	255	1,6118	0,48831		
		Ortaokul	98	1,5612	0,49879		
		Lise	138	1,6884	0,46483		
		Lisans ve üzeri	97	1,6804	0,46874		
	Mizah	Okur-yazar değil	13	1,9231	0,27735	0,255	0,907
		İlkokul	255	1,9294	0,25664		
		Ortaokul	98	1,9388	0,24097		
		Lise	138	1,913	0,2828		
		Lisans ve üzeri	97	1,9072	0,29164		
	Ev Yapımı Yemekler	Okur-yazar değil	13	3	0	0,398	0,81
		İlkokul	255	2,9843	0,1245		
		Ortaokul	98	2,9694	0,17315		
		Lise	138	2,9783	0,14636		
		Lisans ve üzeri	97	2,9897	0,10153		
	Kebap	Okur-yazar değil	13	2	0	0,916	0,454
		İlkokul	255	1,9451	0,22824		
		Ortaokul	98	1,949	0,22117		
		Lise	138	1,9058	0,29317		

	Lisans ve üzeri	97	1,9278	0,26011		
Balık	Okur-yazar değil	13	1,8462	0,37553	0,918	0,453
	İlkokul	255	1,902	0,29795		
	Ortaokul	98	1,8878	0,31729		
	Lise	138	1,8478	0,3605		
	Lisans ve üzeri	97	1,8454	0,36344		
Sakatat İçerikli Çorbalar	Okur-yazar değil	13	2,9231	0,27735	2,213	0,066
	İlkokul	255	2,6745	0,46948		
	Ortaokul	98	2,602	0,51252		
	Lise	138	2,587	0,52288		
	Lisans ve üzeri	97	2,5773	0,55593		
Sokak Yiyecekleri	Okur-yazar değil	13	2,6154	0,50637	3,915	0,11
	İlkokul	255	2,6706	0,47092		
	Ortaokul	98	2,7551	0,45546		
	Lise	138	2,8043	0,43326		
	Lisans ve üzeri	97	2,8454	0,36344		
Pizza	Okur-yazar değil	13	1,5385	0,51887	3,169	0,231
	İlkokul	255	1,7333	0,44309		
	Ortaokul	98	1,8163	0,38921		
	Lise	138	1,7899	0,4089		
	Lisans ve üzeri	97	1,866	0,34244		
Finedining Restoranlar	Okur-yazar değil	13	2,6154	0,65044	4,056	0,069
	İlkokul	255	2,6039	0,60508		
	Ortaokul	98	2,6735	0,55195		
	Lise	138	2,7826	0,47934		
	Lisans ve üzeri	97	2,8247	0,47894		
Dünya Mutfağı	Okur-yazar değil	13	2,4615	0,66023	4,634	0,141
	İlkokul	255	2,6118	0,4963		
	Ortaokul	98	2,6429	0,52268		
	Lise	138	2,6304	0,52771		
	Lisans ve üzeri	97	2,8454	0,39105		
Fastfood	Okur-yazar değil	13	1,4615	0,51887	6,42	0,114
	İlkokul	255	1,5529	0,49817		
	Ortaokul	98	1,7041	0,4588		
	Lise	138	1,6087	0,48982		
	Lisans ve üzeri	97	1,8144	0,39078		
Cafe bistro	Okur-yazar değil	13	2,7692	0,43853	3,546	0,057

İlkokul	255	2,698	0,46001
Ortaokul	98	2,7755	0,44329
Lise	138	2,7826	0,43125
Lisans ve üzeri	97	2,8866	0,31873

Tablo 21. Katılımcının Babasının Eğitim Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Beğenilen müzik türü ile bireylerin babalarının eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında dini müzikler ($p=,000$ ve $p<0,05$), arabesk ($p=,037$ ve $p<0,05$), Türk pop müziği ($p=,032$ ve $p<0,05$) ve Türk halk müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma tespit edilmiştir. Beğenilen edebi türler ve yiyecekler ile bireylerin babalarının meslekleri arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında herhangi bir grupta farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir ($p<0,05$).

	Çalışma Durumu	n	$\bar{X}$	S.S	F	P
Dini Müzikler	Kendi İşinde	49	2,3469	,63084	6,398	,000*
	İşsiz	30	2,3667	,61495		
	Öğrenci	113	2,2478	,52663		
	Emekli	95	2,4000	,53395		
	Ev Hanımı	48	2,7917	,41041		
	Kamu	86	2,3837	,55664		
	Özel	180	2,2944	,54616		
Fantezi	Kendi İşinde	49	2,4082	,53690	1,999	,064
	İşsiz	30	2,5667	,50401		
	Öğrenci	113	2,3009	,66661		
	Emekli	95	2,5053	,50262		
	Ev Hanımı	48	2,4583	,50353		
	Kamu	86	2,4419	,52254		
	Özel	180	2,4944	,53375		
Arabesk	Kendi İşinde	49	2,4490	,57956	1,328	,243
	İşsiz	30	2,6333	,55605		
	Öğrenci	113	2,5841	,49508		
	Emekli	95	2,4316	,49792		
	Ev Hanımı	48	2,4583	,54415		
	Kamu	86	2,5581	,49952		
	Özel	180	2,5167	,52294		
Özgün Müzik	Kendi İşinde	49	2,6735	,59118	1,824	,092
	İşsiz	30	2,8000	,40684		
	Öğrenci	113	2,6637	,54463		
	Emekli	95	2,8316	,37623		

	Ev Hanımı	48	2,7917	,41041		
	Kamu	86	2,7442	,43888		
	Özel	180	2,8000	,42807		
Türk Pop Müziği	Kendi İşinde	49	2,7755	,55020	2,224	,059
	İşsiz	30	2,9333	,25371		
	Öğrenci	113	2,6991	,47968		
	Emekli	95	2,8421	,39453		
	Ev Hanımı	48	2,8542	,35667		
	Kamu	86	2,8488	,36031		
	Özel	180	2,8278	,39310		
Türk Halk Müziği	Kendi İşinde	49	2,7143	,50000	8,890	,000*
	İşsiz	30	2,5000	,57235		
	Öğrenci	113	2,5575	,51648		
	Emekli	95	2,9368	,24454		
	Ev Hanımı	48	2,7708	,47219		
	Kamu	86	2,8372	,37134		
	Özel	180	2,7556	,43096		
Klasik Türk Müziği	Kendi İşinde	49	2,6122	,53293	2,473	,023*
	İşsiz	30	2,7000	,46609		
	Öğrenci	113	2,5575	,53349		
	Emekli	95	2,7684	,42408		
	Ev Hanımı	48	2,6250	,53096		
	Kamu	86	2,6977	,48676		
	Özel	180	2,7389	,45297		
Klasik Batı Müziği	Kendi İşinde	49	2,3878	,57068	,927	,475
	İşsiz	30	2,5000	,57235		
	Öğrenci	113	2,4779	,61379		
	Emekli	95	2,4737	,52272		
	Ev Hanımı	48	2,4167	,49822		
	Kamu	86	2,5349	,54660		
	Özel	180	2,5556	,55151		
Rap/Hiphop	Kendi İşinde	49	1,4286	,50000	16,968	,071
	İşsiz	30	1,5667	,50401		
	Öğrenci	113	1,7965	,40442		
	Emekli	95	1,2211	,41716		
	Ev Hanımı	48	1,2083	,41041		
	Kamu	86	1,4884	,50280		
	Özel	180	1,5333	,50028		
Heavy Metal	Kendi İşinde	49	2,5714	,64550	2,563	,069
	İşsiz	30	2,6333	,55605		
	Öğrenci	113	2,8053	,65272		
	Emekli	95	2,5158	,59899		
	Ev Hanımı	48	2,5208	,58308		

		Kamu	86	2,6395	,64921		
		Özel	180	2,5778	,59753		
Blues		Kendi İşinde	49	3,1837	,69742	8,380	,211
		İşsiz	30	2,9667	,61495		
		Öğrenci	113	3,1062	,67298		
		Emekli	95	2,6947	,60272		
		Ev Hanımı	48	2,6458	,56454		
		Kamu	86	3,0116	,62298		
		Özel	180	3,0944	,58565		
Rock		Kendi İşinde	49	1,3878	,49229	4,973	,000*
		İşsiz	30	1,4667	,50742		
		Öğrenci	113	1,5929	,49348		
		Emekli	95	1,4000	,49250		
		Ev Hanımı	48	1,1875	,39444		
		Kamu	86	1,5116	,50280		
		Özel	180	1,5333	,50028		
Elektronik Dans		Kendi İşinde	49	2,1837	,63487	,864	,521
		İşsiz	30	2,2333	,50401		
		Öğrenci	113	2,2301	,56709		
		Emekli	95	2,1579	,49067		
		Ev Hanımı	48	2,1458	,46078		
		Kamu	86	2,2674	,51847		
		Özel	180	2,2778	,52910		
Latin		Kendi İşinde	49	1,4082	,49659	2,300	,133
		İşsiz	30	1,5000	,50855		
		Öğrenci	113	1,4071	,49348		
		Emekli	95	1,5789	,49635		
		Ev Hanımı	48	1,4167	,49822		
		Kamu	86	1,4884	,50280		
		Özel	180	1,5778	,49529		
Jazz		Kendi İşinde	49	1,3469	,48093	2,275	,065
		İşsiz	30	1,3333	,47946		
		Öğrenci	113	1,4956	,50221		
		Emekli	95	1,4421	,49927		
		Ev Hanımı	48	1,2292	,42474		
		Kamu	86	1,4419	,49952		
		Özel	180	1,4667	,50028		
EDEBİYAT	Türk Edebiyatı	Kendi İşinde	49	1,6735	,47380	7,365	,000*
		İşsiz	30	1,6333	,49013		
		Öğrenci	113	1,5752	,49651		
		Emekli	95	1,9053	,29440		
		Ev Hanımı	48	1,7708	,42474		
		Kamu	86	1,8721	,33595		

YİYECEK	Bilim Kurgu	Özel	180	1,7611	,42759	5,537	,000*
		Kendi İşinde	49	1,6735	,47380		
		İşsiz	30	1,8000	,40684		
		Öğrenci	113	1,8761	,33093		
		Emekli	95	1,6105	,49022		
		Ev Hanımı	48	1,5625	,50133		
		Kamu	86	1,7442	,43888		
		Özel	180	1,7944	,40523		
	Bilim/Tarih/Politika	Kendi İşinde	49	1,7347	,44607	5,155	,000*
		İşsiz	30	1,6000	,49827		
		Öğrenci	113	1,7876	,41082		
		Emekli	95	1,8526	,35635		
		Ev Hanımı	48	1,5000	,50529		
		Kamu	86	1,8372	,37134		
		Özel	180	1,7500	,43422		
		Kendi İşinde	49	1,5510	,50254		
	Klasik Dünya Edebiyatı	İşsiz	30	1,4000	,49827	3,409	,003*
		Öğrenci	113	1,6726	,47137		
		Emekli	95	1,7158	,45343		
		Ev Hanımı	48	1,5833	,49822		
		Kamu	86	1,7442	,43888		
		Özel	180	1,7222	,44915		
		Kendi İşinde	49	1,5714	,50000	1,779	,101
		İşsiz	30	1,6000	,49827		
	Modern Dünya Edebiyatı	Öğrenci	113	1,6460	,48033		
		Emekli	95	1,5895	,49454		
		Ev Hanımı	48	1,4583	,50353		
		Kamu	86	1,6744	,47134		
		Özel	180	1,6833	,46647		
		Kendi İşinde	49	1,9184	,27664	2,950	,080
		İşsiz	30	1,8000	,40684		
	Mizah	Öğrenci	113	1,9115	,28528		
		Emekli	95	1,9789	,14432		
		Ev Hanımı	48	1,8333	,37662		
		Kamu	86	1,9419	,23538		
		Özel	180	1,9389	,24020		
		Kendi İşinde	49	2,9592	,19991	1,606	,143
		İşsiz	30	3,0000	0,00000		
	Ev Yapımı Yemekler	Öğrenci	113	2,9558	,20656		
		Emekli	95	3,0000	0,00000		
		Ev Hanımı	48	2,9792	,14434		
		Kamu	86	3,0000	0,00000		
		Özel	180	2,9833	,12838		
		Kendi İşinde	49	1,9388	,24223	1,743	,109
		İşsiz	30	1,9667	,18257		

	Öğrenci	113	1,9027	,29775		
	Emekli	95	2,0000	0,00000		
	Ev Hanımı	48	1,9167	,27931		
	Kamu	86	1,9419	,23538		
	Özel	180	1,9167	,27716		
Balık	Kendi İşinde	49	1,8163	,39123	1,638	,134
	İşsiz	30	1,8000	,40684		
	Öğrenci	113	1,8319	,37566		
	Emekli	95	1,9158	,27918		
	Ev Hanımı	48	1,9375	,24462		
	Kamu	86	1,9186	,27505		
	Özel	180	1,8778	,32846		
Sakatat İçerikli Çorbalar	Kendi İşinde	49	2,6531	,52245	8,081	,000*
	İşsiz	30	2,5000	,57235		
	Öğrenci	113	2,4513	,51740		
	Emekli	95	2,8947	,30852		
	Ev Hanımı	48	2,5417	,50353		
	Kamu	86	2,6860	,49138		
	Özel	180	2,6222	,50865		
Sokak Yiyecekleri	Kendi İşinde	49	2,7143	,45644	5,289	,000*
	İşsiz	30	2,7667	,50401		
	Öğrenci	113	2,9292	,29022		
	Emekli	95	2,6316	,48494		
	Ev hanımı	48	2,6042	,53553		
	Kamu	86	2,7209	,45117		
	Özel	180	2,7333	,44345		
Pizza	Kendi işinde	49	1,6939	,46566	9,571	,000*
	İşsiz	30	1,8333	,37905		
	Öğrenci	113	1,9115	,28528		
	Emekli	95	1,5474	,50039		
	Ev hanımı	48	1,8750	,33422		
	Kamu	86	1,6977	,46196		
	Özel	180	1,8389	,36866		
Finedining restoranlar	Kendi işinde	49	2,6531	,56092	2,014	,062
	İşsiz	30	2,6000	,72397		
	Öğrenci	113	2,7434	,53081		
	Emekli	95	2,5368	,59806		
	Ev hanımı	48	2,7292	,53553		
	Kamu	86	2,6977	,55455		
	Özel	180	2,7556	,51375		
Dünya mutfacı	Kendi işinde	49	2,6531	,52245	8,042	,100
	İşsiz	30	2,7667	,43018		
	Öğrenci	113	2,7788	,47687		
	Emekli	95	2,3895	,53185		
	Ev hanımı	48	2,5000	,54578		

Fastfood	Kamu	86	2,6512	,47940	14,790	,000*
	Özel	180	2,7444	,44998		
	Kendi işinde	49	1,6327	,48708		
	İşsiz	30	1,9000	,30513		
	Öğrenci	113	1,8673	,34081		
	Emekli	95	1,3368	,47514		
	Ev hanımı	48	1,5833	,49822		
	Kamu	86	1,5116	,50280		
	Özel	180	1,6611	,47465		
	Kendi işinde	49	2,8367	,37344		
	İşsiz	30	2,9333	,25371		
	Öğrenci	113	2,8407	,39111		
	Emekli	95	2,4842	,52315		
	Ev hanımı	48	2,7500	,43759		
Cafebistro	Kamu	86	2,7326	,44522	9,662	,056
	Özel	180	2,8278	,37863		

Tablo 22. Katılımcının Çalışma Durumuna Göre Kültürel Tüketim Pratiklerinin Farklılaşması

Beğenilen müzik türü ile bireylerin meslekleri arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında dini müzikler ($p=,000$ ve $p<0,05$), Türk halk müziği ($p=,000$ ve $p<0,05$), klasik Türk müziği ($p=,023$ ve $p<0,05$) ve Rock ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma tespit edilmiştir. Dini müzik türündeki farklılaşmaya bakıldığında farklılaşmanın kaynağı ev hanımları ile diğer meslek grupları arasındadır. Ev hanımları dini müzik türünü, diğer tüm gruplardaki mesleklerden daha çok beğenmektedir. Türk halk müziği için farklılaşma sonucuna bakıldığında emekli bireylerin Türk halk müziğini işsiz, öğrenci ve özel sektöre mensup olan insanlardan daha çok beğenmektedir. Klasik Türk müziği türüne bakıldığında farklılığın kaynağı emekliler ve öğrenci gruplarından kaynaklanmaktadır. Bu doğrultuda emekli bireylerin klasik Türk müziğini beğenme ortalaması öğrenci gruplardan daha yüksektir. Rock müzik türü için bakıldığında ise farklılığın kaynağı öğrenciler ile ev hanımları, ev hanımları ile özel sektör mensupları ve ev hanımları ile kamuya mensup olan bireylerden kaynaklanmaktadır.

Beğenilen edebi türler ile bireylerin meslekleri arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında Türk edebiyatı ($p=,000$ ve $p<0,05$), bilim kurgu ($p=,000$ ve $p<0,05$), bilim/tarih politika ($p=,000$ ve $p<0,05$) ve klasik dünya edebiyatı, ($p=,003$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma görülmektedir. Bu doğrultuda Türk edebiyatı türünün beğeni

ortalamalarının farklılaşmasının kaynağı emekli bireylerken, bilim kurgu türünde farklılığın kaynağı öğrencilerdir. Bilim/tarih/politika türünde ise farklılığın kaynağı özel sektöre mensup bireylerken, klasik dünya edebiyatı türünde farklılığın kaynağı kamu mensubu bireylerdir.

Beğenilen yiyecek türleri ile bireylerin meslekleri arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında sakatat içerikli çorbalar ($p=,000$ ve $p<0,05$), sokak lezzetleri ($p=,000$ ve $p<0,05$), pizza ($p=,000$ ve $p<0,05$), fast food ($p=,000$ ve $p<0,05$) türlerinde farklılaşma görülmektedir. Sakatat içerikli çorbalara bakıldığında farklılığın kaynağı emeklilerle işsizler, emeklilerle öğrenciler ve emeklilerle ev hanımları ve emeklilerle özel sektör mensupları arasındaki bireylerdir. Sokak lezzetleri, pizza ve fast food için farklılığın kaynağına bakıldığında farklılığın kaynağı öğrencilerdir. Öğrencilerin sokak lezzetlerini beğenme ortalaması diğer tüm gruplardan daha fazladır.

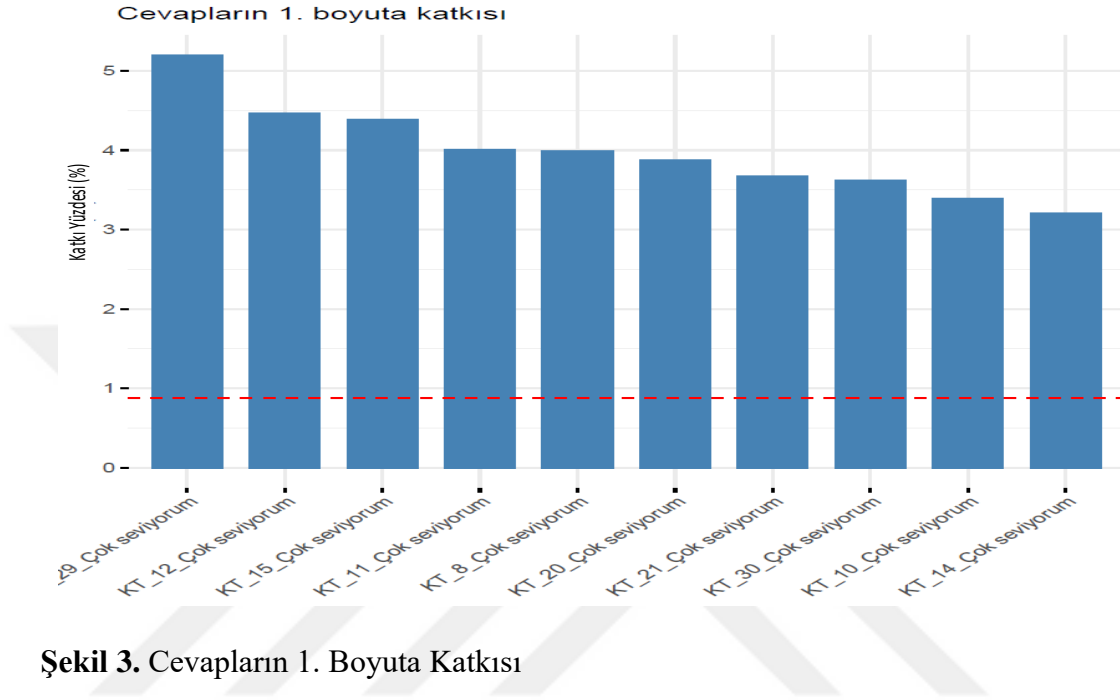
4.9. Çoklu Uyum Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak kültürel tüketim ölçeğinin çoklu uygunluk analizi bulguları yer almaktadır. Araştırmanın yöntem bölümünün 3.3. başlıklı açıklamalarında da belirtildiği üzere çoklu uygunluk analizinde değişkenler ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler indirgenmiş boyutlu bir uzayda yansıtılmaktadır. Çoklu uygunluk analizinde değişken sayısına sınır getirilmeden, ikiden fazla değişken arasındaki ilişki grafik üzerinde incelenebilmektedir.

Bireylerin kültürel tüketim örüntüleri edebiyat, müzik ve yiyecekler boyutlarında çoklu uyum analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Çoklu uyum analizinin ardından, araştırmanın birinci basamağında yapılan kümeleme analizi sonucu elde edilen gruplar, kültürel tüketim örüntüleri içerisinde tekrar çoklu uyum analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir.

Kültürel tüketim ölçeği maddelerine verilen cevapların iki boyutlu grafik üzerinde dağılımları Şekil 2’de verilmiştir. Grafikte maddeler ile birlikte katılımcılar da üçgensel noktalar ile temsil edilmektedir. Buna göre 3, 6, 12, 16, 17, 20 ve 21 numaralı maddelerde “bilmiyorum/denemedim” cevaplarının katılımcıları tanımlama açısından uzak olduğu görülmektedir. Şekil 2, kültürel tüketim örüntülerinin çoklu uygunluk analizi için değişkenler haritasını göstermektedir. Haritadaki noktaların yakınlığı bireyler arasındaki benzerlik derecesi olarak yorumlanabilir. Birbirine yakın olan

çok dünya mutfağını tercih etmektedirler. Özgün Müzik, Türk Halk ve Pop müziği gibi Türk müziklerini dinleyenler ise sokak yiyecekleri, fast food, kebab gibi yerel yiyecekleri tercih ettikleri görülmektedir. Dini müzik dinleyenlerin tercihi ise, ev yapımı yemekler yönünde olmuştur.



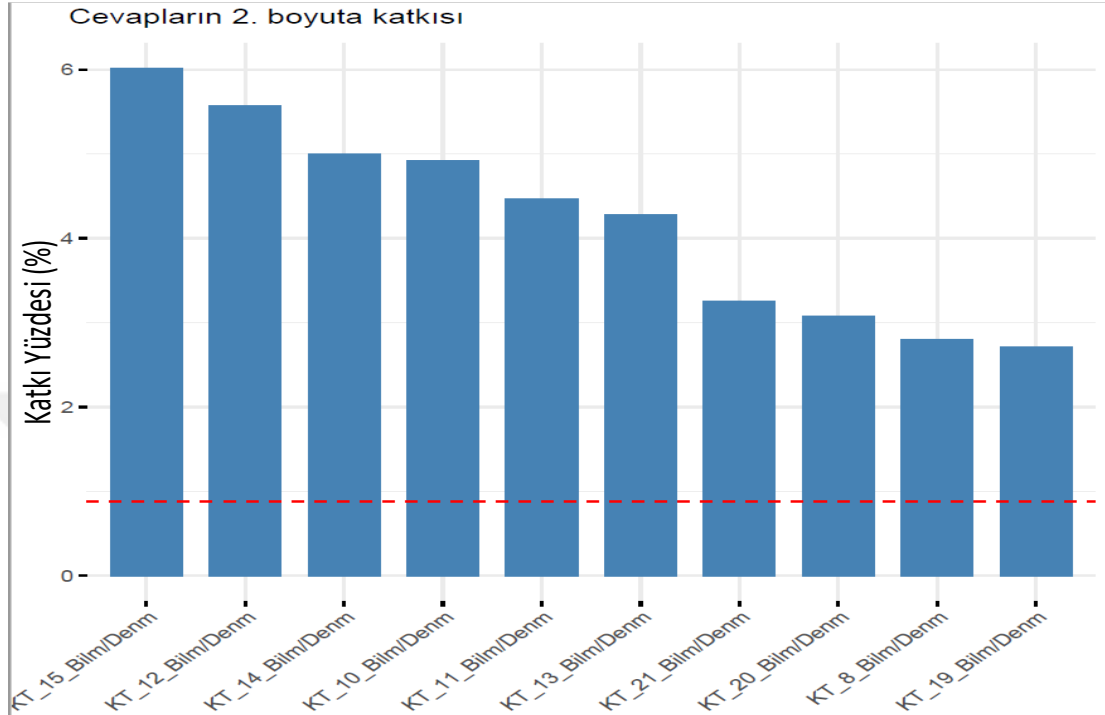
Şekil 3. Cevapların 1. Boyuta Katkısı

Ölçek maddelerine verilen cevapların 1. boyuta katkıları en yüksek olan on cevabın büyüklük sırasına göre değerleri şekil 3 ve tablo 23’de de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre 1. Boyuta en yüksek katkı kültürel tüketim 29. maddesine (dünya mutfağı %5,19) çok seviyorum cevabını verenler tarafından ortaya konulmuştur.

Sıra no	Cevaplar	Boyut 1
1	KT 29 Çok seviyorum	5,19
2	KT 12 Çok seviyorum	4,47
3	KT 15 Çok seviyorum	4,38
4	KT 11 Çok seviyorum	4,01
5	KT 8 Çok seviyorum	3,99
6	KT 20 Çok seviyorum	3,87
7	KT 21 Çok seviyorum	3,67
8	KT 30 Çok seviyorum	3,62
9	KT 10 Çok seviyorum	3,39
10	KT 14 Çok seviyorum	3,20

Tablo.23 Çoklu Uygunluk Analizine Göre 1. Boyuta En Yüksek Katkıyı Sağlayan On Cevap

Diğer bulgu ise en yüksek katkıyı sağlayan cevaplarını hepsinin de “çok seviyorum” cevabı olduğu görülmektedir. Ayrıca tüm cevapların 1. boyuta ortalama katkılarının %0,88 düzeyinde olduğu hesaplanmıştır.



Şekil 4. Cevapların 2. Boyuta Katkısı

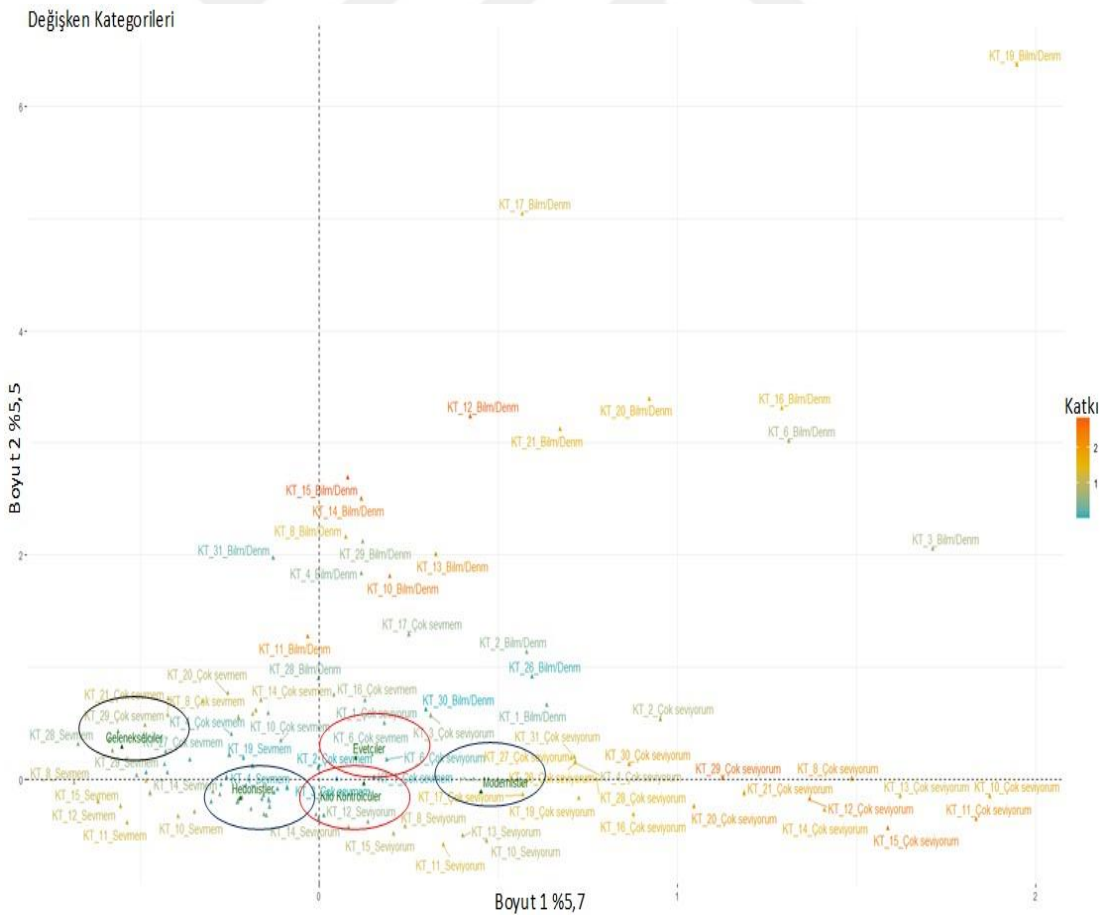
Ölçek maddelerine verilen cevapların 2. boyuta katkıları en yüksek olan on cevabın büyüklük sırasına göre değerleri Şekil.4 ve Tablo 24’de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre 2. boyuta en yüksek katkı kültürel tüketim 15. maddesine (Jazz %6,01) bilmiyorum/denemedim cevabını verenler tarafından ortaya konmuştur.

Sıra no	Cevaplar	Dim 2
1	KT_15_Bilm/Denm	6,01
2	KT_12_Bilm/Denm	5,56
3	KT_14_Bilm/Denm	4,99
4	KT_10_Bilm/Denm	4,91
5	KT_11_Bilm/Denm	4,46
6	KT_13_Bilm/Denm	4,27
7	KT_21_Bilm/Denm	3,24
8	KT_20_Bilm/Denm	3,07
9	KT_8_Bilm/Denm	2,79
10	KT_19_Bilm/Denm	2,70

Tablo 24. Çoklu Uygunluk Analizine Göre 2. Boyuta En Yüksek Katkıyı Sağlayan On Cevap

Diğer bulgu ise en yüksek katkıyı sağlayan cevaplarını hepsinin de “bilmiyorum/denemedim” cevabı olduğu görülmektedir. Ayrıca tüm cevapların 2. boyuta ortalama katkılarının %0,88 düzeyinde olduğu hesaplanmıştır.

Şekil 5, belirlenen beş küme grubu (Modernistler, Evetçiler, Gelenekselciler, Hedonistler, Kilo Kontrolcüler) ve bu grupların kültürel tüketim örüntüleri içerisindeki koordinatları göstermektedir. Yatay ekseninde yer alan Boyut 1, kültürel alanın daha fazla açıklanmış varyansına (%5,7) dayalı olarak en önemli boyuttur. Burada, Batı'da yüksek ve popüler kültür formları olarak tanımlananlar (yani klasik batı müziği, özgün müzik) ile kültürel tüketim boyutlarından kilo kontrolcüler, evetçiler ve hedonistler dahil olmak üzere çeşitli katılımlar yer almaktadır. Haritanın sağ üst tarafı ne sevmeye ne de hoşlanmama şeklindeki kültürel bir duruştur, daha ziyade belirli bir zevke veya kültürel aktiviteye aşinalık veya ilgi eksikliğidir. Haritanın bu tarafını kültürel bir kopuş modelini temsil edecek şekilde yorumlamak doğru olacaktır.



Şekil.5 Kültürel Tüketim ile Gıda Tercihi Arasındaki İlişkinin Çoklu Uygunluk Analizi Şeması

Sağ üst bölüm, klasik batı müziği ve dünya mutfak türlerini sevmeyen veya deneyimi olmayanları içerir. Haritanın alt yarısı, mutfakta sokak yemeği gibi modern/kentsel biçimlere karşı daha fazla hoşnutsuzluğu ifade etmektedir. Bu boyutu, geleneksel olanlar için bir tercihin aksine, modern kültürel formları sevenler arasında ayırım yapanlar kümesi olarak yorumlamak da mümkündür. Araştırma bulguları doğrultusunda hedonistler ve kilo kontrolcüler kümeleri merkezde yer almaktadır. Gelenekselciler grubu ise en farklı gruptur ve diğer kümelerden ayrılmaktadır.

Küme grupları doğrultusunda Şekil. 5 incelendiğinde gelenekselciler grubunun en uzak olduğu yemek grubu pizza ve sokak lezzetleridir, müzik türlerinden ise klasik batı müziğini, Latin ve heavy metali, edebi türlerden ise şiiri tercih etmemektedirler/beğenmemektedirler. Kilo kontrolcüler grubunda yer alan bireyler için, rock müzik ve klasik batı müziği beğenilirken arabesk müzik ve dini müzik türü beğenilmemektedir. Modernistler, dünya mutfağı ürünlerini ve balığı tercih etmektedirler. Evetçiler küme grubunda dini müzikler beğenilirken, türk halk müziği beğenilmemektedir. Hedonistler ise arabesk ve özgün müzik türünden uzak durmaktadır.



5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma sonucu elde edilen ilk veriler demografik değişkenlere aittir. Yapılan analizler, sosyal konumun özelliklerini ölçen çeşitli değişkenler içermektedir. Sosyal statü, hanenin aylık geliri ve mezun olunan son eğitim düzeyi kullanılarak ölçülmektedir. Veriler standartlaştırılmış mesleki kategoriler içermediğinden, mesleki durum statüsü ölçülememiştir. Bununla birlikte bireylerin kültürel sermayelerinin ölçülebilmesi için de ebeveyleerin eğitim durumları ölçülmüştür. Ancak üniversite derecesine sahip ebeveynlerin oranının düşük olması sebebiyle kültürel sermaye ölçülememiştir.

Katılımcıların demografik özellikler açısından dağılımına bakıldığında araştırmaya katılan bireylerin %54,6'sının kadınlardan %45,4'ünün ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Medeni durum değişkeni açısından incelendiğinde araştırmaya dahil olan katılımcıların %50,9'unun evli, %49,1'inin ise bekar bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Yaş değişkeni açısından veriler incelendiğinde araştırmada yer alan katılımcıların en çok %32,8'inin 41 yaş ve üzerinde yer alan grupta olduğu en az katılımın ise %11 ile 36-41 yaş aralığında yer alan bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Eğitim durumu değişkeni açısından çalışma incelendiğinde lisans ve üzerinde eğitim seviyesinde yer alan grubun (%73,7) en yüksek düzeyde, ilköğretim ve ortaöğretim katılımcılarının ise en az düzeyde yer aldığı görülmektedir (%3). Bireylerin annelerinin ve babalarının eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların annelerinin eğitim durumu içerisinde en yüksek yüzdelik dilime sahip olan grubun ilkokul (48,1) düzeyinde olduğu babalarının eğitim durumuna bakıldığında ise en yüksek yüzdelik dilime sahip olan grubun yine ilkokul (42,4) düzeyinde olduğu görülmektedir. Çalışma durumu incelendiğinde ise özel sektör çalışanlarının (%30) en yüksek yüzdelik dilime sahip olduğu, aylık hanehalkı gelir durumu incelendiğinde ise araştırmaya katılan bireylerin 5001-10000(%30,1) TL aralığında yer alan grupta olduğu görülmüştür.

Tabakalaşma kuramı perspektifinde ele alınan gıda tercihlerindeki eğilim için elde edilen sonuçlara bakıldığında beş grup ortaya çıktığı görülmektedir. Bu gruplar; modernistler, evetçiler, gelenekselciler, kilo kontrolcüler ve hedonistlerdir. Gelenekselciler ve evetçiler geleneksel yemek kültürü içerisinde yer alırken, kilo kontrolcüler ve hedonistler post modern yemek kültürü içerisinde yer almaktadır.

Gelenekselciler grubunun yüzdelik değeri %19,2'dir. Bu grup için ön plana çıkan sonuçlardan biri aile içerisinde yemek yapmanın erkekler tarafından kadının görevi olarak görülmesidir. Burada ortaya çıkan sonuç Tivadar ve Luthar (2004) tarafından yapılmış olan çalışma ile aynıdır. Yemek yapmanın kadının görevi olarak görülmesi %52,2'lik bir oranla erkek ağırlıklı küme ortalaması sonucudur. Bu durum sebebi düşünüldüğünde ise toplumsal cinsiyet değişkeni ile mevcut durumun açıklanabileceği düşünülmektedir.

Geleneksel toplumlarda ev içerisindeki iş bölümü dağılımında sorumluluğun büyük çoğunluğu kadına yüklenmekteyken, çağdaş toplumlarda ev içerisindeki sorumluluklar erkekle birlikte ortak yapılmalıdır düşüncesi vardır (Kılıç ve Eyüp, 2011: 140). Aile içerisindeki iş bölümü dağılımında erkeğin ağırlıklı olarak evin geçimini sağladığı, kadının ise yemek yapma, çocuk bakımı ve bulaşık gibi işlerle ilgilendiği ataerkil örüntü, erkek egemenliğinin önemli faktörlerinden birini oluşturmaktadır (Bozok, 2018). Feminist teori içerisinde durum incelendiğinde ise ataerkilliğin yapı taşı aile ve aile içerisindeki düzendir. Aile toplumu yansıtan bir kurum olmakla birlikte toplumu oluşturur ve birey ile toplum arasında bir köprü görevi görmektedir. Kadınların görünmeyen emeği olarak ev işleri ve yemek yapma da ataerkil sistem tarafında kadınlara atfedilen bir düzendir (Korkmaz, 2018). Bununla birlikte gelenekselciler grubunun bir diğer önemli özelliği gıda tercihlerindeki yaklaşımlarıdır. Bu grup gıda tercihlerinde yeniliği reddetmekle birlikte geleneksel yiyeceklere bağlı bir tutum sergilemektedir. Bir diğer önemli sonuç ise diğer gruplarla kıyaslandığında hanehalkı gelir düzeyinin ve eğitim durumunun en düşük olduğu gruptur.

Evetçiler yemek tüketiminde gelenekseldirler (ete büyük önem verilir; yemek hazırlamak kadının görevi olarak görülür), ancak gelenekçilerin aksine yemek tüketiminin sosyal yönüne önem verirler. Modernistler grubuna bakıldığında gelenekselcilerin aksine yeniliği reddetmemekte, yiyeceklerin işlevsel yani doyuruculuk boyutundan ziyade estetik boyutuyla da ilgilenen, ev içerisindeki iş bölümünde yemek yapmayı kadının görevi olarak görmeyen gruptan oluştuğu görülmektedir. Bu grubun bir diğer önemli özelliği ise en yüksek gelir düzeyine sahip ikinci grup olmasıdır. Hedonistler olarak adlandırılan kümeye bakıldığında ise bu grubun en önemli özelliklerinden biri hanehalkı gelir düzeyinin en yüksek olan grup

olmasıdır. Bu grup sağlıklı beslenme alışkanlıkları olan bireylerden oluşmakla birlikte yiyeceklerin estetik boyutuna önem veren gruptur. Bireylerin et tüketimindeki farklılıklara bakıldığında et tüketiminin ilk olarak sosyolojik anlamına değinmek yerinde olacaktır. Et tüketimi, toplumsal cinsiyet, sosyal yapı, kültürel kodlar gibi farklı araştırmalar içerisinde incelenmektedir. Et yemek veya tüketmek erkeksi bir eylem olarak genelde kabul görmektedir, toplumsal söylem, eti erkeklik, güç ve güç simgeleriyle hizalayarak, toplumsal, fiziksel, politik, askeri, ticari vb. güç ile ilişkilendirmektedir (Heinz ve Lee, 1998). Sumpter (2015) tarih öncesi çağlardan avlanmanın, bireylerin tüketim için et toplarken kullandıkları ilk teknik olduğunu belirtmiş ve avın ürünü olan etin erkeklikle ilişkilendirilmesine sebep olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde, avlanma ve tarihsel olarak cinsiyete dayalı et paylaşımı ete erkeksi özellikler kazandırdıysa, bu tür yiyecekleri en aza indiren ve sebze alımını artıran kadınların da daha kadınsı olarak algılanmasına sebep olmuştur (Rozin vd., 2012). Yapılan bir diğer çalışmada ise et tüketimi daha düşük sosyoekonomik konumdaki tüketicilerin, daha yüksek sosyal sınıf konumlarındaki tüketicilere göre daha fazla et yeme ve daha ucuz et ürünleri satın alma eğiliminde olduğu belirtilmiştir (Einhorn, 2021; Hayley, Zinkiewicz, ve Hardiman, 2015; Allen vd., 2000; Schwartz, 1994). Kümelenme grupları arasında etsiz yemek olmayacağını düşünen gelenekselciler ve evetçilerin geleneksel yemek kültürü grubunda yer alması et ile ilgili olan mevcut literatürü destekler niteliktedir.

Tivadar ve Luthar ile benzer şekilde Morais Sato vd (2014), Brezilya Santos’da yaşayan annelerin yeme alışkanlıklarını Bourdieu’nun tabakalaşma kuramı perspektifinden inceledikleri çalışmada yeme-içme örüntüsünü kümeleme analizi ile incelemişlerdir ve toplamda beş gruba ulaşmışlardır. Bu gruplar pratik anneler, simbiyotik anneler, sağlık bilincine sahip hedonist anneler, geleneksel anneler ve aile aşçıları olarak nitelendirilmiştir. Rojas-Rivas vd., 2019 yılında aynı amaç doğrultusunda Meksika örneğinde Pierre Bourdieu’nun tabakalaşma kuramının temel kavramlarından habitusu kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında yiyecekleri fonksiyon olarak ve form olarak iki temel başlık altında değerlendirmişler, ardından kümeleme analizi kullanarak sekiz kategoriye ayırarak değerlendirmişlerdir. Bu kümeler sağlık işlevsellik, açlığı azaltma, besin bileşenleri, beslenme, geleneksel gıda ve enerji başlıklarından oluşmaktadır.

Hedonistler ve kilo kontrolcüler grubuna bakıldığında her iki grubunda ortak özelliklerinden bir tanesine sağlıklı yaşam tarzı oluşturmaktadır. Tabakalaşma kuramı içerisinde sağlık beslenme ve sağlıklı yaşam tarzını yüklenen birtakım anlamlar mevcuttur. Sağlıklı yaşam tarzı, diğer yaşam tarzlarında olduğu gibi, belirli sosyal koşullara bağlı kaynakları sembolize etmektedir. Sağlıklı yaşamak, genellikle zaman, enerji ve güç gerektirmektedir. Sağlıkla ilgili tutum ve davranışların çeşitli sosyal gruplar arasında önemli farklılıklar gösterdiği de yaygın olarak kabul edilmektedir. Sağlıklı yaşam tarzı, her zaman toplumdaki belirli bir grubun yaşam tarzının bir temsilidir, belirli güç alanlarında bir sosyal ayırım aracı olarak inşa edilir ve ifade edilir (Korp, 2010). Weber ise sağlıklı yaşam tarzlarını bireylerle değil, statü gruplarıyla ilişkilendirmiştir. Tabakalaşma kuramı içerisinde ise Bourdieu, alt gelir grubunda yer alan bireylerin, erkek vücudunun şeklinden çok gücüne daha fazla özen gösterdiğini ve hem ucuz hem de besleyici yiyecekleri tercih ettiğini; aksine, üst gelir grubunda yer alan bireylerin ise sağlıklı, hafif ve düşük kalorili yiyecekleri tercih ettiğini belirtmiştir (Cockerham, 2005). Mevcut araştırmadan elde edilen bilgilere bakıldığında ise hedonistler ve kilo kontrolcüler grubunun toplam gruplar içerisinde en yüksek gelire sahip olduğu, diğer gruplar içerisinde nispeten kültürel sermayesinin yüksek olan grupta yer alan kişilerden oluştuğu (katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde %93,3'ünün lisans ve üzeri öğrenim durumuna sahip olduğu, annelerinin eğitim durumu incelendiğinde %43, 8'inin lise mezunu olduğu, babalarının eğitim durumu incelendiğinde %39,6'sının lise mezunu) tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu durum tabakalaşma kuramında ortaya konulan hipotezi bu araştırmanın örneklem grubu için doğrulamaktadır.

Kültürel tüketim örüntülerinin incelendiği araştırmada ise araştırmaya katılan katılımcıların kültürel beğeni yargıları arasındaki farklılaşmanın ne şekilde gerçekleştiği ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar incelendiğinde kadınlar ve erkekler arasında beğenilen müzik türlerine bakıldığında fantezi müzik, Türk pop müziği, Türk halk müziği, Blues ve Klasik batı müziği türleri ile cinsiyet değişkeni açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar cinsiyet değişkeni açısından beğenilen müzik türünde yerel formların ağırlık kazandığını söylemek mümkündür. Yüksek kültürel forma ait olarak kabul edilen klasik batı müziğinin ise kadınlar arasında farklılaştığı tespit edilmiştir. Edebiyat değişkeni için

farklılaşma sonuçlarına bakıldığında mizah ve Türk edebiyatı haricinde bütün alt boyutlarda farklılaşma olduğu görülmektedir. Bu boyutlar bilim kurgu/fantastik, bilim/tarih/politika, klasik dünya edebiyatı ve modern dünya edebiyatı olduğu görülmektedir. Yerel kültürel formlardan ziyade yüksek kültürel formlara ait edebi türlerin burada ön plana çıktığı görülmektedir. Yiyecek değişkeni açısından sonuçlar incelendiğinde ise kebab, sakatat içerikli çorbalar, pizza, dünya mutfağı, kafe/bistro ve fast food boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında yiyecek beğenisinde yüksek kültürel formlara ait olan ürünler içerisinde sadece dünya mutfağının yer aldığı bunun haricinde katılımcıların yerel formlara olan beğenisinin ortaya çıktığı görülmektedir.

Medeni durum ile müzik değişkenleri açısından sonuçlar incelendiğinde dini müzik, arabesk müzik, Türk halk müziği, klasik Türk müziği ve rap/hip hop türlerinde farklılaşma meydana geldiği görülmektedir. Edebiyat değişkeni açısından tablo incelendiğinde Türk edebiyatı ve bilim kurgu/fantastik türlerinde farklılaşma görülmektedir. Yiyecekler değişkeni açısından tablo incelendiğinde farklılaşmanın balık, sakatat içerikli çorbalar, sokak lezzetleri, pizza, dünya mutfağı, kafeler ve fast food türlerinde olduğu görülmektedir. Medeni durum değişkeni açısından kültürel formlardaki beğeni yargısına bakıldığında yüksek kültürel formlara ait ürünler bu grup içerisinde gözlenmediği görülmektedir.

Yaş değişkeni ile kültürel tüketim kalıpları arasındaki ilişkiye bakıldığında arabesk müzik, Türk pop müziği, Türk halk müziği, Rap/Hip hop, Rock ve Latin türleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Beğenilen müzik türlerine bakıldığında yüksek kültürel formlara ait türlerin yaş değişkeni açısından anlam kazanmadığı görülmektedir. Edebiyat değişkeni ile yaş grupları arasında yapılan analiz sonucunda ise Türk edebiyatı ve bilim kurgu/fantastik türleri arasında anlamlı farklılaşmalar olduğu tespit edilmiştir. Yiyecekler değişkeni ile yaş grupları arasında yapılan analiz sonucunda ise balık, sakatat içerikli çorbalar, sokak yiyecekleri, dünya mutfağı, fast food tercihlerindeki beğenilerin farklılaştığı görülmektedir. Türk edebiyatı ve yiyecekler değişkenleri için kültürel tüketim örüntülerinin yalnızca yiyecekler boyutunda anlam kazandığı görülmektedir. Yiyecekler boyutunda ise dünya mutfağının ve balık tercihlerinin burada yer alması önemlidir. Her iki tür de yüksek kültürel formlara ait değişkenler olarak kabul edilmektedir. Balık tabakalaşma kuramı

perspektifinde içerisinde bulunan vitamin ve mineraller sebebiyle sağlıklı yaşamın ön plana çıktığı bir üründür, dünya mutfığı ise tercih edilebilmek için bu mutfak türlerine ait bilgi ve yeniliğe açık olma durumunu beraberinde getirmektedir.

Katılımcıların annelerinin eğitim durumu perspektifi ile beğenilen müzik türü arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında dini müzikler ve Türk Halk Müziği türlerinde farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Dini müzik türlerinde farklılaşmanın kaynağı anneleri ortaokul mezunu olan bireylerden kaynaklanırken, Türk halk müziği türü için farklılığın kaynağı okur-yazar olmayan annelerden kaynaklanmaktadır. Beğenilen edebi tür ile bireylerin annelerinin eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında bilim kurgu/fantastik türü için yalnızca farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Beğenilen yiyecek türleri ile bireylerin annelerinin eğitim durumu arasındaki farklılaşmaya bakıldığında pizza, fine dining restoranlar ve dünya mutfığı değişkenleri için farklılık tespit edilmiştir. Beğenilen müzik türü ile bireylerin babalarının eğitim durumu arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında dini müzikler, arabesk, Türk pop müziği ve Türk halk müziği türlerinde farklılaşma tespit edilmiştir. Beğenilen edebi türler ve yiyecekler ile bireylerin babalarının meslekleri arasında farklılaşma olup olmadığına bakıldığında herhangi bir grupta farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Bireylerin ebeveynlerinin eğitimi kültürel sermayenin belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Tabakalaşma kuramı perspektifinden bireyler aile ve okul, aracılığıyla içselleştirdikleri beğeni biçimlerini, yaşam tarzını, toplumsal yaşamda sahip olunan statüyü kazandıran kültürel sermayeyi edinmektedirler. Ailenin sahip olduğu eğitim durumu ise bireylere alışkanlıklarının kazandırılmasında en önemli etkidir. Bu araştırma kapsamında ulaşılan bireylerin ebeveynlerinin lisans ve üzeri eğitime sahip olan kişi sayısındaki azlık nedeniyle tam olarak saptamak mümkün olmasa da yiyecekler boyutu için kültürel sermayeye ilişkin birkaç yorum yapmak mümkündür. Fine dining restoranlar ve dünya mutfığının bu bölümde tercih ediliyor olması edebi türler de olmasa bile yiyecekler boyutunda katılımcıların kültürel sermayesinin nispeten yüksek olduğunu söylemeyi mümkün kılmaktadır.

Çoklu uyum analizi sonucu elde edilen verilerine bakıldığında ise dünya mutfığı ve fine dining restoranları tercih eden katılımcıların klasik batı müziğini tercih ettiği ve beğendiği görülmektedir. Özgün Müzik, Türk Halk ve Pop müziği gibi Türk

müziklerini dinleyenler ise sokak yiyecekleri gibi yerel yiyecekleri tercih etmektedir. Dini müzik dinleyenlerin tercihi ise ev yapımı yemekler yönünde olmuştur. Dini müzik türü muhafazakâr yaşamın önemli işaretleyicilerinden biridir (Baltacı, 2019). Bununla birlikte inandığı gibi yaşamayı tercih eden bu grubun müzik türleri içerisindeki tercihlerinin yeme-içme tercihlerine de yansıdığını söylemek mümkündür. Bireylerin helal-haram endişesinden ötürü tarladan softaya İslâmî kurallara uygun olarak hazırlanan gıdaları tercih etmeyi istemesi, dolayısıyla ev içerisindeki tüketimin nasıl ve ne şekilde üretildiğinin bilinmesinden ötürü bu grup için tercihi söz konusu olabilir.

Kültürel tüketimin yiyeceklerle ilişkisi için Türkiye örneğinde yapılmış olan çalışmalara bakıldığında, Rankin, Ergin ve Gökşen (2014) eğitim, gelir, yaş, cinsiyet, Seküler/İslami değer bağımsız değişkenleri ile Rankin ve Ergin (2016) müzik, yiyecek, edebiyat değişkenlerini kullanarak Batı kültürünün batı dışındaki yerel kültürel hiyerarşilerdeki rolünü açıklamak için karma araştırma yöntemini kullanmışlardır. Rankin vd. (2017) yerel kültürü temsil eden hiçbir değişkenin, gruplar arasında ayrım oluşturmadığını göstermiştir. Bu bulguya ek olarak, kültür sermayesi ve geliri yüksek kesimlerin müzik, edebiyat ve yemek alanlarında kentli ve küreselleşmiş kültürü benimsediği sonucuna ulaşılmıştır. Rankin ve Ergin (2017), yetişkinlerin ulusal olarak temsili anketinden elde edilen verileri kullanarak müzik, yiyecekler ve edebiyat boyutlarını hepçillik modelinin kanıtında kullanılan beş farklı kültürel aktiviteyi kullanarak araştırmalarını yapmışlardır. Örtük sınıf analizinin kullanıldığı araştırmada hepçil gruplar tanımlanmıştır. Yerel mutfak; restoran ürünleri, ev yapımı yemekler, kebab, çorba, balık ve sokak yemekleri olarak tanımlanırken yerel olmayan türler arasında pizza, dünya mutfak ve kafe / bistrolar bulunmaktadır. Sosyal statü, hane halkı aylık geliri ile mezun olunan son eğitim düzeyi değişkenleri kullanılarak ölçülmüştür. Hepçilliğin yiyecekler boyutunu genç ve yüksek gelire sahip bireyler tarafından belirlendiği araştırma sonucunu oluşturmaktadır. Kültürel tüketim ve gıda tercihleri ilişkisinin çoklu uyum analizi sonuçlarına bakıldığında ise modernistler ve gelenekselciler grubunun dini ve arabesk müzik türlerini tercih ettiği, kilo kontrolcüler ve evetçiler için beğeni gruplarının Fine Dining restoranlardan oluştuğu görülmektedir. Kilo kontrolcüler ve evetçiler kümelerinin haritanın sol üst bölümünde yer aldığı görülmektedir. Bu bölüm Batı kültürel beğeni formlarında ortaya

çıkan biçimlerin ağırlıklı olarak yer aldığı bölümdür. Burada yer alan kümeler fine dining restoranları tercih ettiği görülmektedir.

Uluslararası alanyazın incelendiğinde ise Warde, Martens, ve Olsen (1999), Johnston ve Bauman (2007), Oleschuk (2016), Kahma vd., (2016) Domanski (2017), Warde (2018), Domanski ve Karpinski (2018), Lindblom ve Mustonen (2019), Lin vd. (2019), Yalvaç ve Hazir (2021)'ın yapmış olduğu araştırmalarla karşılaşılmıştır. Warde, Martens, ve Olsen (1999), dışarıda yemek yeme davranışı ile kültürel hepçillik arasındaki ilişkiyi İngiltere örnekleminde, Johnston ve Bauman (2007), Amerika örnekleminde hepçilliğin altında yatan nedenleri, Oleschuk (2017) kültürel hepçillik bağlamında gurmelerin yiyeceklere atfettiği sembolleri, Kahma vd., (2016) kültürel hepçillik ile bireylerin yiyecek seçimi arasındaki ilişkiyi çoklu regresyon analizi yöntemini kullanarak, Lin vd. (2016), kültürel hepçillik bağlamında turistlerin yiyecek tüketimleri, Domanski (2017) Polonya örnekleminde kültürel hepçillik ve seçkin beğeni arasındaki ilişkiyi, Lindblom ve Mustonen (2019), Finlandiya'da beğenilen ve beğenilmeyen mutfak türleri üzerinden kültürel hepçilliği incelemişlerdir.

Warde, Martens ve Olsen hepçillik kavramı ve yemek yeme davranışını analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgular sosyal ayırmadaki karmaşık rol ile birlikte yorumlanmıştır. İngilizlerin dışarıda yemek yemesiyle ilgili kanıtlar, kültürel tüketim pratiklerinin doğrudan bir açıklamasını sunmamakla birlikte restoran müşterilerinin, özellikle de belirli bir etnik mutfığa en çok aşına olan grubun sosyal olarak ayırt edici özelliklerinin, kültürel tüketimin sosyal eşitsizlikleri yansıtmaya devam ettiğini vurgulamaktadır. Johnston ve Bauman (2007), gurme yemek yazılarını, hepçilliğin altında yatan gerekçeleri anlamak için bir vaka çalışması olarak ele almışlardır. Nitel ve nicel verilere dayanan bulgular bölümünde özgünlük ve egzotizm olmak üzere iki temel değişken kullanılmıştır. Bir bütün olarak özgünlük ve egzotizm değişkenlerinin kültürel değerlere dayanan yiyecekleri değerlendirmenin yolu olarak tanımlanmıştır. Sunulan bu çerçeveler ile kültürel tüketimin kapsayıcı ideolojisi ile dışlayıcı bir beğeni ve ayırım ideolojisi arasındaki ilişkisi ortaya konulmuştur. "Bourdieu sonrası" dönem hakkındaki iddiaların aksine, kültürel hepçillikteki eğilimin, Bourdieu'nün sosyal statü ve ayırımın yaratılmasını ve sürdürülmesini anlamak için gıda gibi günlük kültürel formların önemine ilişkin iddialarını çürütmekten ziyade onayladığını ve detaylandırıldığını araştırma sonrası ortaya konulmuştur.

Oleschuk (2017)' da Johnson ve Baumann ile benzer şekilde otantik ve egzotik yiyecekleri hepçillik değişkeni ile birlikte araştırmış ve otantik ve egzotik yiyeceklerin tercihinde ırk, kültür ve yabancılaşma faktörlerinin rolünün kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir. Kahma vd. (2016), günlük gıda tüketimi pratiklerinde ayırım ve hepçillik kavramını araştırmışlardır. Araştırmada elde edilen veriler çoklu uyum analizi aracılığıyla analiz edilmiştir ve yiyecek seçim sıklıkları, eğilimleri ve sosyal arka plan arasındaki ilişki açıklanmıştır. Yüksek statüye sahip olan bireylerin ve daha yaşlı katılımcıların sağlıklı ve işlenmemiş gıdaları tercih etme olasılıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yüksek statülü gruplar, diğer gruplara göre sağlığı daha çok önemsemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre meyve ve sebze tüketimi, hazır yemek ve fast food ayırımının gerçekleştiği yiyeceklerdir. Günlük besin seçimlerindeki ayırım, sağlıklı ve işlenmemiş gıdaların kullanımında ortaya çıkmıştır. Sosyoekonomik düzeyi yüksek bireylerin ve yaşlı katılımcıların sağlıklı ve işlenmemiş gıdalardan daha fazla keyif aldıkları ortaya konulmuştur. 2017 yılında Domanski, Polonya'daki üst düzey yöneticiler arasında yapmış olduğu çalışmada kültürel tüketim ve yemek arasındaki ilişkinin baskın olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Flemmen ve arkadaşları (2018) Norveç mutfak alanına ilişkin analizi, insanların ayırım yapmasını sağlayan yeni, alternatif ve nadir gıda maddelerini tüketme kapasitesi olduğunu göstermektedir.

Warde (2018), İngiltere'deki 20 yıllık dönemi incelediği araştırmasında, bireylerin dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını ve farklılıklarını analiz etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, zamanla dışarıda yemek yemenin popüler hale gelmesine ek olarak, kültürel tüketim açısından bir ayırımın olmadığı belirtilmiştir. Lin vd. (2019), kültürel tüketim ve turizm ilişkisi kapsamında yaptığı çalışmalarda turistlerin yemek tercihlerini Çinli turistler örnekleminde araştırmışlardır. Araştırma sonuçları incelendiğinde turistlerin hem yeni yiyecekleri hem de tanıdık yiyecekleri tercih ettikleri ancak bu tercihin çeşitli turist gruplarında farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin züppe turistler olarak adlandırılan turist grubu, aşına oldukları yemeklerden çok egzotik yiyecekleri tercih etmektedir. Hepçil turistler hem egzotik yiyeceklere hem de aşına oldukları yiyeceklere daha eşit bir yaklaşım sunuyor. Yalvaç ve Hazır (2021) yapmış oldukları araştırmada hepçil olarak tanımlanabilecek orta sınıf insanların mutfak beğeni tercihlerini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda hepçil bireylerin geleneksel gıdalara ilgi duydukları ortaya konulmuştur.

Teorik ve pratik olarak bu çalışma yiyecek içecek hizmet sektörü yanında turizm, gastronomi ve mutfak sanatları, işletme, pazarlama, davranış bilimleri, sosyoloji gibi disiplinler için bazı çıkarımlar sunmaktadır. Öncelikle kültürel tüketim ile ilgili yapılan mevcut araştırmalar incelendiğinde, sosyolojik temelli alanyazının hâkim olduğu görülmektedir. Gelecekte yapılacak olan araştırmaların farklı bilimsel disiplinlerin perpektifinden ele alınacak olması konuya farklı yaklaşım getirecek ve pek çok boşluğu dolduracaktır. Uluslararası alanyazında tabakalaşma kuramı yiyeceklerin kullanıldığı pek çok farklı çalışmada değer kazanmıştır. Ancak ulusal alanyazın incelendiğinde bu konuya ilişkin araştırmaların yok denecek kadar az olmasının alanda ciddi bir boşluk oluşturduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla gelecekte konuyla ilgili yapılacak olan araştırmalar yeni araştırma problemlerinin ortaya çıkmasına ve açıklanması elzem olan noktaların açıklığa kavuşturulmasına sebep olacaktır.

Ancak bu değişkenler haricinde kültürel evsizlik (cultural homelessness), küreyerelleşme, toplumsal cinsiyet, cinsiyet araştırmaları, sosyal göstergebilim, hegomanya, yapı-fail, kuşaklararası farklılıklar gibi değişkenler ile gıda tercihleri ele alınabilir. Yerli alan yazın incelendiğinde yiyecekleri sosyoloji disiplini içerisinde açıklamaya çalışan araştırmalar henüz yeni gelişim göstermeye başlamaktadır. Dolayısıyla alana dair boşluklar oldukça fazladır ve açıklanmayı beklemektedir. Gıda tercihlerinin yanında Türkiye’de henüz sağlıklı beslenme ilişkisi, helal gıdalar, özgün ve egzotik yiyecekler gibi değişkenler kültürel tüketim pratikleri içerisinde değerlendirilmemiştir ve açıklanmayı bekleyen repertuarlardır. Bu değişkenler haricinde etik tüketim, sorumlu üretim ve tüketim perspektifinde farklı araştırma problemleri ortaya konulabilir.

Yiyeceklere yüklenen sembolik anlam ve birey toplum ilişkisinde bu yiyeceklerin rolü yine açıklanması elzem olan konulardan biridir. Örneğin balık, et, sebze ve meyve gibi yiyecek gruplarına tarihsel süreçler içerisinde farklı anlamlar yüklenmiştir. Et tüketimi güç ile ilişkilendirilirken sebze ve meyve tüketiminin sağlıkla ilişkilendirildiğine dair alanyazında genel bir kanı vardır. Ancak Türkiye örneğinde konu araştırıldığında yapılmış olan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum alandaki boşluğu göstermekte ve konuya dair yeni açılımları gerekli kılmaktadır.

Mevcut çalışmanın, gelecekteki araştırmalar için olası yollar öneren çeşitli sınırlamaları vardır. İlk olarak araştırma kapsamında kullanılan veriler kesitseldir. Dolayısıyla kesitsel veriler Türkiye'deki kültürel eğilimler hakkında çok az bilgi verir. Bu çalışmanın evrenini Ankara ili oluşturmaktadır. Ancak Türkiye nüfusu düşünöldüğünde mevcut araştırmanın kapsamı geliştirilebilir. Bunun yanında kent-kırsal örnekleminde yapılacak olan yeni çalışmalar bahsi geçen kültürel tüketim pratiklerinin anlaşılmasına ve kent-kırsal alandaki farklıların ortaya konulmasında açıklayıcı olabilir. Diğerk yandan bu araştırmanın evrenindeki bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile rastgele seçilmiştir. Yapılacak olan diğerk araştırmalar daha spesifik tüketim grupları üzerindeki kültürel tüketim araştırmalarına odaklanılabilir. Gurmeler, yemek köşe yazarları, sosyal medya araçlarında yer alana araçlar, ünlü şefler, kuşaklar arası gruplar, spesifik meslek grupları (aşçılar), akademisyenler, kamu çalışanları bir başka araştırmanın örneklemini oluşturabilir.

Pratik açıdan değerkendirildiğünde ise yiyecek içecek sektörü, restoran işletmeleri, küçük ve orta ölçekteki işletmeler, pazarlama bilimi gibi pek çok alanda arz talep dengesi üzerine mevcut araştırmanın elde edilen sonuçları önem arz etmektedir. İlk olarak hizmet sağlayıcılarının değirkşen bilgi teknolojileri ve küreselleşmenin etkisiyle farklılaşan tüketici gruplarının belirlenmesinde ve tanımlanması uygulayıcılar için önemlidir. Hedef kitlenin belirlenmesi, hedef kitlelerin özellikleri doğrultusunda menünün oluşturulması, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi önemlidir. Örneğink; helal yiyeceklerin ön plana çıktığı bir restoran ya da otel işletesinde tüketicilere sunulacak olan yiyeceklerin özellikleri, ortamın ambiyansı, ortamda kullanılacak olan müzik türü algıyı etkileyecektir. Bu ise beraberinde mutlu ve tatmin olmuş tüketicileri getirecek bu ise zaman içerisinde işletmenin kârına yansıyabilecektir.



KAYNAKÇA

- Akarçay E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi Orta Sınıfların Yeme, İçme ve Eğlence Örüntüleri*, Ankara: Phoenix Yayınevi
- Akın, Y. K. (2008). Veri Madenciliğinde Kümeleme Algoritmaları ve Kümeleme Analizi. (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alba, J. W., ve Williams, E. F. (2013). "Pleasure Principles: A Review of Research on Hedonic Consumption", *Journal of Consumer Psychology*, 23(1), 2-18.
- Allen, M. W., Wilson, M., Ng, S. H., ve Dunne, M. (2000). "Values and Beliefs of Vegetarians and Omnivores", *The Journal of Social Psychology*, 140(4), 405-422.
- Altın, E. (2021). Türkiye’de İller Bazında Ulaşım Faaliyetlerinin Gelişim Durumunun Kümeleme Analizi ile Belirlenmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Amir, L. H. (2011). "Social Theory and Infant Feeding". *International Breastfeed Journal*, 6(7). 1-3.
- Arun, Ö. (2009). "Yaşlı Bireyin Türkiye Serüveni: Türkiye’de Yaşlı Bireyler Arasında Kültürel Sermaye Dağılımı", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 8(1), 77-100.
- Arun, Ö. (2014). "İnce Zevkler-Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye’de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları", *Cogito*, 76, 167-191.
- Ashall, W. (2004). "Masculine Domination: Investing in Gender", *Studies in Social and Political Thought*, 9(2), 21-39.
- Aslan, A. E. (2019). Kültürel Sermaye ve Sınıf İçi Farklılaşma: Orta Sınıfların Kültürel Sermaye Yatırımı Olarak Özel Okul Tercihleri. (Yayımlanmamış doktora tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Atmaca, T. (2019). Eğitimde Toplumsal Eşitsizliğin Kültürel Sermayenin Aktarımıyla Yeniden Üretilmesi. (Yayımlanmamış doktora tezi), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Avcı, Y. E. (2015). Öğretmenlerin Kültürel Sermaye Yeterliklerinin İncelenmesi, (Yayımlanmamış doktora tezi). Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Avcı, Y. E., ve Yaşar, M. (2014). "Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *International Journal of Social Science Research*, 3(4), 65-76.
- Avcıkurt, C., Sarioğlu, M. ve Girgin, G. K. (2007). Yiyecek-İçecek Olgusuna Sosyolojik Bir Bakış, *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 1-7. İstanbul.
- Ayas, O. G. (2017). "Beğeni Hiyerarşilerinin Tesis Edilmesinde Bir Sınıflandırma Stratejisi Olarak Klasik Türk Müziğinin İcadı: Sosyolojik Bir Yaklaşım", *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 3(1), 139-146.
- Balseçen, H. (2019), "The Art of Authority From the Renaissance to Romanticism", *Eurasian Journal of Research in Social and Economics*, (3), 300-307.
- Baltacı, A. (2019). "Muhafazakâr Tüketim: Türkiye’de Muhafazakârlığın Tüketim Eksenli Dönüşüm Dinamikleri", *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (42), 111-135.
- Barta, A. (2017). "Habitus in Alternative Food Practice: Exploring The Role of Cultural Capital In Two Contrasting Case Studies in Glasgow", *Future of Food: Journal on Food, Agriculture and Society*, 5(2), 27-41.

- Bayhan, B. (2019). *Simgesel Sermaye Olarak Tasarım: Mimarlık Alanında Süreçler, Aktörler, İlişkiler*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beardsworth, A., ve Keil, T. (2002). *Sociology On The Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*. Routledge.
- Beckstead, Jw. (2002). "Using Hierarchical Cluster Analysis in Nursing Research", *Western Journal of Nursing Research*, 24, 307-319.
- Behdioğlu, S. (2000). *Çok Değişkenli Veri Yapısının Yorumlanmasında Olumsuzluk Tablolarının Uygunluk Çözümlemesi ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi), Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Eskişehir.
- Belland, B. R. (2009). "Using the Theory of Habitus to Move Beyond the Study of Barriers to Technology Integration", *Computers & Education*, 52(2), 353-364.
- Bessi re, J. (1998). "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas", *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Be irli, H. (2012). *Yemek Sosyolojisi*. Ankara: Phoneix Yayınevi.
- Bo   k, M. (2019). Cooking the past: Traditionalism in czech culinary magazines. In *Globalized Eating Cultures* (pp. 157-179). Palgrave Macmillan, Cham.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım: Be eni Yargısının Toplumsal Ele tirisi*. Ankara: Heretik Yayınevi.
- Bourdieu, P., ve Wacquant, L. (2013). "Symbolic Capital and Social Classes", *Journal of Classical Sociology*, 13(2), 292-302.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital, ' in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. London: Greenwood Press.
- Bozok, M. (2018). "T rkiye'de Ataerkillik, Kapitalizm Ve Erkeklik İli kilerinde Bi imlenen Babalık", *Fe Dergi*, 10(2), 31-42.
- Ceylan, Z., G rsev, S., ve Bulkan, S. (2017). " ki A amalı K meleme Analizi İle Bireysel Emeklilik Sekt r nde M  teri Profilinin De erlendirilmesi", *Bili im Teknolojileri Dergisi*, 10(4), 475-485.
- Chan, W. L., Hassan, W. M. W., ve Boo, H. C. (2014). "The Product-Related Failures in Restaurants", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 223-228.
- Charles, N., ve Kerr, M. (1988). *Women, Food, and Families*. UK:Manchester University Press.
- Chiu, T., Fang, D., Chen, J., Wang, Y., ve Jeris, C. (2001, August). A robust and scalable clustering algorithm for mixed type attributes in large database environment. In *Proceedings of the seventh ACM SIGKDD international conference on knowledge discovery and data mining* (pp. 263-268).
- Clammer, J. (1992). "Aesthetics of the self: Shopping and Social Being in Contemporary Urban Japan". *Lifestyle shopping: The Subject of Consumption*, 195-215.
- Clausen, S.-E. (1998). *Applied Correspondence Analysis: An Introduction*. California: Sage Publications.
- Cockerham, W. C. (2005). "Health Lifestyle Theory and the Convergence of Agency and Structure", *Journal Of Health And Social Behavior*, 46(1), 51-67.
- Corvo, P. (2016). *Food Culture, Consumption and Society*. Springer.
- Costa, S., Zepeda, L., ve Sirieix, L. (2014). "Exploring tThe Social Value of Organic Food: A Qualitative Study in France", *International Journal of Consumer Studies*, 38(3), 228-237.

- Coşkun, D. (2007). *Kredi Kartı Kullanımında Etkili Olan Faktörlerin Çoklu Uygunluk Analizi ile İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Coveney, J. (2005). "A Qualitative Study Exploring Socio-Economic Differences in Parental Lay Knowledge of Food and Health: Implications for Public Health Nutrition", *Public Health Nutrition*, 8(3), 290-297.
- Czerniewicz, L., ve Brown, C. (2013). "The Habitus of Digital "Strangers" in Higher Education", *British Journal of Educational Technology*, 44(1), 44-53.
- Çakmak, Z., Uzgören, N., ve Keçek, G. (2005). "Kümeleme Analizi Teknikleri ile İllerin Kültürel Yapılarına Göre Sınıflandırılması ve Değişimlerinin İncelenmesi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 15-36.
- Çapık, C. (2014). "Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı". *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çetin, B. N. N. (2018). "Tüketim Yoluyla Sosyal Sermaye Edinimi ve Tahvil Aracı Olarak Borçlanma", *Journal of Economy Culture and Society*, (58), 195-215.
- Darmon, M. (2009). "The Fifth Element: Social Class and the Sociology of Anorexia", *Sociology*, 43(4), 717-733.
- De Moraes Sato, P., Da Rocha Pereira, P., De Carvalho Stelmo, I., Unsain, R. F., Ulian, M. D., Sabatini, F., ... ve Scagliusi, F. B. (2014). "Eating Practices and Habitus in Mothers. A Brazilian Population-Based Survey", *Appetite*, 82, 16-28.
- De Moraes Sato, P., Gittelsohn, J., Unsain, R. F., Roble, O. J., ve Scagliusi, F. B. (2016). "The Use Of Pierre Bourdieu's Distinction Concepts in Scientific Articles Studying Food and Eating: A Narrative Review", *Appetite*, 96, 174-186.
- De Solier, I. (2005). "TV Dinners: Culinary Television, Education and Distinction", *Continuum*, 19(4), 465-481.
- Debevec, L., ve Tivadar, B. (2006). "Making Connections Through Foodways: Contemporary Issues in Anthropological and Sociological Studies of Food", *Anthropological Notebooks*, 12(1), 5-16.
- Desan, M. H. (2013). "Bourdieu, Marx, and Capital: A Critique of the Extension Model", *Sociological Theory*, 31(4), 318-342.
- Desoucey, M. (2020). The Emergence of National Food: The Dynamics of Food and Nationalism.
- Devault, M. L. (1994). *Feeding The Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work*. University of Chicago Press.
- Di Franco, G. (2016). "Multiple Correspondence Analysis: One Only or Several Techniques?". *Quality & Quantity*, 50(3), 1299-1315.
- Doğan, İ. (2002). Kümeleme Analizi ile Seleksiyon. *Turkish Journal of Veterinary & Animal Sciences*, 26(1), 47-53.
- Domański, H., ve Karpiński, Z. (2018). "Intergenerational Mobility and Omnivorism in Eating". *Appetite*, 121, 83-92.
- Dursun, O. (2018). "Toplumu Pierre Bourdieu ile Düşünmek". *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 68-123.
- Ehlert, J. (2021). "Food Consumption, Habitus and The Embodiment of Social Change: Making Class and Doing Gender in Urban Vietnam", *The Sociological Review*, 69(3), 681-701.
- Einhorn, L. (2021). "Meat Consumption, Classed?", *Österreichische Zeitschrift Für Soziologie*, 46(2), 125-146.

- Emmison, M. (1997). "Transformations of Taste: Americanisation, Generational Change and Australian Cultural Consumption", *The Australian and New Zealand Journal of Sociology*, 33(3), 322-343.
- Emontspool, J., ve Georgi, C. (2017). "A Cosmopolitan Return to Nature: How Combining Aesthetization and Moralization Processes Expresses Distinction in Food Consumption", *Consumption Markets & Culture*, 20(4), 306-328.
- Erdendoğdu, F. (2014). "Sosyal Tabakalaşma & Eşitsizlik", *Pamukkale Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, Web: <https://Pamukkale.Academia.Edu/Fezaerdendogdu>, Son Erişim, 11*, 2015.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., ve Sanisoğlu, S. Y. (2013). "Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Uyum İndeksleri". *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 33(1), 210-223.
- Everitt. B., Landau. S., ve Leese. M. (2001). *Cluster Analysis*. London/New York: Arnold/Oxford University Press
- Fantasia, R. (2010). Cooking The Books of the French Gastronomic Field. In: Silva, E. B., & Warde, A. (Eds.). *Cultural analysis and Bourdieu's legacy*. London: Routledge.
- Ferzacca, S. (2004). "Lived Food and Judgments of Taste at a Time of Disease", *Medical Anthropology*, 23(1), 41-67.
- Fischler, C. (1980). "Food Habits, Social Change and The Nature/Culture Dilemma", *Social Science Information*, 19(6), 937-953.
- Fischler, C. (1988). "Food, Self and Identity. Information", *International Social Science Council*, 27(2), 275-292
- Flemmen, M., Hjellbrekke, J., ve Jarness, V. (2018). "Class, Culture and Culinary Tastes: Cultural Distinctions and Social Class Divisions in Contemporary Norway". *Sociology*, 52(1), 128-149.
- Forero, O., ve Smith, G. (2010). "The Reproduction of 'Cultural Taste' amongst the Ukrainian Diaspora in Bradford, England". *The Sociological Review*, 58, 78-96.
- Fowler, B. (1997). *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations*, London: Sage.
- Friedman, S. (2012). "Cultural Omnivores or Culturally Homeless? Exploring the Shifting Cultural Identities of The Upwardly Mobile", *Poetics*, 40(5), 467-489.
- Fuller, T.,ve Tian, Y. (2006). "Social and Symbolic Capital and Responsible Entrepreneurship: an Empirical Investigation Of SME Narratives". *Journal of Business Ethics*, 67(3), 287-304.
- Garcia, R. W. (1997). "Eating Practices and Behavior in the Urban Environment: A Study in Downtown Sao Paulo", *Cadernos De Saúde Pública*, 13(3), 455-467.
- Gemar, A. (2019), "Which Sports Do You Like? Testing Intra-Domain Omnivorosity in Canadian Following of Professional Sport", *International Review for the Sociology of Sport*, 54(7), 813-836.
- Gergs, H. (2003). "Economic, Social, And Symbolic Capital", *International Studies of Management and Organization*, 33(2), 22-48.
- Germov, J., ve Williams, L. (2016). *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite*. USA: Oxford University Press.
- Glenn, J., ve William, E. (2020). Cultural Capital and Habitus in Golf Consumption: Embedded Mechanisms of Transference, Doctoral Dissertation, Durham University.
- Gossard, M.H., York, R. (2003). Social Structural Influences on Meat Consumption. *Human Ecology Review*, 10, 1-9

- Gottlieb, D.; Rossi, P.H. (1961). *A Bibliography And Bibliographic Review Of Food And Food Habit Research*; U.S. Army, Quartermaster Food And Container Institute, Library Bulletin Number 4.
- Atbaş, A. C. Y. (2008). *Kümeleme Analizinde Küme Sayısının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, (Yayımlanmamış doktora tezi)*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Günbatar, M. S. (2014). "Bilgi ve İletişim Teknolojilerine Yönelik Bir Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması." *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 121-135.
- Hamulka, J., Frackiewicz, J., Stasiewicz, B., Jeruszka-Bielak, M., Piotrowska, A., Leszczynska, T., ... ve Wadolowska, L. (2022). "Socioeconomic, Eating-and Health-Related Limitations of Food Consumption Among Polish Women 60+ Years: The 'ABC Of Healthy Eating' Project", *Nutrients*, 14(1), 51.
- Han, S. H., Nguyen, B., ve Simkin, L. (2016). "The Dynamic Models of Consumers' Symbolic Needs: in The Context Of Restaurant Brands", *European Journal Of Marketing*, 50(7/8), 1348-1376.
- Hayley, A., Zinkiewicz, L., ve Hardiman, K. (2015). "Values, Attitudes, and Frequency of Meat Consumption. Predicting Meat-Reduced Diet in Australians". *Appetite*, 84, 98-106.
- Hazır, I. K., ve Purhonen, S. (2017), "Cultural Opening, Omnivore and the Decline of the Highbrow: A Comparison of Turkey and Europe", *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 4 (1), 29-58.
- Hazır, K. I. (2013), "Bourdieu Sonrası Yeni Eşitsizlik Gündemleri: Kültürel Sınıf Analizi, Beğenive Kimlik", *Cogito*, 76, 230-261
- Heinz, B., ve Lee, R. (1998). "Getting Down To The Meat: The Symbolic Construction of Meat Consumption", *Communication Studies*, 49(1), 86-99.
- Hennion, A. (2007). "Those Things That Hold us Together: Taste and Sociology", *Cultural Sociology*, 1(1), 97-114.
- Hjellbrekke, J. (2018). *Multiple Correspondence Analysis for the Social Sciences*. UK:Routledge.
- Holbrook, M. B., ve Hirschman, E. C. (1982). "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun", *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Holm, L., Ekström, M. P., Hach, S., ve Lund, T. B. (2015). Who is cooking dinner? Changes in the gendering of cooking from 1997 to 2012 in four Nordic countries. *Food, Culture & Society*, 18(4), 589-610.
- Hopper, E. (2019). Maslow's Hierarchy Of Needs Explained. *Viitattu*, 12.
- Huang, S. (2011). "Nation-branding and Transnational Consumption: Japan-Mania and the Korean WAVE in Taiwan", *Media, Culture & Society*, 33(1), 3-18.
- Huang, X. (2019). "Understanding Bourdieu-Cultural Capital and Habitus", *Review of European Studies*, 11, 45.
- Hunt, E. (2016). "Noma Sydney: Diners Go to Extreme Lengths to Secure Spot at Sellout Pop-up Restaurant." 15 Ağustos 2016 tarihinde <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/jan/27/noma-sydneydiners-go-to-extreme-lengths-to-secure-spot-at-sellout-pop-up-restaurant>.
- Hupkens, C. L., Knibbe, R. A., ve Drop, M. J. (2000). "Social Class Differences in Food Consumption: The Explanatory Value of Permissiveness and Health and Cost Considerations", *The European Journal of Public Health*, 10(2), 108-113.

- Jarvinen, M., Ellergaard, C. H., ve Larsen, A. G. (2014). "Drinking Successfully: Alcohol Consumption, Taste and Social Status", *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 384-405.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Johnston, J., Szabo, M., ve Rodney, A. (2011). "Good Food, Good People: Understanding the Cultural Repertoire of Ethical Eating", *Journal of Consumer Culture*, 11(3), 293-318.
- Johnston, J., ve Baumann, S. (2007). "Democracy Versus Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing", *American Journal of Sociology*, 113(1), 165-204.
- Kahma, N., Niva, M., Helakorpi, S., ve Jallinoja, P. (2016), "Everyday Distinction and Omnivorous Orientation: An Analysis of Food Choice, Attitudinal Dispositions and Social Background", *Appetite*, 96, 443-453.
- Kahma, N., ve Toikka, A. (2012). "Cultural Map of Finland 2007: Analysing Cultural Differences Using Multiple Correspondence Analysis", *Cultural Trends*, 21(2), 113-131.
- Kamalja, K. K., ve Khangar, N. V. (2017). "Multiple Correspondence Analysis and its Applications", *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 10(2), 432-462.
- Kamış, N. F. (2018). *Kültürel Tüketim Eğiliminde Tüketici Özelliklerinin Rolü: Ülkelere Göre Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kamphuis, C. B., Groeniger, J. O., ve Van Lenthe, F. J. (2018). "Does Cultural Capital Contribute to Educational Inequalities in Food Consumption in The Netherlands? A Cross-Sectional Analysis of the GLOBE-2011 Survey", *International Journal For Equity in Health*, 17(1), 168.
- Kamphuis, C. B., Jansen, T., Mackenbach, J. P., ve Van Lenthe, F. J. (2015). "Bourdieu's Cultural Capital in Relation to Food Choices: A Systematic Review of Cultural Capital Indicators and an Empirical Proof of Concept", *Plos On.* 1-19.
- Katz-Gerro, T. (2004). "Cultural Consumption Research: Review of Methodology, Theory, and Consequence", *International Review of Sociology*, 14(1), 11-29.
- Kaya, B. (2018). *Beğeni Tercihleri Üzerinden Kültürel ve Sınıfsal Farklılıklara Pierre Bourdieu Perspektifinden Bakmak: Denizli Kentinde Orta Sınıflarda Kültürel Farklılıkların Yansımaları*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Kelloway, E. K., (1998), *Using LISREL for Structural equation modeling*, Thousand Oaks, CA: Sage Publishers.
- Kılıç, A. F. (2016). Uyum Analizi (Correspondence Analysis), *YBS Ansiklopedi*, 3(1), 1-20.
- Kılıç, L. K., ve Eyüp, B. (2011). "İlköğretim Türkçe Ders Kitaplarında Ortaya Çıkan Toplumsal Cinsiyet Rollerine Bir İnceleme", *Odü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (Odüsobiad)*, 2(3), 129-148.
- Kıstak D. (2012). "Yemek Sosyolojisi", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 281-284.
- Kniazeva, M., ve Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6(6), 419-435.

- Korkmaz, S. (2018). *Ataerkil Kültür Yapısının Ailedeki İşbölümüne Etkileri Niğde Örneği*, “Yayımlanmamış yüksek lisans tezi”, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Korp, P. (2010). “Problems of the Healthy Lifestyle Discourse”, *Sociology Compass*, 4(9), 800-810.
- Koytak, E. (2012). “Tahakküme Hükmetmek: Bourdieu Sosyolojisinde Toplum ve Bilim İlişkisi”, *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(25), 85-101.
- Köster, E. P. (2009). “Diversity in The Determinants of Food Choice: A Psychological Perspective”, *Food Quality and Preference*, 20(2), 70-82.
- Kurt, G. (1992). *Çok Değişkenli İstatiksel Analiz Tekniklerinden Çok Boyutlu Örneklem ve Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Lee, J., ve Allen, J. (2021). “Gender Differences in Healthy and Unhealthy Food Consumption and its Relationship With Depression in Young Adulthood”, *Community Mental Health Journal*, 57(5), 898-909.
- Lee, K. H., Scott, N., ve Packer, J. (2014). “Habitus and Food Lifestyle: In-Destination Activity Participation of Slow Food Members”, *Annals of Tourism Research*, 48, 207-220.
- Lin, J., Cui, Q., Marin, J., ve Xu, H. (2019). “Distinction and Omnivorousness in Tourists’ Food Consumption”, *International Journal of Hospitality Management*, 83, 95-102.
- Lindblom, T., ve Mustonen, P. (2019). “Anything But Heavy Meal–Culinary Dislikes and Patterned Intolerance Among the Young Urban Finns”, *Social Science Information*, 58(1), 193-218.
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and The Self*. London: Sage.
- Lupton, D. (1997). “Consumerism, Reflexivity and The Medical Encounter”, *Social Science & Medicine*, 45(3), 373-381.
- Mapes, G. (2018). “(De) Constructing Distinction: Class Inequality and Elite Authenticity in Mediatized Food Discourse”, *Journal of Sociolinguistics*, 22(3), 265-287.
- Marshall, D. (2005). “Food as Ritual, Routine or Convention”, *Consumption Markets & Culture*, 8(1), 69-85.
- Maslow, A. H. (1943). “A Theory of Human Motivation”, *Psychological Review*, 50(4), 370-96
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper And Row
- Mavili, A., Kesen, F., ve Daşbaş, S. (2014). “Aile Aidiyeti Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33), 29-45
- Mcleod, S. (2007). “Maslow's Hierarchy of Needs”, *Simply Psychology*, 1, 1-8.
- Mellor, J., Blake, M., ve Crane, L. (2010). “When I'm Doing A Dinner Party I Don't Go for The Tesco Cheeses” Gendered Class Distinctions, Friendship and Home Entertaining”, *Food, Culture & Society*, 13(1), 115-134.
- Mendeş, M. (2003). “Levene, Bartlett, Neyman-Pearson ve Bartlett 2 Testlerinin 1. Tip Hata Olasılıkları Bakımından Karşılaştırılması”. *Journal of Agricultural Sciences*, 9(02), 143-146.
- Mintz, S. W., ve Du Bois, C. M. (2002). “The Anthropology of Food and Eating”, *Annual Review of Anthropology*, 31(1), 99-119.
- Munro, E. (2005). “A Systems Approach to Investigating Child Abuse Deaths”, *British Journal of Social Work*, 35(4), 531-546.

- Murcott, A. (1982). "The Cultural Significance of Food and Eating", *Proceedings of the Nutrition Society*, 41(2), 203-210.
- Namlu, A. G. (2004). "Bilişötesi Öğrenme Stratejileri Ölçme Aracının Geliştirilmesi: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 123-136.
- Neal, Z. (2006). Culinary deserts, gastronomic oases: A classification of US cities. *Urban Studies*, 43(1), 1–21.
- O'sullivan, G., Hocking, C., ve Wright-St. Clair, V. (2008). "History in The Making: Older Canadian Women's Food-Related Practices", *Food and Foodways*, 16(1), 63-87.
- Okur-Berberoğlu, E., ve Uygun, S. (2012). "Çevre Farkındalığı-Çevre Tutumu Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli İle Sınanması". *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 459-473.
- Oleschuk, M. (2017). "Foodies Of Color: Authenticity and Exoticism in Omnivorous Food Culture", *Cultural Sociology*, 11(2), 217-233.
- Oncini, F. (2019). "Feeding Distinction: Economic and Cultural Capital in the Making of Food Boundaries", *Poetics*, 73, 17-31.
- Øygard, L. (2000). "Studying Food Tastes Among Young Adults Using Bourdieu's Theory", *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 24(3), 160-169.
- Özalp, H. K., ve Gökay, M. (2018). F"arklı Kùltürler İçerisinde Eğitim Gören 12–17 Yaş Grubu Türk Çocuklarının Estetik Beğeni Düzeylerinin Karşılaştırılması", *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 1307-1368.
- Özgür, E. G. (2013). *Kategorik Verilerde Boyut İndirgeme Yöntemi: Çoklu Uyum Analizi ve Sağlık Bilimlerinde Beslenme Üzerine Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özmenteş, G. (2019). "Müzikte Beğeni Hiyerarşilerinin Nahifliği: Sosyal Teorilerden Bir Eleştiri", *Etnomüzikoloji Dergisi*, 2(2), 139-178.
- Öztürk, A. T., ve Aygün, k. İ. (2020). "İş Tatmini ve İşgören Performansı Arasındaki İlişki Üzerinde İş Stresinin Aracılık Rolünün Belirlenmesi". *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(3), 210-234.
- Öztürk, Ş. (2011). "Pierre Bourdieu's Theory Of Social Action", *Habitus Toplumbilim Dergisi*, (1), 63-77.
- Paddock, J. (2011). *Class, Food, Culture: Exploring 'Alternative' Food Consumption*, Doctoral Dissertation, Cardiff University.
- Palabıyık, A. (2011). "Pierre Bourdieu Sosyolojisinde "Habitus", "Sermaye" ve "Alan" Üzerine", *Liberal Düşünce Dergisi*, (62), 1-21.
- Park, C. (2004), "Efficient Or Enjoyable? Consumer Values of Eating out and Fast Food Restaurant Consumption in Korea", *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 87-94.
- Peterson, R. A., ve Kern, R. M. (1996). "Changing Highbrow Taste: From Snob To Omnivore", *American Sociological Review*, 900-907.
- Prieur, A., Rosenlund, L., ve Skjott-Larsen, J. (2008). "Cultural Capital Today: A Case Study From Denmark", *Poetics*, 36(1), 45-71.
- Prónay, S., ve Hetesi, E. (2016). "Symbolic Consumption in The Case of Brand Communities", *Society and Economy*, 38(1), 87-102.
- Pullant, J. (2001). *SPSS Survival Manual. A Step-By-Step Guide to Data Analyses Using SPSS For Windows*. PA: Open University Press.

- Rankin, B., ve Ergin, M. (2017). "Cultural Omnivorousness in Turkey", *Current Sociology*, 65(7), 1070-1092.
- Ritzel, C., ve Mann, S. (2021). "The Old Man and The Meat: On Gender Differences in Meat Consumption Across Stages of Human Life", *Foods*, 10(11), 2809.
- Rojas-Rivas, E., Espinoza-Ortega, A., Thomé-Ortíz, H., Moctezuma-Pérez, S., & Cuffia, F. (2019). "Understanding Consumers' Perception and Consumption Motives Towards Amaranth in Mexico Using the Pierre Bourdieu's Theoretical Concept of Habitus", *Appetite*, 139, 180-188.
- Rothgerber, H. (2013). "Real Men Don't Eat (Vegetable) Quiche: Masculinity and The Justification of Meat Consumption", *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363-375.
- Rozin, P., Hormes, J., Faith, M. ve B. Wansink. (2012). 'Is Meat Male? A Quantitative Multimethod Framework to Establish Metaphoric Relationships", *Journal Of Consumer Research*, 39(3), 629-43.
- Rössel, J., Schenk, P., ve Weingartner, S. (2017). "Cultural Consumption", *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*, 1, 14.
- Rundle-Thiele, S., Kubacki, K., Tkaczynski, A., ve Parkinson, J. (2015). "Using Two-Step Cluster Analysis to Identify Homogeneous Physical Activity Groups", *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (4), 522-537.
- Salur, R. (2020). *Türkiye'nin Avrupa Birliği ve Şangay İş Birliği Teşkilatı Ülkeleri İle Ekonomik Entegrasyonu: Bir Kümeleme Analizi (2000-2018)*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Kto Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Saunders, M., Lewis, P. ve Thornhill, A. (2007). *Research Methods*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Schafer, R. B., ve Schafer, E. (1989). "Relationship Between Gender and Food Roles in the Family". *Journal of Nutrition Education*, 21(3), 119-126.
- Schneider-Kamp, A. (2020). "Inclusion of The Excluded: Consumers' Quest For Hedonism in Food Consumption", *International Journal of Consumer Studies*. 45(3), 320-334.
- Schwartz, S. H. (1994). "Are there Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values?", *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Sekaran, U. ve Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. UK: John Wiley & Sons.
- Shuman, A. (2000). "Food Gifts: Ritual Exchange and the Production of Excess Meaning", *Journal of American Folklore*, 113 (450), 495-508.
- Sidenvall, M. Nydahl, C.F. Jellström. (2001). "Managing Food Shopping and Cooking: The Experiences of Older Swedish Women", *Ageing and Society*, 21 (2), 151-168.
- Siisiainen, M. (2003). "Two Concepts of Social Capital: Bourdieu Vs. Putnam", *International Journal of Contemporary Sociology*, 40(2), 183-204.
- Sintas, J.L. ve A_Lvarez, E.G. (2004), "Omnivore Versus Univore Consumption and its Symbolic Properties: Evidence from Spaniards Performing Arts Attendance", *Poetics*, 32(6), 463-484.
- Smith Maguire, J. (2018). "The Taste For The Particular: A Logic if Discernment in an Age of Omnivorousness", *Journal of Consumer Culture*, 18(1), 3-20.
- Sneijder, P., ve Te Molder, H. (2009). "Normalizing Ideological Food Choice and Eating Practices. Identity Work in Online Discussions on Veganism", *Appetite*, 52(3), 621-630.

- Sobal, J. (2005). "Men, Meat, and Marriage: Models of Masculinity", *Food and Foodways*, 13(1-2), 135-158.
- Sonnett, J. (2004), "Musical Boundaries: Intersections of Form And Content", *Poetics*, 32(3-4), 247-264,
- Starr, A. (2010). "Local Food: A Social Movement?. *Cultural Studies?*", *Critical Methodologies*, 10(6), 479-490.
- Stead, M., Mcdermott, L., Mackintosh, A. M., ve Adamson, A. (2011). "Why Healthy Eating is Bad For Young People's Health: Identity, Belonging and Food", *Social Science & Medicine*, 72(7), 1131-1139.
- Steenkamp, J. B. E. (1993). *Food Consumption Behavior*. ACR European Advances.
- Sumpter, K. C. (2015). "Masculinity And Meat Consumption: An Analysis Through the Theoretical Lens of Hegemonic Masculinity and Alternative Masculinity Theories", *Sociology Compass*, 9(2), 104-114.
- Suner, A., ve Çelikoğlu, C. C. (2008). "Uygunluk Analizinin Benzer Çok Değişkenli Analiz Yöntemleri ile Karşılaştırılması", *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 1(1), 9-15.
- Suner, A., ve Çelikoğlu, C. C. (2010). "Toplum Tabanlı Bir Çalışmada Çoklu Uygunluk Analizi ve Kümeleme Analizi ile Sağlık Kurumu Seçimi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 43-55.
- Swartz, D. L. (2019). "Bourdieu's Concept Of Field İn The Anglo-Saxon Literature", *Empirical Investigations of Social Space*, 15, 177-193.
- Swartz, D., ve Gen, E. (2011). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Şahin, A., Cankurt, M., Günden, C., ve Miran, B. (2008). "Çiftçilerin Risk Davranışları: Bir Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 153-172.
- Şan, E. (2020). *Türkiye'de Eğitim Alanında Yayınlanan Karma Yönteme Dayalı Makalelerin İncelenmesi*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi", Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş - Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Eğitim Danışmanlık Hizmeti.
- Tenenhaus, M., ve Young, F. W. (1985). "An Analysis and Synthesis of Multiple Correspondence Analysis, Optimal Scaling, Dual Scaling, Homogeneity Analysis and Other Methods for Quantifying Categorical Multivariate Data", *Psychometrika*, 50(1), 91-119.
- Thomas, L. (2002). "Student Retention in Higher Education: The Role of Institutional Habitus", *Journal Of Education Policy*, 17(4), 423-442.
- Tivadar, B., ve Luthar, B. (2005). "Food, Ethics, and Aesthetics", *Appetite*, 44, 215-233.
- Toivonen, T. (1997). "Food and Social Class", *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 21(4), 329-347.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). 10 Ekim 2021 tarihinde, <https://cip.tuik.gov.tr/>
- Vilhjálmsdóttir, G., ve Arnelsson, G. B. (2013). "Social Aspects of Career Choice From The Perspective of Habitus Theory". *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 581-590.
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London, Thousand Oaks And New Delhi: Sage
- Warde, A. (2007). "Does Taste Still Serve Power? The Fate of Distinction in Britain", *Sociologica*, 1(3), 1-27.

- Warde, A. (2018). "Changing Tastes? The Evolution of Dining Out in England", *Gastronomica*, 18(4), 1-12.
- Warde, A., Martens, L. (2000). *Eating Out*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Warde, A., Martens, L., ve Olsen, W. (1999). "Consumption and The Problem of Variety: Cultural Omnivorousness, Social Distinction and Dining Out", *Sociology*, 33(1), 105- 127.
- Widdop, P. ve Cutts, D. (2013), "Social Stratification and Sports Participation in England", *Leisure Sciences*, 35(2), 107-128.
- Willard, B. E. (2002). "The American Story Of Meat: Discursive Influences on Cultural Eating Practice". *Journal of Popular Culture*, 36(1), 105–118.
- Witt, U. (2010). "Symbolic Consumption and The Social Construction of Product Characteristics", *Structural Change and Economic Dynamics*, 21(1), 17-25.
- Woodhall-Melnik, J., ve Matheson, F. I. (2017). "More Than Convenience: The Role of Habitus in Understanding the Food Choices of Fast Food Workers", *Work, Employment and Society*, 31(5), 800-815.
- Wright, L. T., Nancarrow, C., ve Kwok, P. M. (2001). "Food Taste Preferences and Cultural Influences on Consumption", *British Food Journal*. 103(5), 348-357.
- Yalvaç, N. S., ve Hazır, I. (2021). "Do Omnivores Perform Class Distinction? A Qualitative Inspection of Culinary Tastes, Boundaries and Cultural Tolerance", *Sociology*, 55(3), 469-486.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi Ve Geçerlilik: Keşfedici Ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması". *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S.(2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay.
- Yüksek, D. A. (2018). "Sermaye Biçimlerinin Dönüşümü Açısından Sosyal Sermayenin Öneminin Değerlendirilmesi: Bourdieu'nun Modeline Eleştirel Bir Yaklaşım", *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 17(3), 1090-1106.



EKLER

Ek- 1. Anket Formu

KÜLTÜREL TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİNİN BİREYLERİN GIDA TERCİHLERİ İLE İLİŞKİSİ

Bu çalışmanın amacı kültürel tüketim örüntülerinin gıda tercihleri ile ilişkisinin incelenmesidir. Bu çalışma kapsamında verilecek cevaplar tamamen bilimsel amaçla kullanılacak olup, herhangi bir ticari amaçla kullanılmayacaktır.

Arş. Gör. Gizem Sultan KAMAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Bölümü

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

Cinsiyet ☐ Kadın ☐ Erkek

Yaş: ☐ 18-23 ☐ 24-29 ☐ 30-35 ☐ 36-41 ☐ 42 ve üzeri

Medeni durum ☐ Evli ☐ Bekar

İkamet Yeri ☐ Şehir ☐ Köy

Aylık Hanehalkı Geliri:

Eğitim durumu: ☐ Okur-yazar değil ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Lisans ve üzeri

Katılımcının annesinin eğitimi ☐ Okur-yazar değil ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ve üzeri

Katılımcının babasının eğitimi ☐ Okur-yazar değil ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ve üzeri

Çalışma Durumu ☐ Kendi işinde çalışan ☐ Çiftçi ☐ İşsiz ☐ Öğrenci ☐ Emekli ☐ Ev hanımı ☐ Kamu personeli
☐ Özel sektör çalışanı

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yeni yiyecekler denemeyi severim.					
Sıra dışı, egzotik yemekleri severim.					
Dışarıda yemek yediğimde, bildiğim yemekleri sipariş etmeyi severim.					
Ailem/eşimle/arkadaşlarımla birlikte yemek yemeyi severim.					
Yemekte sohbet etmekten hoşlanırım.					
Akşam yemeklerine diğer öğünlerden daha fazla vakit ayırmayı severim.					
Hafif yiyecekler iş için yeterli enerjiyi sağlamaz.					
Yemekten beklediğim şey öncelikle çalışabilmek için gerekli enerjiyi sağlamasıdır					
Büyük porsiyonları severim.					
Bir yemeğin doyurucu olması, yemeğin türünden daha önemlidir.					
Çorba içtikten sonra ana yemek farklı tabakta servis edilmelidir.					
Farklı içecekler için farklı bardaklar kullanılmalıdır.					
Taze sebze ve meyve tüketmeyi severim.					
Az yağlı süt ürünleri kullanırım.					
Kolesterol içeriği yüksek yiyecekler yememeye özen gösteririm.					
Bir gün çok yemek yersem ertesi gün kilomu kontrol altında tutmak için daha az yerim.					
Kilomu kontrol altında tutmak için tükettiğim yiyeceklerin kalorisini hesaplarım.					
Bir akşam yemeğinde hazır yiyecekler tercih edilmemelidir.					
Bayramlar/ özel günler için yapılan kek, pasta, çörek hazır olmamalıdır, evde yapılmalıdır.					
Etsiz yemek olmaz.					
Aile içinde yemek yapmak kadının görevidir.					
Fast food restoranlarında (McDonald's, Burger King vb.) yemek yemeyi severim.					
Sık sık etnik restoranlara giderim (ör. İspanyol, Meksika, İtalyan, Fransız)					
Arkadaşlarımla dışarı çıktığımda, genellikle bir restoranda akşam yemeği yeriz.					
En iyi yemek, geleneksel yemekler sunan restoranlarda servis edilir.					
Yeni tarifler denemeyi severim					
Sıklıkla çok fazla pişirme becerisi gerektiren yemekler yaparım.					

2. BÖLÜM

İfadeler	Çok seviyorum	Seviyorum	Sevmem	Çok sevmem	Hiç duymadım	Duydum ama hiç tecrübe etmedim.
Dini Müzikler						
Fantezi						
Arabesk						
Özgün Müzik						
Türk Pop Müziği						
Türk Halk Müziği						
Klasik Türk Müziği						
Klasik Batı Müziği						
Rap/Hip hop						
Heavy Metal						
Blues						
Rock						
Elektronik Dans						
Latin						
Jazz						
Türk Edebiyatı						
Mizah						
Bilimkurgu/ Fantastik						
Bilim/Tarih/Politika						
Sanat						
Şiir						
Klasik dünya edebiyatı						
Modern Dünya Edebiyatı						
Ev yapımı						
Kebap						
Balık						
Çorba/Sakatat içerikli çorbalar						
Sokak Yiyecekleri						
Pizza,						
Fine dining (Kaliteli restoranlar),						
Dünya mutfağı						
Cafe/bistro						
Fast- food						



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Gizem Sultan KAMAN
Uyruğu : T.C

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi	2018
Lisans	Gazi Üniversitesi	2016

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2017-devam ediyor	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Araştırma
Görevlisi	Turizm Fakültesi	

Yayınlar

- Bölükbaş, R., Sarıkaya, G. S., & Yazıcıoğlu, İ. (2021). Analysis of food waste and sustainability behavior in Turkish television cooking shows. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100336.
- Kılıçlar, A., Sarıkaya, G. S., Şahin, A., & Bozkurt, I. (2021). De gustibus non est disputandum: analysis of the relationship between cultural omnivorousness and food. *British Food Journal*.



