

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNDE MEYDANA GELEN
DEĞİŞMELER ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR
ARAŞTIRMA
(İSTANBUL ÖRNEĞİ)**

Yüksek Lisans Tezi

Başak SOYDAN

Danışman
Prof. Dr. Kamil KAYA

İstanbul – 2023

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Başak SOYDAN

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Türk Yemek Kültüründe Meydana Gelen Değişmeler Üzerine
Sosyolojik Bir Araştırma (İstanbul Örneği)

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Sosyoloji

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 17.07.2023

Sayfa Sayısı : 160

Tez : Prof. Dr. Kamil KAYA

Danışmanları

Dizin Terimleri : Yemek kültürü, küreselleşme, küyerelleşme, popüler kültür.

Türkçe Özet : Son yıllarda küreselleşmenin ve popüler kültürün etkisiyle yeme içme alışkanlıklarında da farklılaşmalar olmuştur. Bu değişimle birlikte kişilerin yeme-içme tercihlerinde de değişimler görülmektedir. Araştırmanın temel amacı popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yeme içme alışkanlıkları ve yemek kültürü üzerine etkisini ortaya koymaktır. Aynı zamanda bu etkinin yarattığı değişimin yönünün sosyolojik bir bakış açısıyla uzman görüşleriyle ortaya konması amaçlanmaktadır.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Başak SOYDAN

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Sosyoloji Anabilim Dalı

**TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNDE MEYDANA GELEN
DEĞİŞMELER ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR
ARAŞTIRMA
(İSTANBUL ÖRNEĞİ)**

Yüksek Lisans Tezi

Başak SOYDAN

Danışman

Prof. Dr. Kamil KAYA

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Başak SOYDAN

.../.../2023



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Başak SOYDAN'ın "Türk Yemek Kültüründe Meydana Gelen Değişmeler Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (İstanbul Örneği)" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Prof. Dr. Kamil KAYA
(Danışman)

Üye

İmza

Doç. Dr. Meyrem TUNA UYSAL

Üye

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2023

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Tarih boyunca insan hayatının en önemli ve hayati parçası olan yemek hayatta kalmak için ihtiyacımız olan besin olma özelliği dışında sosyal ve kültürel özellikleriyle hayatımızın ve gündelik yaşantımızın tam merkezinde yer almaktadır. Son yıllarda hızlı kent yaşamıyla birlikte küreselleşmenin, popüler kültür ve kitle kültürünün etkileri yeme-içme alışkanlıklarında da gözlenmeye başlanmıştır. Bu bağlamda küreselleşmenin kültürel etkileri Türk yemek kültüründe de kendini göstermiştir. Küreselleşme “global düşün yerel hareket et” olarak özetlenebilecek “küyerelleşme” kavramını beraberinde getirmiş ve örnekleri mutfaklarda yerini almıştır. Aynı zamanda küreselleşme yerelleşme hareketini doğurmuş ve Türk mutfak kültüründe bu yöne doğru bir hareketlenme söz konusu olmuştur. Türk yemek kültürü tarih boyunca etkileşime girdiği toplumlar, farklı kültürler, üzerinde hareket ettiği topraklar ve coğrafya doğrultusunda gelişmiş ve zenginleşmiştir. Tarih boyunca yemeklerin gerek hazırlanışları, sunulmaları, yenme biçimleri ve sıraları, hazırlanma zamanları gibi sembolik anlamları olmuştur. Yemeğin bu sosyal ve kültürel yönleri onu sosyolojik olarak ele almayı gerektirmiştir. Bu nedenle özellikle 20. yüzyılda küreselleşmenin etkilerinin artmasıyla yemek kültürü ve yemek sosyolojisiyle alakalı çalışmalar artış göstermiştir. Bu çalışmada yemeğin sembolik yönü göz önünde bulundurularak sembolik etkileşimcilik yaklaşımı temel alınmıştır. Çalışmanın amacı küreselleşme ve popüler kültür gibi kültürel kavramların Türk yemek kültürüne etkilerini konunun uzmanlarıyla yapılan görüşmelerle ortaya koymaktır. Araştırma nitel araştırma yöntemi ve derinlemesine mülakat tekniği ile uzman 12 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültüründe ve yeme içme alışkanlıklarında etkileri olduğu ve bu etkilerin Türk yemek kültürünü ve yeme içme alışkanlıklarını değişime uğrattığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların popüler kültürü ve etkilerini daha olumsuz, küreselleşmeyi ve buna bağlı etkileri daha olumlu karşıladıkları anlaşılmıştır. Araştırma sonucunda daha sorumlu ve farklı disiplinlerden de yararlanan bir gastronomi anlayışının geliştirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yemek kültürü, küreselleşme, küyerelleşme, popüler kültür.

SUMMARY

Food is not just the food we need to survive its also the most important and vital part of human life with its social and cultural characteristics and has been the center of our lives and daily lives throughout history. In recent years with the rapidity of urban life and the effects of globalization, popular culture and mass culture have begun to be observed in eating and drinking habits. In this context, the cultural effects of globalization have also manifested themselves in Turkish food culture. Globalization has brought the concept of "glocalization", which can be summarized as "think globally, act locally" and its examples have taken their places in the kitchens. At the same time, localization movement comes with globalization and Turkish cuisine culture is also experiencing a movement in this direction. Turkish food culture has developed and enriched in line with the societies, different cultures, the lands and geography it has interacted with throughout history, and the foods always have had symbolic meanings such as their preparation, presentation, eating styles and order, and preparation times. These social and cultural aspects of food necessitated to consider it sociologically. For this reason, especially in the 20th century, with the increase in the effects of globalization, studies on food culture and food sociology have increased. This research is based on the symbolic interactionism approach, which considers the symbolic aspect of food. The aim of the study is to reveal the effects of cultural concepts such as globalisation and popular culture on Turkish food culture through expert interviews. The research was conducted using qualitative research method and in-depth interview technique with 12 expert participants. As a result of these interviews, it was concluded that popular culture and globalisation have effects on Turkish food culture and eating and drinking habits and that these effects have changed Turkish food culture and eating and drinking habits. It was understood that the participants perceived popular culture and its effects more negatively and globalisation and its effects more positively. As a result of the research, the necessity of developing a more responsible gastronomy understanding that also benefits from different disciplines has emerged.

Anahtar Kelimeler: Food culture, globalization, glocalization, popular culture, symbolic interactionism.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY.....	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ÖNSÖZ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

1.1. Araştırmanın Problemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı	4
1.3. Araştırmanın Önemi	5
1.4. Araştırmanın Varsayımları	6
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.6. Araştırmanın Yöntemi	8
1.7. Araştırmanın Örneklemi.....	10
1.8. Veri Toplama Teknikleri	11

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kavramsal Çerçeve.....	13
2.1.1. Kültürle İlgili Temel Kavramlar	13
2.1.1.1. Hakim Kültür	15
2.1.1.2. Alt Kültür	16
2.1.1.3. Karşı Kültür.....	16
2.1.1.4. Halk Kültürü	17

2.1.1.5. Seçkin Kültürü (Yüksek Kültür)	18
2.1.1.6. Kitle Kültürü	19
2.1.1.7. Popüler Kültür	22
2.1.2. Küreselleşme.....	25
2.1.2.1. Küresel Kültür	27
2.1.2.1.1. Homojenleşme Olarak Küresel Kültür	28
2.1.2.1.2. Kutuplaşma Olarak Küresel Kültür	29
2.1.2.1.3. Melezleşme Olarak Kültürel Küreselleşme – (Kültürel Melezleşme)	29
2.1.2.2. Küreselleşme ve Sosyal İletişim Ağları	30
2.1.3. Yemek Kültürü	31
2.1.3.1. Yemeğin Toplumsal İşlevleri.....	33
2.1.3.1.1. Statünün İfade Edilmesi Olarak Yemek	34
2.1.3.1.2. Dostluk, Yakınlaşma ve İletişim Aracı Olarak Yemek.....	36
2.1.3.1.3. Hediyeleşme ve Paylaşma Aracı Olarak Yemek.....	36
2.1.3.1.4. Ziyafet ve Eğlence Aracı Olarak Yemek.....	37
2.1.3.1.5. Törenler ve Anma Aracı Olarak Yemek	38
2.2. Kuramsal Çerçeve	39
2.2.1. Sembolik Etkileşimcilik Kuramı	39
2.2.2. İşlevselcilik Kuramı	44
2.2.3. Yapısalcılık Kuramı	45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ

3.1. Türk Yemek Kültürünün Tarihsel Gelişimi	49
3.1.1. Eski Türklerde Yemek Kültürü.....	49
3.1.1.1. Orta Asya Dönemi	49
3.1.1.2. Selçuklu Dönemi	52
3.1.2. Osmanlıda Yemek Kültürü	56
3.1.3. Cumhuriyet Dönemi Yemek Kültürü	63
3.2. Türk Yemek Kültürünün Özellikleri	70

3.3. Türk Yemek Kültürünü Etkileyen Faktörler	72
3.3.1. Küreselleşmenin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	74
3.3.2. Popüler Kültürün Türk Yemek Kültürüne Etkileri	78

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ALAN VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	80
4.2. Popüler Kültür ve Küreselleşmenin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	82
4.2.1. Popüler Kültür ve Küreselleşmenin Etkileri ile İlgili Farkındalık.....	82
4.2.2. Türk Yemek Kültürüne Ait Yemeklerin Unutulma Tehlikesi	87
4.2.3. Küreselleşmenin Türk Yemek Kültürü Üzerindeki Etkileri.....	90
4.3. Yemek Profesyonellerinin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	93
4.3.1. Geleneksel Türk Yemeklerinin Yaşatılmasında Meslek Profesyonellerinin Rolü ve Türk Yemek Kültürünün Değişiminin Kaçınılmazlığı.....	94
4.3.2. Genç Kuşak Şeflerin Geleneksel Yemekleri Yeniden Yorumlamaları	96
4.4. Geleneksel Türk Yemek Kültürünün Yeniden Üretimi.....	100
4.5. İnternet ve Sosyal Medyanın Türk Yemek Kültürüne Etkileri	102
4.5.1. İnternetin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	102
4.5.2. Sosyal Medyanın Türk Yemek Kültürüne Etkileri	106
4.6. Bir Yaşam Tarzı Göstergesi Olarak Yemek	110
4.7. Gastronomi Turizminin Türk Yemek Kültürüne Etkileri.....	114
4.7.1. Yurt İçinde Yapılan Gastronomik Etkinliklerin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	115
4.7.2. Yurt Dışında Yapılan Gastronomik Etkinliklerin Türk Yemek Kültürüne Etkileri	117
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	121
KAYNAKÇA.....	131
EKLER.....	141

KISALTMALAR

Akt.	:	Aktaran
BM	:	Birleşmiş Milletler
Çev.	:	Çeviren
Dü.	:	Düzenleyen
Ed.	:	Editör
FAO	:	Food and Agriculture Organization
Para.	:	Paragraf
S.	:	Sayfa
T.y.	:	Tarih yok
UNESCO	:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Vb.	:	Ve benzerleri
Vd.	:	Ve diğerleri
Yy.	:	Yüzyıl

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.** Cumhuriyet ve Sonrası Dönemde Olan Gelişmeler..... 68
Şekil 2. Yemek Kültürünün Gelişiminde Faktörler Arası Karşılıklı İlişki 73



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Farklı Dönemlere Ait Mutfak Kùltürlerinin Karşılaştırılması	69
Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri	81



ÖNSÖZ

Türkiye eşsiz bir coğrafyaya sahip olması, geçmişten bugüne taşıdığı kültürel birikimi ile yemek kültürü açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Ancak son yıllarda tüm dünyada görülen popüler kültür ve küreselleşmenin etkileri Türkiye’de de kendini göstermektedir. Etkilerin en fark edilir olduğu alanlardan biri ise yemek ve buna bağlı olarak kişilerin yeme içme alışkanlıklarıdır. Yeme içme alışkanlıklarının değişimi ise zamanla kültüre işleyerek kültürü değiştirmektedir. Bu çalışmada Türk yemek kültüründe popüler kültür ve küreselleşme etkisiyle meydana gelen değişimler ele alınmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak 12 uzman katılımcıyla derinlemesine görüşmeler yapılmış ve yapılan bu görüşmelerin sonucunda popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürünü etkilediği ancak bu değişimin olumsuz algılanmaması gerektiği, geleneksel Türk mutfak kültürüne ait yemeklerin korunacağı, bunun yanında yeni, modern ve küresel bir mutfağın doğduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sosyoloji alanında yapılmış benzer çalışmaların azlığından alana katkı yapacağı umulmaktadır.

Yemek sosyolojisi alanında çalışmam konusunda beni yönlendiren, önümü açan ve sadece tez çalışma sürecimde değil, tüm yüksek lisans sürecimde beni her zaman destekleyen, bilgi, birikim ve tecrübeleriyle bana yol gösteren çok değerli danışman hocam Prof. Dr. Kamil KAYA başta olmak üzere, çalışmama öneri ve tavsiyeleriyle destek olan değerli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Nazar BAL’ a ve sadece tavsiyeleri ile değil, yemek sosyolojisi alanında yaptığı çalışmalarla da önüme ışık tutan değerli hocam Doç. Dr. Erhan AKARÇAY’ a saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım. Tez savunma jürisinde yer alarak değerli katkılarını sunan Doç. Dr. Meyrem Tuna UYSAL ve Dr. Öğr. Üyesi Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU’ ya desteklerinden dolayı ayrıca teşekkür ederim.

Çalışmaya katkılarından dolayı tüm şef, otel yöneticisi, restoran sahibi ve mutfak kültürü araştırmacısı uzmanlara vakit ayırdıkları, çalışmaya değer verdikleri için ayrı ayrı teşekkür ederim.

Sevgili Nilhan ARAS' a sadece tezime yaptığı katkı için değil, dostluğu ve mesleki olarak da gelişmeye katkı sağlamaya devam ettiği için ayrıca teşekkür ederim.

Her koşulda beni destekleyen, yanımda olan tüm aileme ve dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, 2023

Başak SOYDAN



GİRİŞ

İnsanlığın var olduğu günden bu yana yemek hayatta kalmak için zorunlu ihtiyaçların en başında gelmektedir. Ancak yemek sadece fizyolojik bir ihtiyacın giderilmesine indirgenecek, sadece tabağın içinde önümüze sunulan yemek olarak değerlendirilecek kadar basit ele alınmamalıdır. Sosyolojik, kültürel ve hatta psikolojik boyutları olan yemek ve yeme içme alışkanlıkları çok boyutlu incelenmelidir. Farklı coğrafyalar, sosyal gruplar ve toplumlar arasında yemek pratikleri ve yeme içme alışkanlıkları arasında görünen anlamlı farklılıklar yemeğin evrensel ve değişmez olmadığını, aksine sosyal bir kurgu olduğunu ve sosyal yaşam içerisinde şekillendiğini göstermektedir (Kılıç, 2020, s. 3). Bu sebeple sosyolojinin de çalışma alanına giren yemek sosyolojik olarak çok farklı şekilde incelenebilir. Siyaset ve toplum üzerinden yemek diplomasisi çalışmaları, aile, toplumsal cinsiyet rolleri ve eşitsizlikleri üzerinde yemeğin rolü, kültürel kodların yemek üzerinden okunması, toplumsal değişme ve küreselleşmenin yemek üzerinden tarifi, toplumsal tabakalaşma ve yemek sosyolojinin ilgilendiği alanlar üzerinden yemeğin okunması örnek olarak verilebilir.

Bu çalışmada yemek kültürel açıdan, kültür ve toplum ekseninde ele alınarak etkilendiği faktörler ortaya konmuştur. Yemek kültürü öncelikle coğrafyadan, o coğrafyada yetişen ürünlerle şekillenmekle birlikte neyi ne zaman, hangi sırayla, kiminle, hangi araç gereçle yediğimiz, pişirdiğimiz, neleri yiyip neleri yemediğimiz gibi pek çok faktörle şekillenir ve yine pek çok faktörden etkilenecek şekilde değişime uğrar. Bu araştırmanın amacı popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürüne ve kişilerin yeme içme alışkanlıklarına etkilerini konunun uzmanı on iki katılımcıyla derinlemesine görüşmeler yaparak ortaya koymaktır. Türk yemek kültüründe değişime neden olan faktörlerden biri olan Popüler kültür hayatımızın her alanında, neredeyse tüm tercihlerimizde kendini gösterir. Ne giydiğimizden, nerelere gittiğimize, tatil tercihlerimizden dinlediğimiz müziğe seçimlerimiz üzerinde biz farkında olmasak bile etkisi olan popüler kültürün yeme-içme tercihlerimizi, dışarıda yeme alışkanlıklarımızı belirleyen tercihlerimizi etkilemediği düşünülemez. Bir diğer etken olan Küreselleşme ile birlikte gelen çok kültürlülük ve buna karşı oluşan ulusal kimliği koruma kaygısıyla yerele dönme isteği de yemek kültüründe etkilerini göstermektedir ve araştırma soruları bu iki temel etken üzerinden bağlantılı olarak şekillenmiştir.

Tezin ilk bölümü olan araştırmanın yöntem ve tekniği başlığı altında araştırmanın problemi, önemi, yöntemi, veri toplama teknikleri, evren ve örnekleme, varsayımları ve sınırlılıkları ele alınmıştır.

İkinci bölüm kavramsal ve kuramsal çerçeveden oluşmaktadır. Kavramsal çerçeve başlığı altında kültürle ilgili temel kavramlar olan hakim kültür, alt kültür, karşı kültür, halk kültürü, seçkin kültürü, kitle kültürü ve popüler kültür gibi kavramlara kısaca yer verilmiş, küreselleşme başlığı altında küresel kültür ve homojenleşme olarak küresel kültür, kutuplaşma olarak küresel kültür, melezleşme olarak küresel kültür ve küreselleşme ve sosyal iletişim ağları alt başlıklarına yer verilmiş, bir diğer kavram olan yemek kültürü başlığı altında ise yemeğin toplumsal işlevleri olan statünün ifade edilmesi olarak yemek, dostluk, yakınlaşma ve iletişim aracı olarak yemek, hediyeleşme ve paylaşma aracı olarak yemek, ziyafet ve eğlence aracı olarak yemek, törenler ve anma aracı olarak yemek alt başlıklarına yer verilmiştir. Kuramsal çerçevede ise Sembolik etkileşimcilik, işlevselcilik ve yapısalcılık kuramlarına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise Türk yemek kültürü ele alınmıştır. Türk yemek kültürünün tarihsel gelişimi altında eski Türklerde yemek kültürü iki döneme ayrılarak Orta Asya dönemi ve Selçuklu dönemi olarak incelenmiş, ardından Osmanlıda yemek kültürü, Cumhuriyet dönemi yemek kültürü ele alınmış, Türk yemek kültürünün temel özelliklerine değinilmiş, ardından Türk yemek kültürünü etkileyen faktörler başlığı altında küreselleşme ve popüler kültürün Türk yemek kültürüne etkilerine yer verilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise alan verilerinin değerlendirilmesi başlığı altında katılımcıların demografik özelliklerine yer verildikten sonra uzmanların cevapları popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürüne etkileri, yemek profesyonellerinin Türk yemek kültürüne etkileri, geleneksel yemek kültürünün yeniden üretimi, internet ve sosyal medyanın Türk yemek kültürüne etkileri, bir yaşam tarzı göstergesi olarak yemek, gastronomi turizminin Türk yemek kültürüne etkileri olmak üzere altı başlık altında incelenmiştir. Son olarak ekler bölümünde çalışmanın etik kurul onayı ve araştırmanın görüşme sorularına yer verilmişti.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

1.1. Araştırmanın Problemi

İnsanların en temel ihtiyaçlarından biri olan yemek aynı zamanda toplumsal fonksiyonları olan kültürel bir ögedir. Türkiye etnik ve dini farklılıkların harmanlandığı, çağlar boyu birçok medeniyete ev sahipliği yapmış topraklar üzerinde olması nedeniyle yemek kültürü açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir.

Ancak son yıllarda özellikle küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte her eve hatta her cebe internetin girmesiyle artan sosyal medya kullanımı, popüler kültür, küreselleşmeyle gelen çok kültürlülük ve küyerelleşme ile açıklayabileceğimiz sebeplerle Türk yemek kültüründe değişimler meydana gelmektedir. Geleneksel Türk mutfağı kendini korumaya devam etse de özellikle büyük şehirlerde kentli olmanın getirdiği hızlı yaşam, yemek üzerinden kendini tanımlama, yaşam tarzı göstergesi olarak yemeği kullanma ve sosyal statüyü yemek üzerinden belirleme ihtiyacı, popüler kültürün etkisiyle fast food yemek alışkanlıklarındaki artış gibi nedenlerden ötürü Türk yemek kültürü ve yeme içme alışkanlıkları değişime uğramaktadır.

Bu araştırma konunun uzmanlarıyla yapılacak görüşmelerle Türk yemek kültürünün geçirdiği değişimi farklı bakış açılarıyla değerlendirmeyi hedeflerken bu değişimin Türk yemek kültürü için bir problem olup olmadığını da ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın sonunda uzmanlar tarafından ortaya konulan farklı problemler ise diğer çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir.

Araştırmanın ana problemi popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürünü değiştirmesidir. Bu bağlamda alt problemler ise şu şekilde belirlenmiştir;

- Fast food yemek kültürünün Türk yemek kültürüne olumsuz etkileri,
- İnternet ve sosyal medya kullanımının Türk yemek kültürüne olumsuz etkileri,
- Geleneksel Türk mutfağının popüler kültür ve küreselleşme etkisiyle değişme tehlikesi.

1.2. Araştırmanın Amacı

Yemek sadece fizyolojik ihtiyaçların giderilmesi anlamında yemek yeme eylemi değil toplumsal fonksiyonları da olan, toplumdan topluma etkileşimle, tarihi gelişim içerisinde değişen, kişinin kendini, kimliğini ifade edebilmesi ve yaşam tarzı göstergesi olarak kullandığı, günlük yaşamın önemli bir sosyalleşme aracı olarak kültürün ve buna bağlı olarak da sosyolojinin ele aldığı konulardan birisidir.

Türkiye özellikle yemek kültürü bakımından çok özellikli ve zengin bir coğrafyaya sahiptir. Her bir bölgesi, her bir köşesi kendine özgü yeme içme alışkanlıklarıyla farklı yemek kültürlerini ortaya koyar. Zamanla bu yeme içme alışkanlıkları bir kültür ürünü haline gelir ve kişilerin yaşam tarzları ve kimliklerini ifade edebilmeleri için bir araç haline gelirken toplum için de önemli sosyal fonksiyonları yerine getirir. Bu özellikleriyle yemek ve yemek kültürü sosyolojik bakış açısıyla araştırılmaya değer bir konu olma özelliğindedir.

Zaman içerisinde küreselleşmenin, popüler kültür ve kitle kültürünün etkisiyle yeme içme alışkanlıklarında farklılaşmalar kaçınılmaz olmuştur. Bu değişimle birlikte kişilerin yeme-içme tercihlerinde de değişimler görülmektedir. Araştırmanın temel amacı popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yeme içme alışkanlıkları ve yemek kültürü üzerine etkisini ortaya koymaktır. Aynı zamanda bu etkinin yarattığı değişimin yönünün sosyolojik bir bakış açısıyla uzman görüşleriyle ortaya konması amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır,

- Kuşaktan kuşağa aktarılan reçeteler kaybolmakta mıdır?
- Küyerelleşme ile Türk mutfağı nasıl bir değişime uğramaktadır?
- Özellikle İstanbul'da yüksek mutfak olarak tabir edilen restoranların yerini hızla sayıları artan ve son yıllarda popülerleşen sokak yemeklerinin alıyor görünmesi ve farklı ülke yemeklerinin eskisinden daha çok tercih edilir olması, özellikle orta doğu ve uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis edildiği restoranların sayısındaki artış Türk yemek kültürünü etkilemekte midir?
- Fast food yeme alışkanlığının yaygınlaşmasının Türk yemek kültürünü etkilemekte midir?

- Geleneksel Türk yemeklerine modern dokunuşlarla yeni anlamlar katılmasının Türk yemek kültürüne ne gibi etkileri vardır?
- Türk mutfağı ağırlıklı restoranlarda zamanla menülerde uluslararası mutfağı ve özellikle bu mutfakların popüler yemeklerine yer verilmeye başlanması Türk yemek kültürünün değişimine mi işaret etmektedir?
- Gastronomi turizminin Türk yemek kültürüne etkisi var mıdır?
- İnternet ve sosyal medyanın Türk yemek kültürüne etkileri nelerdir?
- Bu değişimler ve yenilikler geleneksel Türk yemek kültürünü kucaklayarak yeni bir melez Türk yemek kültürünün oluşumuna zemin mi hazırlamaktadır?
- Geleneksel Türk mutfağı tehlikede midir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Yapılan bu araştırma Türk yemek kültürünü etkileyen faktörlerin incelenmesi ve yemek sosyolojisi alanında yapılan çalışmaların yaygınlaşması açısından önem taşımaktadır. İnsan için hayati öneme sahip olan yemek birçok araştırmacı tarafından çalışılmış olsa da sosyolojik olarak çalışılması son yıllarda yaygınlık kazanmıştır.

Türkiye’de bu konuda yapılmış çalışmalara “Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçmenin Tarihi ve Sosyolojisi” isimli Toplum ve Bilim dergisinde 1996 yılında yayınlanan makalesiyle öncü sayılabilecek isim Nuri Zafer Yenal’dır. Yenal bu makalesinde yeme içme üzerine yapılmış çalışmaların bir incelemesini yapar ve Türkiye’de yemeğin sosyolojik bir mesele olarak incelenmesinin de önünü açmış olur. Batı literatüründeki birçok çalışmaya makalesinde yer veren Yenal’ın çalışması yeme içme tarihi ve sosyoloji literatürünün eleştirel bir değerlendirmesi olarak konunun ülkemizdeki ilk örneklerinden olması açısından önemlidir.

Ülkemizde yapılan bir diğer önemli yemek sosyolojisi çalışmalarından biri de Hayati Beşirli’nin ilk baskısı 2012 yılında yayınlanan “Yemek Sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfağı Sosyolojik Bakış” isimli kitabıdır. Beşirli bu çalışmanın temel amacının kültürün besinler ve beslenme üzerindeki belirleyiciliğinin vurgulanması olarak ifade eder (Beşirli, 2017).

Bu alanda yapılan çalışmalara bir diğer önemli örnek ise Erhan Akarçay’ın Beslencenin Sosyolojisi-Orta Sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri isimli

2016 basımlı kitabıdır. Bu çalışmada Akarçay sosyolojik olarak gıda ve beslenmeyi merkezine alan yeme-içme sosyolojisi alanında bir araştırma yapmıştır. Araştırmada Eskişehir’de yaşayan orta sınıfın gıda tüketimini, yeme-içme ve dışarıda yeme alışkanlıklarını, yeme-içme mekanlarıyla kurdukları ilişkileri, mekanları da içine alarak sosyolojik olarak gıda ve beslenme sosyolojisi bağlamında anlamak amaçlanmıştır (Akarçay, 2016, s. 24).

Yemek ve yemek kültürüyle ilgili son yıllarda yapılan yüksek lisans tezlerinin sayıları artmaktadır ancak bunların çoğu gastronomi, turizm ve medya, iletişim gibi ana bilim dalları altında yapılmış, buna karşılık sosyoloji alanında yapılan çalışmalar nispeten daha az sayıdadır. Sosyoloji alanında yapılan yüksek lisans tez çalışmalarına değinilecek olursa, Banu Bingör’ün 2016 yılında onaylanan “Küreselleşmenin Yemek Kültürüne Etkileri” başlıklı yüksek lisans tezi bunlardan birisidir. Bingör tezinde küreselleşmenin Türk mutfak kültürü üzerindeki etkilerini günlük gazeteler üzerinden ortaya koymaya çalışmıştır (Bingör, 2016).

Sosyoloji Ana Bilim Dalı altında yapılan bir diğer yemek kültürü ile alakalı yüksek lisans tezi ise, Sena Gökçeğöz’ün 2019 yılında onaylanan “Yemek Kültürünün Rasyonelleşmesi: Kayseri’de Dışarıda Yemek” başlıklı yüksek lisans tezidir. Gökçeğöz bu çalışmasında, yemeğin tüketim alanındaki dönüşümünü, geleneksel yemeklerin bile artık dışarıda tüketilmeye başlanan seri üretimin bir parçası haline gelmiş olduğunu vurgular (Gökçeğöz, 2019).

Bu tez çalışması, yemeği bir kültürel öge olarak ele alırken onun etkilendiği popüler kültür ve küreselleşme kavramlarını yemek kültürü üzerinden tanımlamak ve Türk yemek kültürüne olan etkilerini konunun uzmanlarıyla yapılacak görüşmelerle birlikte sosyolojik bir bakış açısıyla ele almak açısından ve sosyoloji alanında yazılmış benzer çalışmaların azlığından literatüre katkı olması ve yemek sosyolojisi alanına katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın temel varsayımı, popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürünü etkilediğidir. Yeme-içme alışkanlıklarında meydana gelen değişimler zamanla yemek kültürünü etkiler ve dönüşümüne neden olur. Böylece adeta bir moda akımı gibi yemek alışkanlıkları dönüşerek gelecekte yeni ürünlerin kültüre

eklenmesiyle yeni bir yemek kültüründen bahsetmek mümkün olacaktır. Bu ana varsayımdan hareketle bazı alt varsayımlar aşağıdaki şekildedir;

1. Popüler kültür ve küreselleşmenin etkisiyle Türk yemek kültürüne ait bazı geleneksel reçeteler kaybolmaktadır.
2. Türk yemek kültürünün değişiminde geleneksel tariflere modern dokunuşlar yapan şeflerin etkisi vardır.
3. Türk yemek kültürüne ait geleneksel yemeklere yapılan modern dokunuşlar Türk yemek kültürünü etkilemektedir.
4. Küreselleşmenin etkileriyle mutfağımıza giren yeni ürünler Türk mutfağını ve Türk yemek kültürünü etkilemektedir.
5. Türk yemek kültürünün değişiminde küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte hayatımıza giren sosyal medya kullanımının etkisi vardır.
6. Küreselleşme ve popüler kültürün etkisiyle farklı ülke mutfaklarına ilgi artmış ve artan bu etki Türk mutfak kültürünü etkilemiştir.
7. Dışarıda yemek yeme ve tercih edilen restoranların seçimi popüler kültürün de etkisiyle bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullanılır.
8. Gerek yurt içine gerek yurt dışına yapılan etkinliklerin Türk yemek kültürüne etkisi vardır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma İstanbul ilinde yaşayan 30 yaş üzeri alanında en az 10 yıl çalışmış 12 uzman kişiyle sınırlıdır. Uzmanlar yemek profesyonelleri yani, mutfak şefleri, restoran yöneticileri, otel yiyecek içecek müdürleri, yemek ve mutfak kültürü araştırmacılarından oluşmaktadır. Nitel görüşme yönteminin derinlemesine görüşme tekniğiyle sınırlı olan bu çalışma genel bir yemek kültürüne değil Türk yemek kültürüne olan etkileri ele almaktadır. Bu doğrultuda popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürünü ne şekilde etkilediği uzmanlar tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulguları araştırmanın yapıldığı zaman dilimi ve seçilen örneklemele sınırlıdır. Araştırma için gerekli olan etik kurul izin formu ve görüşme sorularına ait form ekte verilmiştir.

1.6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemi, araştırmanın amacını gerçekleştirebilmek için kullanılan yaklaşım ya da teknikleri sistematik bir biçimde düzenlemek ve araştırmanın yapılabilmesi için izlenmesi gereken süreç olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle, “bilimsel bilgiye hangi kuramsal bakış açısı ile ulaşılabileceğini, doğal ve toplumsal olgu ve olayların nasıl ele alınacağını ve elde edilen verilerin nasıl çözümleneceğini ve yorumlanacağını belirleyen bilimsel kurallar bütünü *yöntem* olarak tanımlanmaktadır” (Neuman, 2007, Akt. Turhanoglu, 2015, s. 6). Bu çalışmada kullanılan yöntem nitel araştırma yöntemidir ve uzman görüşmesi ile derinlemesine mülâkatlarla gerçekleştirilmiştir.

“*Nitelik*, bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran, bireyin, nesne veya yaşantının bir yönünü ötekilerden ayırt etmeye yarayan özellik, vasıf ya da durumu ifade eden bir kavramdır. *Nitel* ise nitelik bakımından, nitelikle ilgili, niteleyici anlamına gelir” (Gönç Şavran, 2015, s. 69). Nitel araştırmalar ise sosyal veya beşeri problemlere kişilerin veya grupların yüklediği anlamları keşfetmeye ve anlamaya yöneliktir (Creswell, 2017, s. 4). “Nitел araştırmalar toplumsal olguları parçalara ayırmadan, bütüncül olarak kavramaya ve bu olgu ve olayları gerçekleştikleri toplumsal ve kültürel bağlam içerisinde, yaşayanların gözünden derinlemesine bir şekilde anlamaya çalışan araştırmalardır” (Gönç Şavran, s. 69).

Uygulamalarda mantık kullanan ve esnek bir araştırma yolu izleyen nitel araştırmacılar genellikle yorumlayıcı yaklaşıma ve eleştirel sosyal bilime güvenir. Yorumlayıcı yaklaşım, sosyolojide daha çok sembolik etkileşimcilik ekolü ya da 1920 ve 1930’ların Chicago okuluyla ilişkilidir ve çoğunlukla nitel araştırma yöntemi olarak isimlendirilir. İnsanların birbiriyle nasıl etkileşime girdiğiyle ve nasıl geçindiğiyle ilgilenen yorumlayıcı yaklaşım genel olarak insanların toplumsal dünyalarını oluşturma ve sürdürme süreçlerini anlama ve yorumlama amacıyla insanları kendi doğal ortamlarında toplumsal olarak yarattıkları anlamlı eylemleri doğrudan ayrıntılı bir şekilde gözlemleyerek sistematik olarak analiz etmektir (Neuman, 2014, s. 131-224).

Yorumlayıcı yaklaşımda insanlar olayları ister toplumsal olsun ister fiziksel farklı şekillerde deneyimler ve yorumlarlar. Toplumsal olguların bireyler tarafından amaçlı eylemlerle yaratılması, değişken ve karmaşık yapısı onu genellenemez ve

tahmin edilemez yapar. Bu sebeple nitel araştırmalar toplumsal olgular arasında net bir nedensellik bağı kurmaya çalışmaktan çok olguların toplumsal aktörler yani bireyler tarafından nasıl inşa edildiğini onların bakış aılırlarıyla anlamaya, betimlemeye ve bu karmaşık ilişkileri kendi bağlamında yorumlamayı amaçlar. Tüm bu sebeplerden ötürü de toplumsal olgu ve olaylar önceden belirlenmiş standart ölçüm araçlarıyla kesin bir şekilde ölçülemezler. Elde edilen bulgular başka ortamlara genellenemez ve genellenemediği için nicel araştırmalara kıyasla daha küçük örneklem gruplarıyla çalışılır (Gn şavran, 2015, s. 70-72).

Sosyal araştırmalarda temel bilgi kaynağı insandır ve nitel araştırmalarda araştırmacı veriyi oluşturma sürecinde görüşmelerde aktif olarak bulunur. Niteliksel araştırmalarda araştırmacı sadece sürecin yürütücüsü değil aynı zamanda sürece aktif olarak katılarak onun bir parçası olur (Kümbetoğlu, 2017, s. 37).

Nitel araştırmanın amaçlarından biri de belirli problemlerin üzülmesi ve yeni problem durumlarının fark edilmelerinin kolaylaştırılmasıdır bu sebeple de araştırmanın sonunda farklı problemler de görünür hale gelebilir (Baltacı, 2019, s. 371).

Bu çalışmada nitel araştırma yönteminin seçilmesinin nedeni Türk yemek kültürü ve yeme-içme alışkanlıklarının değişimini en iyi gözlemleyebilecek olan alanda, sektörde çalışan meslek profesyonellerinin görüşlerinin probleme ışık tutabilmesi açısından derinlemesine görüşmeler yapılması ve alanla ilgili varsa başka problemlerin ortaya konulabilmesidir. Uzmanların probleme olan bakışları ve ona yükledikleri anlamların yorumlanması için en uygun araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi belirlenmiştir.

Nitel araştırmalarda en çok kullanılan veri toplama yaklaşımları *gözlemler*, *mlkatlar (derinlemesine görüşme)*, *dokümanlar* ve *görsel-işitsel materyaller* olarak sıralanabilir (Creswell, 2020, s. 162). Bu alışma konuya ilişkin makalelerin, tezlerin, kitapların incelenerek literatür taraması yapılmasıyla gerçekleşmiş ve literatür çalışmasında kitle kültürü, popüler kültür, küreselleşme, yemek kültürü gibi kavramlarla alakalı çeşitli kaynaklar incelenmiş, güncel Türkçe sözlüklerinden ve sosyal bilimler sözlüklerinden yararlanılmıştır. Yemek kültüründe meydana gelen değişimleri konunun uzmanlarıyla değerlendirmek adına konuya ilişkin açık uçlu sorular hazırlanarak kişilerle derinlemesine görüşmeler yapılmış, konunun gidişine ve

nitel araştırmanın esnek yapısından yararlanarak uzmanlardan konuyla ilgili farklı bakış açılarıyla görüşler alınmaya çalışılmıştır.

1.7. Araştırmanın Örnekleme

Tanımlayıcı ve açıklayıcı tasarım kullanılan araştırmanın örnekleme yemek ve mutfak kültürü üzerine çalışan 30 yaş üzeri, meslekte en az 10 yıl geçirmiş İstanbul’da yaşayan yemek profesyonelleri ve yemek kültürü araştırmacılarıdır. Tanımlayıcı araştırma tasarımı, araştırılan konu ile alakalı genel bir bilgi ve bakış açısı elde etmek ve belirli bir durumu tespit etmek açısından elverişli bir araştırma olmakla birlikte açıklayıcı araştırmanın neye odaklanması gerektiğiyle ilgili yol gösterir. Bir araştırmanın hem tanımlama hem de açıklama amacı olabilir (Gönç Şavran, 2015, s. 111). Açıklayıcı araştırma tasarımı ise amacı tanımlamaktan ziyade bazı şeylerin neden ya da nasıl olduğunu açıklamaya çalışır ve “olgulara ilişkin çeşitli değişkenler arasında nedensel ilişkiler bulmaya ve sosyal olguları bu nedensellik üzerinden açıklamaya çalışırlar” (Gönç Şavran, s. 115) Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi olan ölçüt örnekleme ve kartopu örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen kişilerle derinlemesine çalışmalar yapılmasını sağlamaktadır. Ölçüt örneklemede gözlem birimleri belli niteliklere sahip kişilerden oluşturulabilir ve araştırma için uygun ölçütlere sahip birimler örnekleme alınır. Kartopu örneklemede ise, zengin ve derin veri elde edilebilecek kişilere ulaşmak için yaptığı görüşmelerde bu bilgiye en iyi kimden ulaşabilirim, başka kiminle bu konuyu konuşmamı önerirsiniz gibi sorularla diğer katılımcılara ulaşılması anlamına gelir. Kısaca tek birimden aşama aşama çok birime ulaşma yöntemidir (Baltacı, 2018; Yıldırım ve Şimşek, 2008; Aslantürk, 2016, s. 116). Marshall, (1999, s. 391) kartopu örneklemleri, “bir bilinen öğeler merkezinden başlar ve sonra, orijinal örneklemin üyelerinden elde edilen yeni öğeler ilave edilerek arttırılır” şeklinde tarif etmiştir. Bu çalışmada da konunun uzmanı seçilen birkaç katılımcıyla yapılan görüşmelerde konuya hakim diğer uzman isimlere ulaşılmış ve görüşmeler bu şekilde zincirleme isimler alınarak devam etmiş ve 12 uzman kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden 12 uzmanın 8’i mutfak şeflerinden oluşmaktadır. Bunun sebebi yemeğe yön veren yeni tariflerin daha çok onların ellerinde şekillenmesinden ve çalıştıkları konum itibarıyla kişilerin yemek yeme tercihlerini yakından gözlemleyebilme imkanlarından kaynaklıdır. Yapılan

görüşmeler katılımcılardan izin alınarak kaydedilmiştir. 30 dakika ile 50 dakika arası süren bu ses kayıtlarının deşifresi 75 sayfadır.

Tez çalışma süresinde tüm dünyayı etkisine alan Covid 19 pandemisi nedeniyle alanın tedbirler, sokağa çıkma kısıtlamaları, restoranların kapatılması gibi sebeplerle uzmanlara ulaşmak zorlaşmış, görüşülmesi planlanmış pek çok uzmanla görüşmeler yapılamamıştır. Ancak pandemi sonrası veri toplama çalışmaları başlayabilmiş, çalışmaya katılmayı kabul eden 12 uzmanla görüşmeler yapılmıştır.

1.8. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden derinlemesine görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme yöntemi sosyal bilimlerin hemen her alanında kullanılan bir teknik olup temel olarak görüşmeci ve görüşülen kişi arasındaki zihinsel bir aktarım, mücadele olarak tanımlanabilir. Derinlemesine görüşme ise “araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına imkan veren bir veri toplama tekniğidir. Karşıdaki kişinin duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine görüşme yoluyla ulaşılır” (Tekin, 2006, s. 101).

Yapılandırılmamış ya da etnografik görüşme gibi farklı isimlerle de adlandırılan derinlemesine görüşme tekniği yüzeysel bilgileri değil, kişilerin görüş, düşünce, deneyim ve fikirlerinden yararlanmak istendiğinde az katılımcıdan çok ve detaylı görüş ve bilgi edinilmek istendiğinde uygulanan bir tekniktir (Gönç Şavran, 2015, s. 87).

Derinlemesine görüşme tekniğinde araştırmacı katılımcılarla yüz yüze, ancak görüşmelerin yüz yüze yapılmasının mümkün olmadığı durumlarda görüşmeleri telefon aracılığıyla, katılımcıların görüş ve fikirlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan, yapılandırılmamış ya da yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular sorarak yapar (Creswell, 2017, s. 190).

Derinlemesine görüşme tekniğinde, görüşme esnasında soruların katılımcıya açık ve anlaşılır bir şekilde yöneltilmesi ve araştırılan konunun derinleştirilmesini sağlamak için gerekli durumlarda ek sorular sorulmalıdır. Ancak bu aşamada önemli olan çok sayıda katılımcıya ulaşmak değil, sayıdan çok niteliğe önem vermektir. Yeri geldiğinde tek bir katılımcıdan bile araştırma probleminin çözümü için gerekli veri elde edilebilir (Baltacı, 2019, s. 376).

Bu araştırmanın katılımcıları olan uzmanlara çalıştıkları ortamlarda, ya da uygun bulunan görüşme noktalarında açık uçlu sorular yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği ile yüz yüze uygulanmıştır.



İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinde açıklanacak kavram ve kuramlar belirlenirken Türk yemek kültürünü etkileyen kültürel faktörler ve küreselleşmenin sebep olduğu kültürel değişimler göz önünde bulundurulmuştur. Bu araştırmada bireyi, dünyayı ve ikisi arasındaki ilişkiyi durağan bir süreç olarak değil, sürekli değişen, dinamik bir süreç olarak yorumlayan ve kişinin toplumsal dünyayı anlama ve yorumlama yeteneğini öne çıkaran, bireyin kendisiyle alakalı benlik algısının başkalarıyla kurduğu ilişkiler ve etkileşimler sonucu şekillendiğini savunan sembolik etkileşimcilik yaklaşımı temel alınmıştır (Ritzer & Stepnisky, 2018, s. 190; Gökulu, 2019, s. 175). Ancak yapısalcılık ve işlevselcilik teorilerine de yemek üzerinden yer verilmiştir.

2.1. Kavramsal Çerçeve

Kavramsal çerçeve içerisinde kültürle ilgili temel kavramlar olan hakim kültür, alt kültür, karşı kültür, halk kültürü, seçkin kültürü, kitle kültürü kavramlarıyla, küreselleşme ve yemek kültürü kavramlarına yer verilmiştir.

2.1.1. Kültürle İlgili Temel Kavramlar

Kültür hayatın her alanında karşımıza çıkan, tanımlaması en zor kavramlardan biridir. Buna karşılık farklı disiplinlere ve anlayışlara sahip olsalar da birçok bilim insanı, özellikle sosyal bilimciler kültürle ilgili onlarca hatta yüzlerce tanım yapmışlardır (Kulak, 2017, s. 25).

Kültür sosyolojisinin sorunu ve ilgisi kültür kavramının net bir şekilde tanımlanmasındaki zorluk olarak görülebilir. Kültür kavramı ilk başta bir işleme sürecinin (ürün ya da hayvan yetiştirme) adı olarak kullanılmaya başlanmış ve zihin yetiştirimine doğru anlamı genişlemiştir. Özellikle Almanca ve İngilizce 'de 17. yüzyılın sonlarında belirli bir halkın “bütün bir yaşam biçimi” şeklinde bir genellenmenin adı olmuştur. 18. yüzyıla gelindiğinde antropolojinin de gelişmesiyle kültür çoğulcu bir kavram olarak bütüncül ve ayrı bir yaşam biçimini ifade etme özelliğini sürdürmüştür (Williams, 1993, s. 8-12). Williams'a göre kültür kavramının antropolojik ve geniş sosyolojik kullanımı, “ayrı bir halkın ya da farklı bir toplumsal grubun bütün bir yaşam biçimi” olarak anlaşılmaktadır. Oruç (2020, s. 338),

Williams'ın "kültür sosyolojisinde materyalizm ve idealizmin ötesine geçen, iki yaklaşımdan da beslenen" bir arayışı sürdürdüğünü ifade etmiştir. Williams, kültür kavramının zorluklarının açıkça görülmesiyle birlikte, kavramın en kullanışlı şeklinin "ilgi alanlarının birbirine yaklaşmasının en eski formları" olarak anlaşılabilceğini ifade eder. Buna göre iki temel yaklaşım öne çıkmaktadır, "bütün kültürel etkinlik katmanlarının üzerinde yer alan, bütün bir yaşam biçimini içeren" Williams'ın tanımıyla "bilgilendiren tin" olarak idealist açıklamalar ve "öncelikle diğer toplumsal etkinlikler tarafından biçimlendirilmiş bir düzenin doğrudan ya da dolaylı ürünü olarak, tam olarak betimlenebilen bir kültürün içinde yer aldığı bütün bir toplumsal düzen" olarak materyalist açıklamalar. 20. yüzyılın ikinci yarısında kültür sosyolojisi bu iki yaklaşım üzerinden türetilmiş çalışmalardan oluşmakta ve bu iki yaklaşımın birbirine yaklaşmasıyla birlikte daha verimli bir bakış açısı ortaya konmaktadır (Oruç, s. 338).

Kültür kavramının etnolojik olarak tanımını ilk defa 1871 yılında İngiliz antropolog Edward Burnett Tylor "Kültür veya uygarlık etnolojik yaygın anlamıyla, toplumun üyesi insanın kazanmış olduğu, bilgileri, inançları, sanatı, ahlak, hukuk, gelenek görenekler ve diğer yetenekleri ya da alışkanlıkları içeren karmaşık bütündür" şeklinde yapmıştır (Tylor, 1871, Akt. Cuche, 2013, s. 25).

Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğünde ise kültür tanımı, "Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin" şeklinde yapılmıştır.

Mümtaz Turhan (2018, s. 36,37) ise kültürü bir topluluğun sahip olduğu her türlü bilgi, ilgi, alaka ve alışkanlıkları, değer ölçüleri, genel davranış, görüş ve zihniyet yapıları ile maddi ve manevi değerlerden oluşan bir bütün olarak tarif eder. Başka bir ifade ile kültür, insanın doğal çevresiyle kendiliğinden gelişen ilişkisi sonucu edindiği sosyal mirası ve geleneği diğerleriyle paylaştığı ve nesilden nesile aktardığı bir grup öğrenilmiş davranışlar bütünüdür (Erkal, 2006, s. 143).

Yalçın İzbul'un (1983, Akt. Aydın, 2012, s.29) kültür tanımı ise şu şekildedir: "Kültür, belirli bir topluluğun, sosyal etkileşim yoluyla sürdürdüğü ve bireylere kazandırdığı maddi-manevi yaşam tarzı ve dünya görüşü bileşimi, onların bir

bütünleşmesi olup, varlık nedeni ve sonucu ise çevreye uyarlanma, giderek çevreyi kendi kuramsal amaçları doğrultusunda değiştirme dinamiğidir”.

Toplumsal hayatın varlığının temellerinden biri olan kültür, insanın ve toplumun karşılıklı olarak birbirini var eden ve üreten ilişkisi içinde kültürel değerler, normlar ve sembollerin içselleştirilmesi sonucu oluşur. Bu süreç içinde insan anlam veren bir varlık olarak toplumsal hayata dahil olur ve öğrenerek, içselleştirerek diğerleriyle paylaştıkları, nesilden nesile aktardıkları gelenek, alışkanlık, dünya görüşü ve fikirlerin genel yaşanma biçimine de kültür denir. “Kültür, toplumun sürekliliği ve insanların bir arada sosyal ilişkiler dahilinde yaşamalarını sağlayan en temel toplumsal unsurlardan birisidir ve bu temel unsur, insanın neden sadece toplumsal olarak insan olabileceğinin cevabını içermektedir” (Akın, 2007, s. 90,91).

Tüm bu tanımlardan yola çıkarak insanın toplumsal yaşamın bir parçası olarak kültürün hem yaratıcı hem de dönüştürücüsü olduğunu, insan yaratımı her şeyin maddi, manevi birer kültür ürünü olduğunu, yani insanın kültürü, kültürün de insanı var ettiğini söyleyebiliriz. Bu yapıyla da kültür sosyal bilimlerin özellikle de sosyolojinin önemli konularından birisidir.

2.1.1.1. Hakim Kültür

Bir toplumda ya da ülkede yaygın olarak baskın olan kültür hakim kültürdür. Hakim kültür mahalli olmaktan çıkmış tüm ülke ve toplum geneline yayılmış, kabul görmüş, yaşam biçimlerine yansımış olan genel kültürdür (Tanrıku, 2014, s. 475).

Hakim ya da diğer adıyla egemen kültür “iktisadi ya da siyasi iktidara dayanarak kendi değerlerini, dilini ve davranış biçimlerini bağımlı kültüre ya da kültürlerle empoze edebilen kültürdür” (Marshall, 1999, s. 173). Bir başka ifade ile hakim kültür, toplum tarafından kabul edilmiş, normatif ve işlevsel olarak bütünleşme kaynağı olabilmiş ve bununla birlikte gündelik yaşam pratiklerinin meşruiyet kaynağı olmayı başarmış ortalama kültürel yapı olarak da ifade edilebilir (Aydınalp, 2013, s. 29).

İdeolojik olan genel kültür, paylaşılan kültür, ortak kültür gibi terimler iktidarın tabakalaşmayı meşrulaştırdığı normatif yapı olarak da tanımlayabileceğimiz egemen kültür kavramı olarak karşımıza çıkar ve kendi devamlılığı için devlet aygıtları tarafından yeniden üretilerek topluma bireyler aracılığıyla aktarılır (Jenks, 2007, s. 156-162).

2.1.1.2. Alt Kültür

Alt kültür kavramı uzun ve nispeten unutulmuş bir geçmişe sahiptir. Alt kültürün tanımını ilk yapanlardan biri olan Milton M. Gordon'dur ve tanım aşağıdaki şekildedir;

“Alt kültür, ulusal kültür içerisinde; sınıf, etnik köken, bölge ve kırsal bölge veya kent sakinliği, dini inanç gibi ögelere ayrılabilen toplumsal koşulların birleşiminden oluşan ama bir araya geldiklerinde o kültürdeki birey üzerinde bütüncül bir etkisi olan, işlevsel bir bütün oluşturan bir alt bölüm” (Gordon, 1947, Akt. Jenks 2007, s. 22).

Egemen olan kültürden ayrı olmakla birlikte o kültürün sembollerini, değerlerini ve inançlarını ödünç alan alt kültür kavramının temelinde bu kültür üyelerinin engellenmiş olan hayalleri, istekleri, yaşadıkları toplumdaki konumlarının belirsizliği gibi sorunlara kolektif bir çözüm arayışı ya da sorunun çözülmesiyle birlikte alt kültürün oluşması yatar (Marshall, 1999, s. 16).

Alt kültür grupları etnik, dini, yöresel, farklı yaşam tarzları, meslek grupları, sosyal sınıflar, toplumsal cinsiyet grupları olabilir ve karşı kültür olarak anlaşılmalıdır, çünkü alt kültürler kendilerini nispeten egemen kültürün bir parçası olarak görürler ve diğer alt kültür gruplarıyla da aralarındaki farklılıkları bir çatışma unsuru olarak görmezler (Bostancı, 2003, s. 144-145). Bir başka deyişle, alt kültürler toplumun baskın kültür kalıbından temel özellikleri açısından büyük farklılıklar göstermeyen ancak derece farklılıkları ve çeşitlilikleri kapsayan bir yaşam biçimi olarak tarif edilebilir. Alt kültür hakim kültürden amacı, beklentisi, duygusu, düşüncesi, ilkesi farklı olan ve bu sebeplerle de başkalarından farklı davranıl biçimleri gösteren, bir grup insanın veya toplum kesiminin benimsediği kültürdür. Sınıf farklılıklarını veya etnik köken gibi farklılıklarının yoğun olarak bulunduğu ve farkların bilimsel olarak tespit edilebildiği ülkelerde alt kültürler görülebilir (Erkal, 2006, s. 144-156).

2.1.1.3. Karşı Kültür

Karşı kültür hakim kültürün değerlerine tamamen karşı çıkan grupları ifade eder. Amerika'da 1960'lı yıllarda Vietnam savaşına bir tepki olarak başlayan ve 70'li yılların sonuna kadar devam eden, özellikle 1968'de hippie gençlik hareketleri ile gençlerin egemen kültürden farklı, kendilerine ait bir değerler sistemi ve yaşama

biçimi oluşturma istekleri sonucu karşı kültür kavramı ortaya çıkmıştır (Gökalp, 2015, s. 103; Bulubay, 2020, s. 130).

Karşı kültür alt kültürden farklı olarak egemen kültürden görece farklı olmak yerine, toplumun norm ve değerlerine karşı egemen kültürle çatışan, toplumun anlayış sınırlarının ötesinde düşünce, yaşam ve eylem tarzları olan muhalif grupları ifade eder (Türkdoğan, 1988, s. 67-70).

Egemen kültürün unsurlarını reddedip kendi benimsedikleri kültürel unsurları içeren yeni bir yaşam tarzını yaşayan ya da hakim kılmaya çalışan bu gruplara ılımlı bir örnek olarak verilen Hippi hareketleri verilirken “radikal karşı kültür gruplarına ise toplumda hakim olan kültürel değerleri yıkıp, inandıkları kültürel değerlere dayalı yeni bir rejim getirmeye çalışan, bunun için şiddet kullanmaktan çekinmeyen siyasal, etnik, dinsel hareketler” (Zincirkıran, 2016, s. 74) örnek olarak verilebilir.

2.1.1.4. Halk Kültürü

Halk kelimesi TDK güncel sözlüğünde, “aynı ülkede yaşayan, aynı kültür özelliklerine sahip olan, aynı uyruktaki insan topluluğu, folk” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere bir insan topluluğunun halk olarak adlandırılabilmesi için ortak bir kültürel mirasa, bilince ve ortak değerlere, gelenek ve göreneklere sahiplik gerekmektedir. Bostancı’ya (2003, s. 123) göre halk kültürü bir bölgede yaşayan insanların toplumsal ve doğal çevreleriyle kurdukları ilişkiler sonucu ortak tecrübeyle şekil alan yaşam biçimleridir.

Halk kültürü uzun yıllar boyunca aynı yerde, en az dış iletişim ve harekete sahip, kendi içinde, dış etkenlerden görece uzak şekilde bir arada yaşayan yerleşik toplumların eseridir ve bu yönüyle de Türkiye şartlarında halk kültürünü aynı zamanda köy kültürü olarak da tanımlamak mümkündür (Kazmaz, 2001, s. 298-299).

Halk kültürü, diğer adıyla folk kültürü, modern kültür kalıplarından daha önce ortaya çıkmış, kaynağını kendisinden yani halktan alan, belli bir coğrafyada yaşayan insan topluluğu tarafından geçmişten bugüne, nesilden nesile aktararak taşınan, yaşam biçimlerine ve kültürel uygulamalara dayanan ortak tecrübeler ve tüm maddi, manevi değerlerin birikimidir (Altun, 1998; Tellan, 2004; Alver, t.y.).

2.1.1.5. Seçkin Kültürü (Yüksek Kültür)

Seçkin kültürü veya yüksek kültür seçkin, elitler grubuna ait kültür biçimidir. Seçkin sözcüğünün sözlük anlamına da bakacak olursak, “bir toplumda saygın ve etkin mevkilerde bulunan ve toplumun eğitim, ekonomi, siyaset, askeriye, din, sanat vb. alanlarıyla ilgili etkinliklerin denetimini elinde tutan (kişi veya grup), elit” şeklinde olduğunu görürüz (Türk Dil Kurumu, ty.).

Gökalp’in (2015, s. 105) tanımıyla yüksek kültür, “insan yaratıcılığının estetik mükemmellik ile özdeş olan en üst düzey örneklerine işaret eder”. Bu tanımdan yola çıkarak, klasik müzik, opera, bale, edebiyat, resim, heykel gibi çeşitli sanat biçimlerinin yüksek kültüre ait ürünler olduğunu söyleyebiliriz.

Seçkin kültürü Alver’e (t.y, s. 76) göre daha çok kentsel kültür türleri arasındadır ve kendi ifadesiyle “kentteki seçkinler arasında yaygın olan bu kültür, saraylarda, kültür merkezlerinde, salonlarda, konaklarda, özel mekânlarda, sanat ortamlarında, galerilerde gerçekleşmektedir”.

Gans (2020, s. 109-113) seçkin kültürünü, “Bu kültürü bütün öteki kültürlerden ayıran özellik, yaratıcılar ve eleştirmenler tarafından yönetiliyor olması ve kullanıcılarının çoğunun yaratıcıların ölçülerini ve yaklaşımlarını uygun bulmalarıdır. Bu “ciddi” yazarların, sanatçıların ve benzerlerinin kültürüdür, dolayısıyla kamusu da hatırı sayılır oranda yaratıcı içerir” şeklinde tarif etmiştir. Gans’a göre yüksek kültürün kullanıcılarının iki türü vardır, bunlar, kendileri yaratıcı olmadığı halde kültüre yaratıcı bakış açısından bakan yaratıcı-eğilimli kullanıcılar ve yüksek kültüre katılan ama tıpkı öteki kültürlerin kullanıcıları gibi, yaratıcının yöntemleri ya da yaratıcı olmanın getirdiği sorunlardan çok yaratıcının ürünleriyle ilgilenen, kullanıcı-eğilimli olanlardır. Her ne kadar farklı iki kullanıcı tipi olsa da bunların ortak oldukları özellikleri vardır. Hemen hemen hepsi yüksek veya orta sınıfa mensup, eğitilmiş, meslek sahibi, akademik birikimleri olan kişilerdir ve bu sebeple de kendilerini estetik ölçüler koyma, tüm topluma uygun bir kültür yaratma konusunda sorumlu hissederler ve öteki kültürlerden daha düzenli ve yoğun bir şekilde toplumsal, siyasal ve felsefi konularla ve sorunlarla ilgilenirler. Ancak bu Gans’a göre yüksek kültürün bütün temel sorunlarla ilgilendiği, aşağı kültürün ise ilgilendiği anlamına gelmez. Aksine popüler birçok eğlence programında ahlaki ve felsefi konular sık sık somut örneklerle konu edilir, fakat yüksek kültür bu tarz, örneğin ekmek parası gibi konularla

ilgilenmez, çünkü ona göre bu “dünyevi” konular kullanıcısı tarafından sorun olarak görülmez, o daha soyut, daha derin toplumsal ve felsefi konularla ilgilenir.

Marshall ise (1999, s. 591) popüler kültür ile seçkin kültürünün arasındaki farkın önemine değinmiş ve,

“Popüler kültür ile genellikle "yüksek" diye adlandırılan kültür arasındaki ayırım oldukça önemlidir. Yüksek kültür, klasik müzik, ciddi romanlar, şiir, dans, yüksek sanat ve görece az sayıda eğitilmiş insanın değerini anladığı diğer kültürel ürünleri kapsar. Bazen kitle kültürü olarak da adlandırılan popüler kültür ise, çok daha yaygın ve herkes için erişilebilir bir içeriğe sahiptir” şeklinde bu farkı belirtmiştir.

2.1.1.6. Kitle Kültürü

Sosyolojide kitle kavramı grup, halk, örgüt, kalabalık ve birbirleriyle etkileşim halinde olarak bir yerlerde yaşayan gerçek insan birliktelikleri olarak tanımlanır (Aydın M. , 2013, s. 251).

Mills’e (1974, s. 416-456) göre ise kitle ya da kitle toplumu iktidarın kitle iletişim araçları vasıtasıyla görüşlerini ve hareketlerini şekillendirdiği, bireye eylem ve cevap hakkı tanımayan, bağımsızlığını yitirmiş, eylemleri iktidar sahipleri tarafından örgütlenip kullanılabilen insan topluluğudur.

Daniel Bell (2013, s. 43-46) İdeolojinin Sonu isimli kitabında kitle kavramının beş farklı biçimde kullanılışından bahseder,

İlki; farklılaştırılmamış bir içerik olarak kitledir. Bu tanımıyla kitle genel kanının aksine sınıfı veya homojen bir kesimi ifade etmek yerine heterojen ve farklılaşmamış bir topluluğu temsil eder ve bunu hiçbir sosyal örgütlenmesi, gelenek ve görenek yapısı, statü rolleri olmayan sinema izleyicisinin bir kitle olmasıyla örneklendirir.

İkinci olarak, vasıfsızların ortak kanaatleri olarak kitleyi Ortega’dan (1932, Akt. Bell, 2013, s.43) alıntı yaparak tarif eder, buna göre kitle bireylerden oluşan bir topluluğu tanımlamaz ve kitleler işçi sınıflarını değil bir zamanların eğitimli seçkinlerinin yönetici konumlarını kaybetmeleriyle ortaya çıkan modern hayatın düşük beğenilerini temsil eder. Modern beğeni “vasıfsızların ortak kanaatlerini” yani “uygarlığın düşük kalitesini” temsil eder.

Üçüncü olarak, makineleşmiş bir toplum olarak kitleyi mekanik bir toplum olarak tarif eder ve şu şekilde devam eder,

“Toplum bir "aygıt" haline gelmiştir. Makine kendi tarzının damgasını insanların üzerine vurmakta, hayatı matematiksel ve kesin kılmakta, varoluşa maske gibi bir karakter vermektedir: çelik kask ve kaynak maskesi bireyin kendi teknik faaliyetlerinde kaybolduğunu simgelemektedir. Ayarlanmış, fonksiyonel insan, teknolojik presin çarklarında sert ve acımasız bir dişli olarak yeni bir tip şeklinde ortaya çıkar”.

Dördüncü olarak bürokratikleştirilmiş toplum olarak kitlenin tarifini yapan Bell (2013, s. 44), birçok sosyal bilimci tarafından da fazla rasyonel yaklaşımların ve hayatın çok fazla organize edilmesiyle oluşan aşırı bürokratikleşmenin kitle toplumunun önemli özellikleri arasında olduğunu belirtildiğini vurgular. Bürokratikleşme ve aşırı akılcılık modern toplum insanını manipüle edilen, tekdüze ve memnuniyetsiz bir hale getirmektedir.

Beşinci ve son kullanım olarak Bell kitleyi ayak takımı olarak kitle şeklinde ayırır. Buna göre, “kitle toplumu, farklılıkların ortadan kalkması, tekdüzelik, amaçsızlık, yabancılaşma ve entegrasyonun başarısızlığı olarak tanımlanmaktadır”.

Kitle kültürü ile ilgili tartışmaların ve araştırmaların ortaya çıkmasında sanayi devrimiyle birlikte oluşan toplumsal değişim, modern şehirlerin oluşması ve nüfusun buralarda yoğunlaşmasıyla birlikte köyden kente göç hareketlerinin artması, karar alma süreçlerinin merkezileşmesi, birçok teknolojide özellikle de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bu gelişmelerle iletişim ve haberleşme gereçlerine erişimin daha kolay olması, okur yazarlığın artışıyla popüler edebiyatın gelişmesi, gazetelerin çoğalması, kapitalist işbölümünün gelişmesi, oy hakkının işçi sınıfını da içine alacak şekilde gelişmesiyle oluşan siyasal hareketler gibi toplumsal etkenler ve değişimler söz konusudur (Swingewood, 1996, s. 17; Özçetin, 2018, s.39-40).

Erdoğan (Popüler kültür ve kitle kültürü, 2018, Para. 1) kitle kültürünü “tekelci kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlenip değişen, önceden-yapılmış, önceden kesilip biçilmiş ve paketlenip sunulmuş bir kültür” olarak tanımlar. Erdoğan’a (2006, 341) göre kitleler kendi gerçek istek ve arzularına göre üretmiyor ve tüketmiyorsa, kitle üretim

endüstrisinin standartlaşmış ürünlerini tüketiyorlar ve yeniden üretimine katkıda bulunuyorlarsa orada bir kitle kültürü varlığından söz edilebilir ve bu kültürün sorumlusu sıradan zevkler peşinde koşan bu kitleler değil, onlara bu değersiz, sıradan ürünleri üreten ve dayatan, insanları sadece bir sömürü nesnesine indirgeyen endüstriyel üretim yapısındaki karar verme erkleridir.

Swingewood da (1996, s.165) benzer biçimde eğer bir kitle kültüründen bahsediliyorsa ve bu kültür seçkin kültür için bir tehdit unsuru olarak görülüyorsa, bunun “işçi sınıfının kapitalist topluma değil, orta sınıfın ticari burjuva kültürüne eklemlenmesinden” kaynaklandığını ifade etmiştir.

Dwight Macdonald (1961, Akt. Swingewood 1996, s. 16) kitle kültürünü “her şeyi birbirine kaynaştırır, karıştırır ve homojenleşmiş bir kültür yaratır. Kitle kültürü çok demokratiktir; hiçbir şey arasında ya da hiçbir şeye karşı ayrımcılık yapmaz” biçiminde tarif etmiştir. Swingewood bunu kültürün karşı konulamaz biçimde değişmesi, tekdüzeleşmesi olarak yorumlar ve bu tüketim kültürüne ait kapitalist sistemin yarattığı kültür ve eserlerinin metaya dönüşerek, tek amacının eğlendirmek ve kişileri pasif hale getirmek olduğunu vurgular.

Kitle kültürü ile ilgili pek çok farklı görüş ortaya atılmıştır. Liberal görüşe göre kapitalizm bir taraftan eğitim seviyesinin artmasına neden olmuş, diğer taraftan da önceden seçkin kültürüne ait olan kültür nesnelere ucuz işgücü ve üretimle herkes tarafından ulaşılabile hale gelmesini sağlamıştır ve bu da topluma demokratikleşmeyi getirmiştir ancak diğer taraftan, Marksist ve eleştirel kuram ise kitle kültürünü, “metalaşma, şeyleşme ve ideolojik egemenlik kavramları çerçevesinde açıklamaktadır” (Sarı, 2006, s.44).

Bazı kaynaklarda kitle kültürü popüler kültürle eş tutulsa da aralarında birtakım farklılıklar vardır. Sözen (2001, s. 65) bunu şu şekilde özetler: “Sosyolojik anlamda kitle kültürü vasatlık üzerine, popüler kültür ise normallik üzerine oturur. – Ortega y Gasset’in ifade ettiği gibi kitle- insanı vasat insandır (avarege man). – Vasatlık, izleyenler topluluğunu, normallik ise sosyal hayattaki katılımcılarını ister”.

Yani popüler kültürün yaratımı için kitle kültürünün aksine bir katılım ve yorumlama gerekir. Örneğin, bir film kitle kültürü ürünüdür, özellikle büyük yazarların klasik eserleri yüksek kültüre aittir, fakat bizler bu filmler ve edebi eserler

hakkında konuştuğukça, yorumladıkça popülerleşirler ve popüler kültür ürünlerine dönüşebilirler (Sözen, 2001, s. 65).

2.1.1.7. Popüler Kültür

TDK güncel Türkçe sözlüğünde popüler kelimesi “Halkın arasında yaşayan motiflere, öğelere yer veren, onlardan yararlanan, halkın zevkine uygun, halk tarafından tutulan” olarak açıklanmıştır. Popüler kültür ise “Belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü” şeklinde ifade edilmiştir.

Popüler kelimesinin etimolojik anlamına bakıldığında, Latince Populus yani “halk” ve “halka ait” anlamına gelen popülaris kelimesi karşımıza çıkar. Dolayısıyla popüler sözcüğünün temelinde halk kavramı olduğu görülür ve halk genelinde yaygınlığı tarif eder. Buna göre popüler kavramı, elitler, yöneticiler ve güç odaklarını değil, toplumun çoğunluğunu oluşturan halkla ilgilidir (Aydın, 2013, s.337-338; Özkan, 2020, s. 13).

Popüler kültür kavramı her ne kadar halka ait olan kültür anlamını taşısa da aslında çoğunlukla halk tarafından üretilmez ve halk kültüründen de oldukça farklıdır. Aydın’a (2013, s. 337) göre “Bazı entelektüel kesimlerce üretilen bu kültür, kendini halk ile meşrulaştırır”. Halk kültürü halkın kendiliğinden doğayla ve çevresiyle kurduğu ilişkiler sonucunda ortaya çıkarken, popüler kültür doğadan kopuk, kurgusal, üretiminin ardında güçlü bir ekonominin ve profesyonel çalışmaların olduğu bir yapıya sahiptir (Bostancı, 2003, s. 148).

Benzer şekilde Erdoğan’a (2001, s. 76) göre de popüler kültür kavramı artık halka ait olan anlamına gelmemektedir. Yerelliğini ve anonim oluşunu koruyabildiği sürece halk kültürü halkın olarak kalabilmektedir ancak “popüler kültür” kavramındaki aitlik kapitalist Pazar mekanizmasının bir parçası haline gelmiştir ve anlamı “kitle üretim endüstrileri tarafından üretilen ürünlerin yaygın kullanımı” olarak değişime uğramıştır. Bir başka ifadeyle, popüler kültür kavramı eskiden kullanıldığı anlamdan uzaklaştırılıp, anlam bakımından “ait olduğu yerinden edilerek, pazarda üretilen ve satılan diğer mallar gibi, ticari bakımdan üretilen ve pazarlanan kültür yerine taşınmıştır”.

Özkan (2020, s. 22) ise popüler kültürden bahsetmeden önce popüler kavramı üzerinde durmuş ve popüler olmayı belirleyen faktörleri sürekli yenilenme ve gündem

belirleme becerisi, eğlendirici olma kapasitesi, hedef kitlenin kendine yakın hissetme duygusunu harekete geçirmesi, fiziki ayırt edici özellikler, skandal yaratabilme potansiyeli, yetenek, başarı ve teknolojik üstünlük olarak ifade etmiştir. Bunlara ek olarak, popüler unsurun kitle iletişim araçlarına olan ihtiyacı, kalıcılık özelliği olmamasından dolayı popüler olmaya yönelik yapılan etkinliklerin devam etmesi gereği, tüketilmesi için çaba harcamaya gerek olmayan, eğlendirici ve tüketme arzusunu tetikleyen özelliklerini de belirtmek gerekir.

Özkan (2020, s. 44) popüler kültürün genel özelliklerini ise geçici olması, tüketime yönelik ve kolay tüketilebilen bir yapıda olması, tanınma- bilinme oranının yüksekliği, özdeşim kurulan, örnek alınan olması, hakkında konuşularak gündemi meşgul etmesi, merak edilmesi, onaylansın veya onaylanmasın takip edilmesi, nicelik olarak üstün ancak nitelik olarak düşük özellikler göstermesi ve ticari yönünün olması şeklinde sıralamıştır.

70’li yıllarla birlikte akademik çevrelerde gittikçe önem kazanmaya başlayan kısaca “kentteki gündelik yaşam kültürü” olarak ifade edilebilecek popüler kültür özellikle ideolojik olması sebebiyle de derinlemesine araştırılan bir konu haline gelmiştir. Marx’dan günümüze kadar birçok sosyal bilimci tarafından çeşitli yönleriyle araştırılan popüler kültür özellikle iki görüşe ayrılmıştır. Bunlardan ilki, popüler kültürü ve kitle kültürünü aynı olarak ele alan görüştür. Marx, Gramsci, Althusser ve Frankfurt okulu temsilcileri popüler kültüre olumsuz yaklaşır ve onu kitle kültürüyle eş tutarak popüler kültürün kitleleri güttüğünü ve yanlış biçimlendirdiğini ileri sürerler. Buna karşılık ikinci görüş Kültürel Çalışmalar Okulu ve onları takip eden De Carteau, John Fiske gibi sosyal bilimciler popüler kültürü kitle kültüründen ayrı olarak ele alır ve halkın seçimlerini bilinçli olarak yaptığının altını çizerek popüler kültürü halkın sesi olarak değerlendirir ve onun özgürleştirici olanaklarını vurgularlar (Arık, 2012, s. 328,329).

Marshall’ın (1999) sosyoloji sözlüğünde popüler kültür bu farklı bakış açılarıyla aşağıdaki şekilde tarif edilmiştir.

“...gelenekçiler, popüler kültürün kötü kalitesinden yakınmışlardır. Liberal ve radikal eleştiriler ise, halkın beğenisinin otantik bir ifadesi olarak popüler olanı destekleme ve yüksek kültür ürünlerini elitizminden dolayı reddetme eğilimindedirler. Sosyologların popüler kültür analiziyle

ilgilenmeye başlamalarının nedeni, popüler kültürün, halk bilincini anlamaya ışık tutabilecek bir pencere sunması ve toplumsal sınıflar içindeki dayanışma ile aralarındaki bölünmenin önemli bir unsurunu temsil etmesidir. “Çatışma kuramcıları, büyük, kapitalist” şirketlerin ürettiği popüler kültüre odaklanırlar ve bu ürünlerin, otantik olmamanın yanı sıra ideolojik tahakkümün bir aracı olduğunu ileri sürerler” (s.591).

Güngör (1999) ise Popüler Kültür ve İktidar isimli kitabın giriş bölümünde popüler kültür ve kitle kültürü ile ilgili şunları yazar:

“Kitle kültürü, kültür endüstrisinin etkisiyle yaygınlık kazanmış olup toplumda güç sahibi olan kesimlerin güdümünde, güçten yoksun kitleyi yönetmek ve yönlendirmek için kullanılmaktadır. Oysa halkın içinden çıkan, halk tarafından üretilen popüler kültür, halkın varlığının ve gücünün önemli bir göstergesidir. Bu yönüyle söz konusu kültürel olgu, halkın düzeyinin yükselmesinde başat bir etken olmalıdır” (s. 11).

Bir başka farklılıktan bahsedilecek olursa, kitle kültürü manipülatif bir yapıdadır ve bu sayede kişi kitle kültürünün aracı haline gelir, düşünmeyen bireye hayatın yorumu hazır bir şekilde sunulduğundan yorum yapma yeteneğini kaybetmiş olur (Atiker, 1998, s. 52,53). Sözen’e (2001, s. 65) göre ise kitle kültürünün bu manipülatif karakterine karşılık popüler kültür insanı manipüle etmez ve yansıtmaz çünkü insanın onu yorumlama ve bu sayede de değiştirip dönüştürme gücü vardır ve dilin kullanıldığı her yerde gelişme gösteren söylemsel yönüyle bilimde, sanatta, politikada hemen her alanda varlık gösterir.

Oktay (2009, s. 44, 46) popüler kültürü “gündelik yaşam kültürü” olarak tanımlar ve onun gerçekliğin olumsuz yönlerinden kaçmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültür olduğunu söyler. Popüler kültürün biçim olarak orta karmaşıklıkta olması, aktarımı ve iletim biçiminin ortam ve teknoloji açısından dolaylı olması, bilinen bir kaynağının ya da üreticisinin olması, kültürel değerleri yeni biçimler-formüller şeklinde yansıtmaması, ürünlerinin tüketiciye dönük oluşu ve oldukça ucuz ancak parayla elde edilebilir yapıda olması ayırt edici bazı özellikleridir.

“Popüler kültür, kapitalizm tarafından sağlanan kültürel kaynaklar ile gündelik yaşam arasındaki ara kesimde üretilir” diyen Fiske (2021, s. 235) popüler kültürün kültür endüstrisi tarafından üretildiğini reddeder. O’na göre popüler kültürü halk

üretir, halk ise sabit bir sosyolojik grup değildir, hatta nesnel gerçeklikte halk diye bir şey yoktur ve bu sebeple de belirlenebilir değildir ve deneysel araştırmalara konu olamaz. Fiske'ye (2021, s. 110) göre “halk, popüler ve popüler güçler, bütün toplumsal kategorilerin sınırlarını çiğneyen, durmadan değişen bir bağlılıklar dizisidir; çeşitli bireyler farklı zamanlarda değişik popüler oluşumlara bağlanırlar, bu oluşumlar arasında durmadan dolaşırlar”. Kültür endüstrisinin bundaki rolü ancak “çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir metinler ya da kültürel kaynaklar dağarcığı üretmektir”.

Gans (2020, s. 11) popüler kültürün birçok insanın estetik ve diğer arzularını yansıttığını ve böylece onun “ticari bir musibet” değil kültür olduğunu ve bütün insanların yüksek ya da popüler istedikleri kültürü seçme hakkı olduğunu savunur. Yüksek kültür de dahil olmak üzere birden çok popüler kültür olduğunu söyleyen Gans (2020, s. 22) bunları “beğeni kültürleri” olarak adlandırır ve sebep olarak da “bunların her birinin paylaşılan ortak estetik değerler ve beğeni ölçütleri” içerdiğini belirtir.

2.1.2. Küreselleşme

Dünyanın tek bir mekan haline gelme fikrini dile getiren küreselleşme kavramının ve küreselleşme sürecinin kesin olarak hangi tarihte başladığı net bir şekilde bilinmese de göçlerle birlikte insanların yer değiştirmeleri, ipek yolu gibi ticaret yolları kurmaları, deniz yollarını kullanarak yeni yerleri keşfetmeleri küreselleşme sürecini başlatmıştır denilebilir (Mutlu,2016, s. 208; Aktel, 2001, s.195).

Marshall'a (1999, s. 449) göre küresellik “dünyayı tek bir yer olarak kavrayan yeni bir bilincin şekillenmesini kapsamaktadır ve küreselleşme bu doğrultuda, “bir bütün olarak dünyanın somut yapılaşması” şeklinde, yani “dünya”nın sürekli yeniden kurulan bir çevre olduğu düşüncesinin küresel düzeyde yayılması ekseninde tarif edilmiştir”. Marshall'a göre küreselleşmenin en güçlü tanımlarından biri Malcolm Waters'ın (1995, Akt. Marshall, 1999), “coğrafyanın toplumsal ve kültürel düzenlemelere dayattığı kısıtlamaların azaldığı, insanların bu azalmayı giderek daha çok fark etmeye başladıkları bir toplumsal süreç” olduğudur.

Yahyagil (2019, s. 96) küreselleşmenin tarifini, “Küreselleşme genel açıdan, yerel olanın evrensel dönüşürülmesi ve farklı ülkeler arasında ticari ve sosyal amaçlı faaliyetlerin yapılabilmesi ve yaşamın hemen her alanında insanlar arasında ortak bir bilinç oluşturulması” şeklinde yapmıştır. Ancak konunun çok yönlü bir şekilde ele

alınmasıyla küreselleşmenin internet teknolojileri ve iletişim kanalları vasıtasıyla “büyük bir ustalıkla yönetilen ekonomik stratejilerin güçlü bir enstrümanı” olduğunun anlaşılacağını vurgulamıştır. Benzer şekilde Zincirkıran (2016, s. 281) küreselleşmeyi, “bilgide, iletişimde, etkileşimde, haberleşmede, ulaşımda, finans piyasalarında yerel, bölgesel, ulusal sınırları aşındıran, ülkeler arasında ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal bağımlılığı artıran bir süreçtir” şeklinde tarif etmiştir.

Giddens (2012, s. 83-91) küreselleşmeyi bireylerin, grupların ve ulusların birbirlerine bağımlı hale gelerek tek bir dünya içinde yaşaması olarak tanımlar ve çağdaş toplumlarda küreselleşme sürecini bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ekonomik ve politik faktörler olmak üzere üç ana başlıkta inceler,

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler- Teknolojik ilerlemeler telekomünikasyon alanında da kendini göstermiş ve küresel iletişimde hızlı bir atış olmuştur. En hızlı büyüyen iletişim aracı olarak ortaya çıkan İnternet teknolojilerinin geliştirilmesiyle de zamanın ve mekanın yaklaşması küresel fikirlerin yaygınlaşmasına ve kimliklerin gelişmesine neden olmuştur.

Ekonomik – Küresel piyasaların gelişimi ve dünya çapında pazarlar ve fabrikalara sahip modern çokuluslu şirketlerin gücündeki artış en önemli nedenlerdendir. Bu ulus aşırı şirketler dünya üzerinde yeni teknolojilerin ve bilgi sistemlerinin yayılmasında önemli rolleri olan uluslararası finans piyasalarındaki baş aktörlerdir.

Politik – Uluslararası ve bölgesel hükümet mekanizmalarının gelişmesiyle uluslararası diplomasiye geçiş, uluslar-üstü ve dünya çapındaki yönetim birimleri ve ağlarının yükselişiyle, Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler Örgütü’nden Güney-Doğu Asya Ulusal Birliği’ne (ASEAN) doğru geçiş politik faktörler olarak sayılabilir.

Slattey küresel dünyayı şu an içinde yaşadığımız dünya olarak tarif eder ve hayatın her yanının, toplum ve kültürün küreselleşmeden etkilendiğini belirtir. Kültürlerin de küreselleşmeden etkilenmesi ve birbirlerine benzer hale gelmeleri küresel kültür kavramıyla açıklanabilir (Slattey, 2018, s. 418).

2.1.2.1. Küresel Kültür

Ekonomik güçler küreselleşmenin en önemli unsurlarından olsa da sadece bunların küreselleşmeyi meydana getirdiğini söyleyemeyiz. Küreselleşme, ekonomi, politika, toplumsal ve kültürel pek çok etkenin bir araya gelmesiyle oluşur. Özellikle son yıllarda hızla gelişen ve insanlar arasındaki iletişimin ve etkileşimin hızını arttıran bilgi ve iletişim teknolojileri küreselleşmenin yönünü belirlemiştir (Giddens, 2012, s. 84).

Küreselleşme sürecinde birçok konuda, alanda sınırlar ortadan kalkarken kültürel alanda da önemli gelişmeler, değişimler yaşanmıştır. Zamanla farklı ülkelerde, farklı kültürlerden fakat benzer eğlence anlayışı, tüketim alışkanlıkları, yaşam şekilleri gibi ortak kültürel beğenilere sahip bir kitle ortaya çıkmıştır (Zincirkıran, 2016, s.284).

Küresel kültürü ortaya çıkaran toplumsal ve kültürel gelişmeler, dünya genelinde yaşanan teknolojik ilerlemelerle birlikte yaygınlaşan uydu enformasyon sistemlerinin gelişmesi, küresel tüketimin ve bu tüketime bağlı olarak tüketicilik kalıplarının ortaya çıkması, kozmopolit ve çok kültürlü yaşam tarzlarının gelişmesi, dünya kupası, olimpiyatlar, uluslararası spor müsabakaları, dünyanın farklı ülkelerinde düzenlenen tenis turnuvaları şeklinde örnek verebileceğimiz dünya çapındaki spor dallarının gelişmesi, ulus devletin hakimiyetinin gücünü kaybetmesi, küresel askeri sistemlerin ortaya çıkması, sağlık problemlerinin küresel hale gelerek tüm dünyaya yayılması, Milletler Cemiyeti ve Birleşmiş Milletler gibi dünya genelinde siyasal sistemlerin kurulması, Marksizm gibi küresel siyasal hareketlerin yayılması, insan hakları kavramının genişlemesi ve dünya dinleri arasında artan karmaşık etkileşimlerdir (Marshall, 1999, s. 449).

Ritzer ve Stepnisky (2018, s.460) kültürün küreselleşmesini, “aşırı uçlarda ya ortak kodların ve pratiklerin uluslarüstü yayılması (homojenlik) ya da içinde birçok küresel ve yerel kültürel girdinin, bir tür pastiş yaratacak şekilde etkileşime geçtiği bir süreç veya çeşitli kültürel mezlere yol açan bir karışım (heterojenlik) olarak görülebilir” şeklinde yorumlamışlardır.

Küreselleşme sürecine eleştirel bir bakış açısıyla bakanlar ve olumlu yaklaşanlar vardır. Eleştirel yaklaşan kesim, küreselleşmenin öz kültürün biçimini değiştirip homojenleştirdiğini ve güç ve iktidar sahiplerinin zayıf olan kesimleri ezerek onların

yerel özelliklerini, geleneklerini tahrip ettiklerini ve bunun da “yeni-kolonizasyonun” ortaya çıkmasına sebep olduğu görüşünü savunurken, küreselleşmeye olumlu bakan kesimler, örneğin uluslararası kuruluşlar, küresel kültürün yaygınlaşması ve yerel kültür ürünleri üreten yerel piyasalara karşı baskı oluşturmak, yerel karşı oluşları engellemek, küresel ürünlerin satışı için reklam vermeyi yaygınlaştırmaktadır (Talas, 2003, s. 240-241).

Küresel kültür konusundaki yaklaşımları üç ana başlık altında incelenir. Bunlar, homojenleşme olarak küresel kültür, kutuplaşma olarak küresel kültür ve melezleşme olarak kültürel küreselleşmedir.

2.1.2.1.1. Homojenleşme Olarak Küresel Kültür

Homojenleşme tezi küreselleşme tartışmalarının temel konularından birisidir ve küresel kültürün batı kültürü ve Amerikan kültürünün etkisiyle tek tipleştiğini, pek çok alanda, kültürden ekonomiye ve siyasete, üretimden tüketim alışkanlıklarına, kullanılan dile kadar benzer hale geldiğini, dünyada farklılıkların azaldığını savunur. Homojenleşmeyle birlikte insanlar arasında kültürel sembollerin alışverişinin hızlanmasıyla insanların yaşam biçimleri standartlaşarak Batılı ve Amerikan davranış biçimleri içselleştirilir ve dünya çok kültürlü bir yapıdan tek tip bir küresel kültüre doğru evrilir (Bozkurt, 2019, s.86; Yalvaç, 2003, s. 336; Göka, 2003, s. 180; Holton, 2013, s. 59).

Bozkurt, radikal küreselleşmecilerin dünyanın küresel bir uygarlığa doğru gittiğini iddia ettiklerini ve özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasının dünyayı elektronik bir köye dönüştürmesiyle birlikte sadece ticari malların değil aynı zamanda düşüncelerin ve insanların da çok daha hızlı bir şekilde dünyayı dolaştığını ve homojenleşme tezini savunanlara göre bunların sonucunda kültürel benzeşmenin arttığını belirtmiştir (Bozkurt, 2019, s. 85).

Küreselleşmeyle birlikte uluslararası firmalar küresel ölçekte medyayı kontrol edecek güce ve kültürel üretim süreçlerini kontrol etme gücüne ulaşmışlardır ve bu sayede küresel çapta tüketim toplumu anlayışının yaygınlaşmasını teşvik etmişlerdir. Bajc’a (2012, Akt. Bozkurt, 2019, s. 87) göre “Bazıları bu durumu, yerel kültürleri tehdit eden, bölgesel ve ulusal kimlikleri parçalayan bir tür kültürel emperyalizm olarak görmüşlerdir. Bazıları da küresel kültürel homojenleşmenin, Avrupa ve Amerikan değerleri tarafından domine edildiğine vurgu yapmışlardır”.

2.1.2.1.2. Kutuplaşma Olarak Küresel Kültür

Homojenleşme tezi benzeşmeyi savunurken, kutuplaşma kültürel farklılıkları savunur. Bu görüşü benimseyenler kültürler arasında, küreselleşme tarafından ya da herhangi bir kültürel süreç tarafından büyük ölçüde etkilenmeyen kalıcı farklılıkların olduğunu savunurlar ve dünyayı farklı kültürlerden oluşmuş bir mozaik olarak görürler. Fakat bu kültürlerin hiçbir şekilde küreselleşmeden etkilenmediği anlamına gelmez, kültürler özlerini genel anlamda korurlarken küreselleşmenin etkisi ancak yüzeysel olarak kalır ve kültürlerin özü, derin yapıları büyük ölçüde korunmuş olur, süreçten etkilenmezler (Ritzer & Stepnisky, 2018, s. 465).

Bozkurt'a (2019, s. 96) göre "Küreselleşme sürecinde özellikle elitler arasında kozmopolit bir kültürün artışı söz konusu olsa bile, bu oldukça sınırlı düzeydedir. Kimlik hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir".

Kutuplaşma ya da diğer adıyla kültürel farklılıkçılık tezinin en ünlü ve tartışmalı örneği Samuel Huntington'un "Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması" tezidir (Ritzer & Stepnisky, 2018, s. 465). Huntington (1996, Akt. Bozkurt, 2019, s. 97) homojenleşme tezinde savunulan bütünleşme iddiasının tersine, uygarlıkların birbirleriyle ilişki haline girdikçe insanların kendi milli kimliklerine ve uygarlıklarına daha çok yöneldiklerini savunur. Ritzer ve Stepnisky Huntington'ın uygarlıklar içinde kültürel süreklilik ve kültürel saflığa yaklaşan bir taraf tuttuğunu yazar ve eklerler "Ona göre en azından bir derece ideal bir anlamda, gelecek yıllarda küreselleşme, uygarlıkların var olmayı sürdürmelerini ve kabaca aynı tarzda hareket etmelerini sağlayan bir süreç olma yolundadır. Bu ise küreselleşme çağında uygarlığın – yani kültürün – öneminin tekrar doğrulanışını oluşturur" (Ritzer & Stepnisky, s. 468).

2.1.2.1.3. Melezleşme Olarak Kültürel Küreselleşme – (Kültürel Melezleşme)

Küreselleşme tartışmaları içinde küreselleşmenin etkilerine olumlu yaklaşan kültürel melezleşme, kültürlerin karşılaşmasının, etkileşime girmesinin yeni ve benzersiz yerel kültürlerin ve yaratıcı yeni süreçlerin ortaya çıkmasına neden olduğunu savunur (Kanık, 2016, s. 239).

Melez formların doğuşu derin toplumsal değişmelerin meydana geldiğinin göstergesidir ve kültürler arası etkileşimin, iletişimin, göçün, çok kültürlülüğün, diaspora yaşamının arttığı ve sınırların aşındığı bir zamanda gündelik yaşamın parçası

haline gelmiştir ve melezlik, “mevcut kültürel ve kurumsal düzenlemelerden ve geçmiş uygulamalardan farklılaşmayı içerir” (Bozkurt, 2019, s. 101).

Ritzer ve Stepnisky (2018, s. 475) melezleşmeyi, “birçok farklı yerel içinde yeni kültürel gerçekliklerin ortaya çıktığı ve heterojenliği artırmasa bile devam ettiren derinlemesine yaratıcı bir süreç olarak çok pozitif hatta romantik bir küreselleşme görüşüdür” şeklinde tanımlamışlardır ve kültürel melezleşmenin özüne inen kavramın “küresel olan ve yerel olanın farklı coğrafi alanlarda eşsiz ürünlere yol açarak iç içe geçmesi” olarak tanımlanan küyerelleşme olduğunu vurgulamışlardır. Ritzer ve Stepnisky’e göre küyerelleşmeyi savunanların küreselleşmeye karşı olan bakış açılarının temelleri şu şekildedir; Giderek daha çoğulcu bir yapıya dönüşen dünyada küyerelleşme kuramı bölgeler içindeki ve arasındaki farklılıkları dikkate alır. Küyerelleşmiş dünyada yerel bireyler ve gruplar yenilikler yapmak, uyum sağlamak ve manevra yapmak konusunda yaratıcı ve önemli özneler olarak büyük güç sahibidir. Toplumsal süreçler rastlantısal ve ilişkiseldir. Metalar ve medya tamamen zorlayıcı bir şekilde görülmez, tam tersi dünyanın küyerelleşmiş bölgelerine malzeme sağladıkları düşünülür.

Khondker (2013, s.185) küyerelleşme kavramının melezleşme ile birlikte ele alınmasının, birleştirilmesinin yanıtıcı olabileceğini, küyerelleşmede birbirine karışan bir ya da birden çok sürecin birisinin mutlaka yerel olması gerekirken melezleştirmede yerellik içerme gibi bir anlayış söz konusu olmadığını söyler. O’na göre “Küyerelleşmenin anlamlı olabilmesi için, bileşenlerden en az birinin yerel kültüre, değerler sistemine ve pratiklere işaret etmesi gerekmektedir”.

2.1.2.2. Küreselleşme ve Sosyal İletişim Ağları

İletişim ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, bilgiye en hızlı ulaşma aracı ve günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internetin sınırları ortadan kaldıran yapısı, son yıllarda hızla artan sosyal medya kullanımı da insanların birbirlerinin yaşam tarzlarından ve kültürlerinden etkilenmelerinin yolunu açmış ve küreselleşme sürecini hızlandırmıştır.

İnternet sadece milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir ağ değil, aynı zamanda kullanıcısı olan dünyanın dört bir tarafından, farklı kültürlerden insanları ve sosyal grupları da birbirine bağlayan, etkileşime girmesini sağlayan ve sürekli büyüyen, gelişen bir ortamdır (Tektaş, 2014, s. 852).

Sosyal medya ise, eş zamanlı olarak çift yönlü iletişime ve etkileşime ortam sağlaması ve zengin geri bildirim sağlayan yapısı ile benzer ilgi, deneyim ve hayatları paylaşmak isteyen insanlar arasında sosyal ilişkiler oluşmasına aracılık eden bir platformdur (Türkal, 2015, s. 85). Bu yapısıyla sosyal medya insanların kendilerini ifade etme, varlıklarını koruma ve iletişim kurma ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda insanlara çevrelerine nelerle uğraştıklarını, ilgilendiklerini, nerelerde bulduklarını, nasıl eğlendiklerini, neleri ilginç bulduklarını, nereleri gezdikleri ve güzel, ilgi çekici buldukları kareleri paylaşmalarına da olanak sağlayan bir araçtır (Yahyagil, 2019, s. 106).

İnternetin sınırları aşındıran ve hatta ortadan kaldıran yapısı küreselleşmeyi hızlandırırken bunun sonucunda farklı kültürlerin adetleri de hızla kültürümüze geçmektedir. Örneğin bebek cinsiyeti öğrenme ve bekarlığa veda partileri, gibi geçmişte kültürümüzde, alışkanlıklarımızda olmayan birçok adet artık kanıksanmıştır ve adeta kültürümüzün bir parçası haline gelmiştir.

2.1.3. Yemek Kültürü

Kültür nesilden nesile paylaşılan bilgilerin, alışkanlıkların, fikirlerin ve adetlerin içselleştirilerek aktarılmasıyla oluşan genel yaşama biçimidir ve dolayısıyla da kültür bir toplumdaki kabul edilmiş davranış biçimlerini ve yaşam şekillerini belirler (Akın, 2007, s. 90). Bu aktarılan bilgiler, alışkanlıklar beslenme alışkanlıklarımızı da kapsar ve yemek kültürümüzü oluşturur. İnsanların en temel ihtiyaçlarından biri olan yemek, aynı zamanda toplumsal fonksiyonları olan kültürel bir öğedir ve dolayısıyla hem kültürel araştırmaların hem de sosyolojinin araştırma konularından birisidir. Marshall'a göre (1999, s. 688), "Yiyeceğe duyulan sosyolojik ilginin genişlemesi, en açık biçimde, varlıklı sanayi toplumlarında yiyeceğin toplumsal ve kültürel öneminin artmasından kaynaklanır ve bu eğilimin bir yansımasıdır".

Beşirli (2010, s. 159), besinlerin yiyecek maddelerine dönüştürme sürecinde gerekli besinlerin elde edilmesi, işlenmesi ve insanların yiyebileceği duruma getirilmesi, tüketilmesi gibi süreçlerin beslenmeyi sadece fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkarıp kültürel bir olgu haline getirdiğini belirtmiş ve "yiyecek maddelerinin üretimi, taşınması, saklanması ve kullanımı sürecindeki eylemler beslenme ve yiyecek konusunu kültür kavramı kapsamında değerlendirmemizi zorunlu kılmıştır" sözleriyle yemek ve beslenme konusunun neden kültür kavramı

kapsamı içerisinde ele alınması gerektiğini açıklamıştır. Tezcan'a göre (2000, s. 1) Kültürün bütünleyici parçaları olan yiyecekler ve yemek alışkanlıkları içine doğduğumuz kültürle birlikte öğrenilir ve gelecekteki beslenme biçimimizi de oluşturarak uzun süre değişmezler.

Yemek, insanın adetlerini, gelenek ve göreneklerini, inançlarını, alışkanlıklarını, yaşadığı yerin coğrafyasını, iklimini ve neticede kendisini tanımlayan bir kültürel değerdir (Şensoy, 2017, s. 193). Kültürler de kendi arasında farklılık gösterdiğinden yemek kültürü de kültürden kültüre değişim gösterir. Fakat Orkun'a (2009, s. 6) göre, kültürel farklılıklar olsa da yemek kültürü tarih boyunca toplumların üretim, tüketim ve ilişkileri ile birlikte dönüşüp, biçim almıştır ve bu sebeple "yemek kültürü incelenirken, aynı zamanda egemen ve bağımlı toplumların ilişkileri gözlenmektedir. Yemek, yaşam biçiminin gündelik hayattaki ritüellerinden biridir ve yaygın yemek kültürü, egemen sınıfın yaşama biçiminde yer alan yemek kültürüdür".

Orkun (2009, s. 1) "Küreselleşmenin Değiştirdiği Yemek Kültürü: İstanbul-Beyoğlu: 2002 – 2009" isimli doktora tezinin giriş bölümünde yemek kültürünü;

"Yemek, gündelik yaşamın merkezinde yer alan, alışverişi, hazırlamayı, pişirmeyi, sunmayı ve tüketmeyi kapsayan bir süreç olup, mutfağıyla, çarşı-pazarıyla, lokantasıyla, kitabıyla, dergisiyle ve televizyonuyla geniş bir alana yayılır. Günümüz insanının ağız tadı ve yeme duyarlılıkları, yani "neyi, nasıl, nerede ve neden yiyeceği", toplumsal olarak edinilen diğer grup alışkanlıkları gibi uzun ve kültürel bir süreçten geçerek oluşmuş bir kavramdır ve "Yemek Kültürü" olarak adlandırılır" şeklinde tarif etmiştir.

Türk ve Şahin'e (Türk & Şahin, 2004, Para. 1) göre,

"Beslenme insanın karşılaması gerektiği en temel biyolojik gereksinimdir. Aynı zamanda kişiden kişiye, bölgeden bölgeye, toplumdan topluma farklılıklar gösteren bir dizi kültürel öğeyi meydana getiren önemli bir kültür sistemidir. Bu kültür sisteminin adı " yemek kültürü"dür. Yemek kültürü, bir toplumda yiyeceğin üretilmesinden tüketilmesine kadar izlediği serüven ve bu serüvene bağlı olarak ortaya çıkan maddi-manevi kültür öğelerinin oluşturduğu önemli bir kültürel sistemdir".

Nuri Zafer Yenal bir literatür eleştirisi olarak kaleme aldığı “Bir araştırma alanı olarak yeme-içmenin tarihi ve sosyolojisi” isimli makalesinde Roland Barthes’ın şu sözlerini aktarır “yiyecekler toplumdaki mevcut toplumsal sınırları ve birliktelikleri imleyen “bir iletişim sistemi, bir imajlar bütünü, kullanım, durum ve davranışlar protokolü” oluşturur” (Barthes, 1979, Akt. Yenal, 1996, s. 200). Yiyeceklerin hem bir fiziksel tatmin nesnesi hem de simgesel ve kültürel bir yeniden üretim aracı konumunda olduğunu ekleyen Yenal birçok tarihsel ve sosyolojik çalışmada yiyeceklerin ve yeme-içme işleriyle alakalı hazırlama, sunma, tüketme, görgü kuralları gibi faaliyetlerin, “sınıf, statü ve daha başka toplumsal kimlikler arasındaki ilişkilerin ve farklılıkların tanımlandığı ve yeniden üretildiği bir alan” olarak değerlendirildiğini belirtmiştir.

“Kültürün bir parçası olan beslenme alışkanlıkları örüntü olarak ortaya çıkmış ve sürdürülmüştür. Tarihsel koşulların, ekolojinin gücüyle şekillenmiş ve inanç sistemi -eski geleneklerin devam etmesinde ve yeni fikirlerin kabulü- ile beslenme alışkanlıkları daha da belirginleşmiştir” (Fieldhouse, 1996; Akt. Beşirli, 2017, s. 180). Yani yemek, içmek sadece fizyolojik, biyolojik olarak bir ihtiyacın giderilmesi değil, toplumsal işlevleriyle sosyolojik ve “coğrafi, sosyal, psikolojik, dini ve ekonomiktir” (Beşirli, 2017, s. 179).

Deveci’ye (2020, s. 19) göre “Yemek, toplumların oluşturduğu kültür ve geleneğin ayrılmaz bir parçası ve devam ettiricisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yemek insanlık tarihi kadar eski, ateş kadar kutsal, toplumları yönlendirecek kadar güçlü, inanç gibi pek çok unsurdan etkilenecek kadar naif bir yapıya sahiptir”.

Sonuç olarak kültürel ve toplumsal rolleri olan yemek ve yemek yeme alışkanlıkları nesilden nesile, toplumdan topluma etkileşimle aktarılan, tarihi gelişim içerisinde değişen, insanların kendilerini ve kimliklerini ifade etmeleri için bir araç ve bir yaşam tarzı göstergesi olarak tüm dini, ekonomik, sosyal, toplumsal rolleriyle kültürlerin ayrılmaz bir parçasıdır.

2.1.3.1. Yemeğin Toplumsal İşlevleri

Bir toplumun kültürünü anlamak ve deneyimlemek için en önemli araçlardan biri olarak sembolize edilen yemek, tarih boyunca yaşamın devamlılığı için bir zorunluluk olarak görülmüşken, aslında yaşamın ötesinde pek çok sembolle ilişkilendirilmiştir. Yemek uygar bir toplum olmanın kanıtı olarak nitelendirilmiş,

zenginlik, statü, refah gibi sembollerle ilişkilendirilirken toplumsallık ve kimlik kavramlarını da içermektedir (Deveci, 2020, s. 11).

İnsanları bir araya getirmede önemli bir sosyalleşme aracı olan yemek toplumsal işlevleriyle tarih boyunca “insanların kendilerini ifade etmeleri, iletişim kurmaları ve diğer topluluklara kendi kültürlerini tanıtmalarının basit bir yolu olmuştur. İnsan etkileşiminin en doğal aracı olan yemek, binlerce yıldır toplumsal bazı işlevler görek kültürün önemli bir göstergesi olmuştur” (Yıldız, 2020, s. 363-364).

Yemek ve yemek kültürüyle yakından ilgilenen Antropolog Bronislaw Malinowski'ye göre kültürel unsurlar toplum içinde belli amaçlar doğrultusunda ortaya çıkar ve bireylerin gereksinimlerini karşılamak için birer araçtır. Bu doğrultuda yiyeceklerin de toplumlarda bireylerin çeşitli gereksinimlerini karşılamak üzere belirli bazı toplumsal işlevleri vardır (Yıldız, 2020). Bunlar, statünün ifade edilmesi, dostluk, yakınlaşma ve iletişim, hediyeleşme ve paylaşma, ziyafet ve eğlence, törenler ve anma aracı olarak yemeğin işlevleridir.

2.1.3.1.1. Statünün İfade Edilmesi Olarak Yemek

Tarih boyunca toplumlarda ve sosyal hayatta saygınlık ve statü ile bağdaştırılan yemek, insanların hayatlarındaki amaçları, istekleri, idealleri, ilişkileri, imkanları ve sosyal statülerini içeren deneyimleri üzerinde etkili olan ana faktörlerdir. Bu bağlamda kişi ve grupların dahil olduğu sosyoekonomik sınıflar hem sosyal hem de bireysel düzeyde gıda seçimini etkilemektedir (2020, s. 364-366; Girgin ve Bozok, 2019, s. 66).

Birçok farklı etkenle ortaya çıkan toplumsal eşitsizlikler kendini besin ve beslenme alışkanlıkları üzerinden de göstermektedir. Kendini ayrıcalıklı gören toplumsal gruplarla diğerleri arasındaki bu eşitsizlik ve farklılaşmada bazı yiyecekler ayrıcalıklı kesimler tarafından tüketilirken aynı zamanda onların iktidarlarının yeniden üretimine de neden olmaktadır (Beşirli, 2017, s. 147). Buna göre;

“Avrupa’da Orta Çağ’da hangi yiyeceklerin ne tür insanlar için uygun olduğuna dair ayrıntılı kurallar vardır. Beyaz buğday ekmeği, av hayvanı eti, leziz ya da ender kuşlar, iri balıklar ve egzotik baharatlar soylulara mahsustur. Köylüler süt ürünleri, bol çeşnili kök sebzeler, sarımsak ve yulaf lapası ya da esmer ekmekten oluşan besinlere sahiptir. En yüksek ve sosyal itibar derecesini simgeleyen ve kazandıran yemekleri

genellikle sunulan şeyin miktarı, çeşidi ve nadirliği belirler (Freedman, 2008, Akt. Beşirli, 2017, s. 147-148).

Davetler, ziyafetler, yemek merasimleri gibi etkinlikler davet sahibinin gücünü ve zenginliğini göstermesi açısından bir gösteri alanı olarak kabul edilir ve gücün temsili olarak sembol niteliğindedir. Ziyafetlerde oturulacak yerler, nelerin hangi miktarlarda ikram edildiği, kime hangi sırayla ikram edildiği, kişinin toplum içindeki gücünü ve statüsünü belirleyen etkenlerdir (Beşirli, 2017, s. 294; Yıldız, 2020, s. 364-366).

Daveti düzenlemek kadar davete katılmak da statü sembolü olarak görülmektedir. Özellikle eski Türklerde ziyafetlere davet edilmenin ve buna karşılık davetin kabul edilmesi ya da reddedilmesi önemli görülmektedir. Kutadgu Bilig’de “yemeğin peşinde koşmayan ancak gönlü ve eli bol olanın toplumsal olarak statüsünün daha yüksek tutulduğu belirtilmektedir” (Yıldız, 2020, s. 365).

Günümüzde de bazı yiyecek, içecek ve bunların tüketildiği mekanlarda aynı yapıyı görmek mümkündür. Herkes tarafından ulaşılabilir olan ve herkes tarafından aynı şekilde tüketilebilir olan yiyecek içecekler sıradanlaşır ve tüketenlere ayrıcalıklı bir durum tanımaz. Az bulunan, yaygın olarak tüketilmeyen besinler ise tüketicisini ayrıcalıklı bir duruma getirmektedir. Farklı toplumsal yapılarda tüketilen yiyeceklerin miktarı kadar niteliğine göre de güç bakımından farklılaşmalar görülmektedir, özellikle tüketilen meyve ve sebzenin taze, doğal ve organik olmasının tercihinde bunu görebiliriz. Bu tercihler yeme tarzlarında da farklılaşmalara neden olup, toplumsal kesimlerin yeme tarzları birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu tarzlardaki farklılaşmalar da yeme adabı, sofrada adabı gibi isimlerle ifade edilen kuralların kaynağını oluşturmaktadır ki bu sofrada adabı yani sofrada nasıl davranılması gerektiğini belirleyen kuralları belirleyen ve uygulayan kesim de yemeği bir ihtiyaçtan çok zevk olarak tüketebilen ayrıcalıklı kesimlere ait davranışlar olarak karşımıza çıkar (Beşirli, 2017, s. 148-155).

Yemeğin tüketildiği yerler, alışveriş alışkanlıkları, ziyafetlerde veya dışarıda yemek yeme miktarı, yemek ve içecek tercihleri, yemeğin kiminle yendiği hep bir statü simgesi olarak karşımıza çıkar. Örneğin bira tarih boyunca orta sınıfları temsil eden bir içecekken, şarap daha üst kesimlerin tercihi olmuştur. Günümüzde de bu böyledir. Havyar ve ıstakoz gibi ürünler ancak belli kesimlerin sofralarında olabilirken bunları

orta sınıf bir ailenin sofrasında görmek mümkün olmamaktadır. Görüldüğü üzere ekonomik ve sosyal hayattaki eşitsizlik ve farklılaşma yiyecek ve içecekler üzerinde de kendini göstermekte ve statü göstergesi olarak birer sembol haline gelmektedir (Girgin ve Bozok, 2019; Beşirli, 2017; Yıldız, 2020).

2.1.3.1.2. Dostluk, Yakınlaşma ve İletişim Aracı Olarak Yemek

Yemeğin fiziksel ihtiyaçları gidermenin yanında sosyal fonksiyonları da vardır. Beşirli'ye (2010, s. 167) göre aile içinde başlayan ilk sosyalleşme sürecinde yemek masası bir sosyalizasyon forumudur. Yemek zamanında herkesin birlikte olması ve sofrada yapılan paylaşımlar aile arasındaki ilişkileri hem düzenler hem de yakınlaşmayı sağlar. Aile sofrasında başlayan bu süreç dışarıda da aynı şekilde devam eder.

Cenazeler, düğünler, bayramlar ve doğum günleri gibi insanların bir araya geldikleri davetlerde ikram edilen yiyecek içecekler kişilerin duygularını paylaşmasına olanak tanıyarak, sohbet ederek yakınlıklar kurmalarına neden olurken, yapılan resmi toplantılar arasında ya da sonunda ikram edilen yiyecek ve içecekler veya yemekli toplantılar resmi havanın dağıtılmasını sağlayarak, kişilerin iletişimi kuvvetlendirir ve sonuçların daha olumlu olmasını sağlayabilir. Dostluk, saygı ve sevginin ifade aracı olarak kullanılan yemekler insanları ve toplumları bir araya getiren sosyal ortamlar sağlar (Yıldız, 2020, s. 366,367).

Sadece toplantılarda veya özel davetler ve günlerde değil, günlük yaşantımız içinde de aile ve dostlarla oturulan sofraların, yenen yemeklerin insanları bir araya getirme ve yakınlık kurmalarında rolü büyüktür. Örneğin bir mutluluğu veya üzüntüyü paylaşmak için arkadaşlarımızla ya da ailemizle bir sofrada buluşuruz. Hiç sebep yokken sadece güzel bir gün geçirmek için yine sevdiğimizle bir sofrada buluşmanın planlarını yaparız. İş yerlerimizde çıkılan öğle yemek araları bile çalışma arkadaşlarımızla aramızdaki bağları kuvvetlendirme görevi görür. Sonuç olarak yemek her türlü sosyal yaşantımızın merkezinde ve kişileri birbirine daha da yakınlaştıran, yeni dostluklar kurmasını sağlayan ve iletişimini güçlendiren fonksiyonlara sahiptir.

2.1.3.1.3. Hediyeleşme ve Paylaşma Aracı Olarak Yemek

Yemeğin hediye aracı olarak kullanılması evrensel bir durumdur ve insanlar bunu duygularını ifade etmek, sevgisini, ilgisini, karşısındaki kişiye verdiği değeri göstermek için kullanırlar. Özellikle çikolata, meyve ve tatlı en çok tercih edilen

hediyeler olarak duyguların ifade edilmesi için kullanılır. Doğumlarda ve cenazelerde eve getirilen yiyecekler de buna örnek olabilir. Yiyecek hediyeleri aynı zamanda yardımlaşma içinde birer araçtır. İhtiyaç sahiplerine yapılan yiyecek yardımları onlara verilen önemi gösterirken aynı zamanda da servetin yeniden dağıtımını sağlayarak yoksul ile zengin arasındaki yakınlaşmaya aracı olur (Yıldız, 2020, s. 367). Yıldız ülkemizde yemek adına yapılan paylaşımlara örnek olarak askıda ekmek uygulamasını vermiştir. Buna göre durumu görece daha iyi olanlar ekmek alırken alacağı ekmeğin karşılığında daha fazla para ödeyerek ihtiyaç sahipleri için askıya ekmek bırakmış olmaktadır. Bu da ihtiyacı olanların gururlarını incitmeden en azından ekmek ihtiyaçlarının karşılanmasına hizmet etmektedir.

Türk kültüründe önemli yeri olan uygulamalardan birisi de aşure ayında aşure yapıp dağıtmaktır. “Aşure ayı komşuların, eş, dost ve akrabaların birbirlerine bir kase aşure ikram etmesiyle başlar ve biter. Buradaki amaç aşurenin yenip yenmemesi değil sosyal bağın kuvvetlenmesi, yardımlaşmanın gerçekleşmesidir” (Abdurrezzak, 2014, s. 5). Bununla yemek üzerinden bir paylaşım ve iletişim sağlanmış olur. Türk kültüründe ve İslam dininde Ramazan ayında dini ne olursa olsun ihtiyacı olanlara yemek yardımı yapmak, ramazan çadırları kurup ihtiyaç sahiplerinin buralardan faydalanmalarına aracı olmak ve Kurban Bayramı’nda ihtiyacı olanlara kurban etinin dağıtılması son derece önemlidir ve yemeğin paylaşım aracı fonksiyonuna örnek olarak verilebilir.

2.1.3.1.4. Ziyafet ve Eğlence Aracı Olarak Yemek

Geçmişten günümüze çeşitli nedenlerle düzenlenen ziyafetlerde yemeğin rolü oldukça büyüktür. Bu ziyafetlerde ya da kutlama yemeklerinde insanlar günlük yaşantılarında hazırladıkları ve tükettikleri yiyecek içecekleri hazırlamaz. O güne özel yemekler pişirilir ve ikram edilir. Örneğin et pek çok toplumun yeme alışkanlıklarının bir parçası olsa da dünyada eti sadece özel günlerde tüketebilme imkanına sahip toplumlar vardır. “Örneğin; Güney Afrika’daki Xhosa topluluğunda et; doğum günleri, evlilikler, ölümler ve vedalar gibi özel durumlarda, bütün bir hayvanın pişirilerek sunulduğu, tüm insanları bir araya getirme özelliğine sahip durumlar için ayrılmıştır” (Fieldhouse, 1995, Akt. Yıldız, 2020, s. 368).

Farklı toplumlarda geleneksel veya dini nedenlerle kutlanan günlerde yemek bir ziyafet ve eğlence aracı olarak görülür. Örneğin, doğum, sünnet, düğün ve bayramlarda verilen yemekli davetler gibi. Dini amaçla verilen yemeklere örnek

verilecek olursa Hristiyanlıkta kutlanan Noel, Paskalya Bayramı ve şükran günü yemeğin rolünün önemli olduğu günlerdir. Müslümanlıkta ise, Kurban Bayramı, Ramazan Bayramı'nda verilen yemeklerle ailenin bir araya gelmesi yine ziyafet ve kutlama aracı olarak yemeğin önemli rolüne örnektir (Yıldız, 2020, s. 369). İnsanların önemli günlerinde yemek bir ziyafet ve eğlence aracı olarak kullanılır, Yıldız'a göre modern doğum günü partilerinde ve düğünlerde sunulan yiyecek içecekler ve özellikle pasta mutluluk paylaşımı açısından bir araç görevi görür. Sonuç olarak verilen tüm bu örneklerde yemek ziyafetler aracılığıyla kişilerin sosyal bağlarının oluşmasına ve kuvvetlenmesine aracı olmaktadır.

2.1.3.1.5. Törenler ve Anma Aracı Olarak Yemek

Tarih boyunca her toplumun belli bazı olayları kutlamak ve anmak için belli ritüelleri vardır. Bu ritüeller sosyal bütünleşme için son derece önemlidir ve grubu bir arada tutma, dayanışmayı artırma, topluluğun ortak bilincini güçlendirme gibi rollere sahipken aynı zamanda geçmişle günümüz ve gelecek arasında bir bağ kurma gücüne sahiptir. Törenler ise ritüelleşmiş davranışların yer aldığı ve o güne özel yemeklerin sunulduğu ortamlardır. Hristiyanlıkta şükran gününde hindi, Müslümanlıkta Kurban Bayramı'nda et sunulması, diş çıkartan bebekler için yapılan diş buğdayı gibi ritüeller dinsel ve geleneksel olarak yapılmaktadır. “Düğün, cenaze, bayram, hıdırellez gibi kutlamalarda toplu yemek işlevsel açıdan topluluk dayanışmasını sembolize eden pratiklerdir. Bu kutlama ve törenlerde yemeğin yapımı da kolektif olarak gerçekleştirilir” (Yıldız, 2020, s. 370).

Türk toplumunda törenler ve anma aracı olarak yemeğin fonksiyonlarına verilebilecek pek çok örnek vardır. Bu adetler geçmişten günümüze bazı değişimlere uğrasa da hala varlıklarını sürdürmektedirler. Cenaze evinde sadece o gün değil, cenazenin ardından geçen belli sürelerde öleni anmak, ruhu için dualar okumak ve o güne özel yemekler pişirip, helva kavurup gelenlere ikram etmek, komşulara ve ihtiyacı olan kişilere dağıtmak örnek olarak verilebilir.

2.2. Kuramsal Çerçeve

Çalışmasının kuramsal çerçevesini sembolik etkileşimcilik kuramı oluşturmakla birlikte işlevsel teori ve yapısalcı teoriye de yer verilmiştir. Mevcut literatürde sadece gıda ya da yemek konusuna odaklanan bir yaklaşım yoktur (Akarçay, 2016, s. 45). Ancak yemek ve gıda alanında yapılan çalışmalar genellikle bu üç temel yaklaşım üzerinden ele alınmaktadır.

2.2.1. Sembolik Etkileşimcilik Kuramı

1920’lerde Chicago okulu tarafından yapılan birçok araştırmaya kaynaklık eden sembolik etkileşimcilik kuramı, yapısal işlevselciliğin toplumu bireyden üstün ve onun ötesinde farklı bir oluşum olarak ele almasına karşı bir eleştiri olarak 1960 ve 1970’lerde yeniden ortaya çıkmıştır (Slattery, 2018, s. 337). Kuramın savunucuları bireyin davranışlarının tamamen açıklanamayacağını ve “bunların önceden belirlenmiş kurallar ve dış güçlerle açıklama olanağının olmadığını göstermeye uğraşırlar” (Wallece & Wolf, 2018, s. 269). “Toplumsal yapı ve sosyal sınıfa odaklanan Avrupa sosyolojisinin aksine, Amerikan sosyolojisi daha ziyade bireyle ve onun kendi özgürlüğünü ifade etme yeteneği ve yeni sınırlar, yeni mücadeleler yaratma ve kontrol kapasitesiyle ilgilenmiştir” (Slattery, 2018, s. 334).

“Sembolik etkileşimcilik” terimi ilk olarak Herbert Blumer tarafından türetilen ve kullanılan bir terimdir ve sosyal-psikolojik bakış açısına sahip bir yaklaşım olarak “bireye ve bir kişinin içsel düşünce ve duyguları ile toplumsal davranışı arasındaki etkileşime odaklanır” (Wallece & Wolf, 2018, s. 267-269). “Gündelik hayatta anlamların etkileşim yoluyla nasıl şekillendiğini” araştıran, anlam ve sembolü merkezine alan sembolik etkileşimcilik kuramı etkileşime, eyleme, aktör olarak insana ve onlarla ilgili sembollere odaklanır (Alver, t.y.). “Blumer’e göre, bu yaklaşımın dayandığı temel ilke, insan eyleminin her zaman aktörün karşılaştığı bir durum içinde meydana geldiği ve aktörün bu durumu yorumlaması temelinde eylemde bulunduğu” (Morva, 2017, s. 142).

Sembolik etkileşimcilik terimi ilk olarak Blumer tarafından kullanılsa da “faydacılık olarak bilinen felsefe okulunun önde gelenlerinden ve psikolojideki geleneksel davranışçılık biçiminin temel eleştiricilerinden” biri olan George Herbert Mead kuramın kurucu babası olarak görülür (Slattery, 2018, s. 333). “Özellikle George Herbert Mead (1863-1931) ve Herbert Blumer’in (1900-1987) çalışmaları

doğrultusunda” (Gökulu, 2019, s. 174) şekillenen kurama “Georg Simmel, Robert Park, William Isaac Thomas, Charles Horton Cooley, John Dewey” gibi bilim insanları da doğrudan katkıda bulunmuş olan öncü isimlerdir (Wallece & Wolf, 2018, s. 269).

Sembolik etkileşimcilik kuramının entelektüel köklerine inildiğinde ise karşımıza çıkan isimler Max Weber ve Georg Simmel olur. Sosyolojide “verstehen” yani yorumlayıcı anlayışa önem vermiş olan ve “bireyin bir durumu yorumlamasına ve öznel anlamın önemine verdiği ağırlıkla, Weber’in eylem kuramı simgesel etkileşimciliğin doğmasını etkilemiştir” (Wallece & Wolf, 2018, s. 270). “Toplumsal yapı içerisindeki gündelik etkileşimleri, insanların farklı ilişki formları durumunda üstlendikleri tutum ve davranışları sosyolojinin inceleme nesnesi olarak belirleyen Simmel sosyolojisi, sembolik etkileşimciliğin gündelik hayatta sergilenen davranış biçimlerinin öznel anlamını ön plana çıkaran bakış açısının şekillenmesinde etkili olmuştur” (Gökulu, 2019, s. 179).

Sembolik etkileşimcilik “toplumun mikro boyutlarına, gündelik yaşantılarımıza, içinde yaşadığımız gündelik dünyaya ve insanların ‘sembolik iletişim’ aracılığıyla gündelik yaşantılarında nasıl etkileştiklerine, düzen ve anlamı nasıl yarattıklarına odaklanır” ve belirli durumlar veya yaşam biçimleriyle alakalı, insanları o davranışa iten temel faktörleri ortaya çıkarmaya çalışarak toplumu içeriden analiz eder (Slattery, 2018, s. 334)

Ritzer ve Stepnisky (2018, s. 190), sembolik etkileşimcilik kuramı için önemli üç noktaya vurgu yapmışlardır. Bunlar, “(1) eyleyen ve dünya arasındaki etkileşim üzerine bir odaklanma, (2) hem eyleyenin hem de dünyanın durağan yapılar olarak değil devingen süreçler olarak görülmesi ve (3) eyleyenin toplumsal dünyayı yorumlama yeteneğine atfedilen büyük önem” olarak sıralanır.

Köksal Alver ise Kültür sosyolojisi ve kültür çalışmaları açık erişimli ders notlarında (t.y) sembolik etkileşimcilik kuramının odaklandığı önemli noktaları beşe ayırmıştır. Bunlar;

1. İnsanlar toplumda edindikleri bilgileri yorumlama ve değiştirme kapasitesine, eylemlere, şeylere veya nesnelere ait anlamları yakalama ve yeni anlamlar geliştirme kabiliyetine sahiptirler.
2. İnsan yalnız bir varlık değildir, toplumda birbirleriyle birliktelik ve etkileşim içindedir, bu etkileşimle benliği oluşur ve anlamlar bu

etkileşim sonucu ortaya çıkar. Bu anlamda anlamlar ve dolayısıyla semboller toplumsal ve kültürel içerik taşır.

3. Canlılar içinde sembol üretebilen ve kullanan ve dolayısıyla kültür üretebilen tek varlık olan insan bu sembolleri kullanarak her şeye bir anlam yükler ve bu anlamlara göre hareket eder.
4. İnsan amaçsız ve edilgen bir varlık değil, aksine insan eylemi amaçlı ve rasyoneldir. İnsanlar bilinçli varlıklardır ve amaçlar, eylemler ve davranışlar bilinç içinde gerçekleşir.
5. İnsanların ortak eylemi olan toplum etkileşim halindeki insanlardan oluşur ve insanlardan bağımsız makro- düzey bir bütün olarak değerlendirilemez.

Ritzer ve Stepnisky (2018, s. 206), bazı sembolik etkileşimciler tarafından belirlenen kuramın temel ilkelerini şu şekilde sıralamışlardır;

1. İnsanlarda hayvanlardan farklı olarak düşünme kapasitesi bulunur.
2. Düşünme kapasitesi, toplumsal etkileşim tarafından şekillendirilir.
3. Toplumsal etkileşimde insanlar, insana özgü olan düşünme kapasitelerini uygulama olanağını kendilerine sağlayan anlamları ve sembolleri öğrenirler.
4. Anlamlar ve semboller, insanların, insana özgü olan eylem ve etkileşimi sürdürmelerine olanak verir.
5. İnsanlar, durumu yorumlamaya dayalı olarak eylem ve etkileşim içinde kullandıkları anlamlarda ve sembollerde değişiklik yapabilirler ve onları değiştirebilirler.
6. İnsanlar, bu değişiklikleri veya değişimi, kısmen, eylemin olası süreçlerini incelemelerine, bu süreçlerin görece avantajlarını ve dezavantajlarını değerlendirmelerine ve birini seçmelerine olanak sağlayan birbirleriyle etkileşim kurma yetenekleri nedeniyle yapabilirler.
7. Grupları ve toplumları, iç içe geçmiş eylem kalıpları ve etkileşim oluşturur.

Bu araştırmada sembolik etkileşimcilik kuramı temel alınmıştır. Bunun en önemli sebebi sembolik etkileşimcilik kuramının gündelik hayatta yüz yüze ilişkileri incelemesi ve toplumsal hayatla ilgili açıklayıcı anlatılar ortaya koymasıdır (Morva,

2017, s. 139). Yemek de aynı şekilde günlük hayatımızın toplumsal rolleri olan bir sembol, simge üreticisi olarak, etkileşimle değişip, dönüşen yapısıyla birlikte onu kavramsal olarak sembolik etkileşimcilik kuramı içinde değerlendirmeye uygun yapmaktadır. Ayrıca, sembolik etkileşimcilik kuramına göre bireyin kim olduğunu belirleyen benlik algısı diğerleriyle kurmuş olduğu etkileşimler sonucu şekillenmektedir. Bu yaklaşıma göre “toplumsal aktörler olarak bireyler davranışlarını içerisinde buldukları mikro toplumsal süreçlerde şekillendirirler. Toplumsal etkileşim sürecinde ortaya çıkan anlam ve semboller, bireyler tarafından yorumlanmakta ve bu yorum doğrultusunda eylem ortaya çıkmaktadır” (Gökulu, 2019, s. 176-177). Buna göre, her gün farklı ortamlarda ve koşullarda sosyalleşen insan semboller yaratarak diğerlerini etkiler ve bu semboller yine kişiler tarafından yorumlanarak, eyleme dökülerek zamanla yemek kültüründe dönüşüme neden olur. Sürekli karşılıklı iletişim ve etkileşim içinde kurulan bu ilişkiler ve paylaşımların yönünü popüler kültür, kitle kültürü gibi kültürel kavramlar ve küreselleşme belirler.

Yemek yemek sadece basit bir ihtiyaçtan öte bir simge, sembol yaratma sürecidir. Türk Dil Kurumu güncel sözlüğünde simge kelimesinin tanımı “Duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, alem, remiz, rumuz, timsal, sembol” olarak yapılmıştır.

Marshall’a (1999, s. 647) göre “sembol, en genelde, başka bir şeyi temsil eden bir edim ya da şey demektir. Daha özele inildiğinde, *ritüel, rüya ya da *mitin anlambilimsel (semantik) alanlarındaki en küçük anlam birimidir”.

Aydın’a (2013, s. 376) göre ise,

“Sembol, bir varlığın veya olgunun yerini tutan figürdür. Bu açıdan bakıldığında (mesela) dil bir sembol alanıdır, kelimelerin her biri birer semboldürler. Tabii ki sembol sadece dilsel bir olay değildir, kendini her türlü ifade biçiminde gösterebilir: Yerine göre bir eşya, bazı canlılar, beden hareketleri, kıyafetler, bir sembol görevini yerine getirirler”.

“Amerikalı kültürel antropolog ve sembolik antropolojinin sayılı yorumcularından Clifford Geertz, insan davranışının temelde sembolik ve bu yüzden toplumsal aktörlere özgü anlamla yüklü olduğunu belirtmiştir” (Marshall, 1999, s. 647; Beşirli, 2017, s. 59).

Ritzer ve Stepnisky (2018, s. 208, 209) insanların anlamları öğrendikleri gibi sembollerini de öğrendiklerini ve bu sembollerin “insanların, insana özgü biçimlerde eylemde bulunmalarına olanak sağlamaları açısından çok önemli” olduklarını belirtmişler ve sembollerin önemli bazı işlevlerini şu şekilde sıralamışlardır;

1. Semboller insanların günlük yaşantılarında karşılaştıkları nesne ve şeyleri adlandırmalarına, sınıflamalarına ve hatırlamalarına imkan sağlayarak onların toplumsal hayatla, dünyayla ilgilenmelerini sağlar.
2. Semboller insanların çevreyi algılama yeteneklerini geliştirirler.
3. Semboller düşünme yeteneğini geliştirirler.
4. İnsanlar eyleme geçmeden önce çeşitli alternatifleri sembolik olarak düşünebilir ve bu hata yapma ihtimalini azaltır.
5. Bireyler sembollerini kullanarak geçmişini ve geleceğini hayal edebilirler, kendilerini yine sembollerini kullanarak başkasının yerine koyabilir, onun bakış açısıyla dünyayı hayal edebilirler. Bu ötekinin yerini alma şeklindeki tanınmış sembolik etkileşimci kavramdır.
6. Semboller, cennet ya da cehennem gibi metafizik gerçekliği hayal etmemize olanak sağlar.
7. Semboller, insanların çevre tarafından köleleştirilmekten kaçınmalarına olanak sağlar. İnsanlar edilgen değil – etken yani yaptıkları şeylerde kendi kendilerini yönlendiren – olabilirler.

İnsanlar sembollerden oluşan bir dünyada yaşarken diğerleriyle kurdukları neredeyse tüm etkileşim bu sembollerin değiş tokuşuyla gerçekleşmektedir (Giddens, 2012, s. 58). Semboller insan hayatının her alanında ve günlük yaşantının içindedir. Sembol ve sembolleştirilen şey arasındaki bağ kültüre göre belirlenen bir bağdır ve dolayısıyla kültürden kültüre oluşan anlam değişiklik gösterir (Beşirli, 2017, s. 58-59).

Sahlins’e göre (2017, s.115-116) “bir nesnenin (onu belirli bir grup insan için kullanışlı kılan) toplumsal değeri, fiziksel özelliklerinden ziyade insanların ona değişim sırasında biçtiği değerle ilgilidir. Kullanım değeri, en az meta değeri kadar simgesel ya da keyfidir”. Tıpkı birçok toplumda köpeklerin yenemez oluşu ve buna karşılık sığırların besin olarak görülmesi, farklı nesnelerin farklı cinsiyetler veya gruplar için üretiliyor olması, nesnenin kendi doğasından ya da onun maddi bir ihtiyacı

karşılayabilecek olmasından değil, belli bir simgesel sistem içindeki kültürel değerlerden ve anlamlardan kaynaklanır ve “insan toplumunda hiçbir nesne, hiçbir şey, insanların ona verdiği anlam dışında bir varlığa ya da hareket kabiliyetine sahip değildir”.

Örneğin Türk kahvesi Türk toplumu için adeta bir ritüelken başka toplumlar da çok bir anlam ifade etmeyebilir veya pizza İtalya için sosyolojik ve toplumsal anlamı olan sembol bir yemekken diğer toplumlar da böyle bir sembolik anlamı yoktur. Yine helva kavurmak biz Türkler için önemli bir cenaze ritüelidirken her kültürde böyle bir anlam taşımaz. Bu doğrultuda, yiyecek ve içeceklerin de toplumdan topluma değişebilen anlamlara sahip olan semboller olduğu düşünüldüğünde sembolik etkileşimcilik kuramı yemek araştırmaları için temel alınacak en uygun kuramlardan biri olarak karşımıza çıkar.

2.2.2. İşlevselcilik Kuramı

İşlevselcilik ilk olarak 19. yüzyılda sosyolojinin kurucularından biri olarak kabul edilen Emile Durkheim’in çalışmalarında şekillenmiştir. Durkheim, parçaları arasında işlevsel karşılıklık temelinde iş birliğine dayalı uyumcu bir toplum modelini benimser. Buna göre işlevselcilik kuramında toplum birbirine bağlı parçalardan oluşan, uyum içinde çalışan bir sistem olarak ele alınır (Suğur, 2015, s. 43,44; Güneş, 2012, s. 90). Wallece ve Wolf (2018, s. 43), işlevselcilik nedir sorusunun cevabını verirken Theodorson ve Theodorson’ın (1969, s. 167) “Bir Modern Sosyoloji Sözlüğü” kitabından yararlanmışlardır. Buna göre;

“Toplumsal ve kültürel olguların toplumsal-kültürel sistem içerisinde yerine getirdiği işlevlerin çözümlenmesi. İşlevselcilikle toplum, hiçbir kısmının bütünden ayrı olarak anlaşılamayacağı ve birbirleri ile ilişkili kısımlardan oluşan bir sistemdir. Bu görüşe göre: Herhangi bir kısımdaki değişim, sistemin diğer kısımlarında bir miktar dengesizliğe ve bir ölçüde de bir bütün olarak sistemin yeniden düzenlenmesine yol açar. İşlevselcilik, biyoloji bilimlerindeki organik sistem modeline dayalı olarak geliştirilmiştir”.

Toplumsal sistemlerin çözümlenmesinde işlevselci yaklaşım üç öge üzerinde durur. Bunlardan ilki, sistemin kısımlarının birbiri ile ilişkili ve birbirine bağlı olması, ikincisi, toplumsal sistemde bir organizmanın normal ve sağlıklı durumuna benzer

denge ve uyum içinde bir durumun bulunması, üçüncü ise bu sistemin bütün kısımlarının normal hale dönebilmek için yeniden düzenlenmesidir. İşlevselciliğe göre her zaman sistemde dengeyi ve uyumu sağlamak üzere yeniden düzenleme eğilimi vardır (Wallece & Wolf, 2018, s. 43,44).

İşlevselci yaklaşımı yiyecekler ve yeme pratiği üzerinden açıklamayı amaçlayan çalışmalar daha çok sosyal antropoloji alanında yapılanlardır (Beşirli, 2017, s. 48). Goody (2013, s. 21), 19. yüzyılda antropolojik çalışmaların yemeği daha çok din ekseninde ele aldığı, yemeğe totem, tabu, kurban ve komünyon sorularını merkeze alarak incelediğini belirtmiştir.

Breadsworth ve Keil (2012, s. 102,103), sosyal sisteme adeta bir organizmaya olarak yaklaşmanın yemek çalışmaları için elverişli olduğunu belirtir ve işlevselcilik bakış açısıyla yemek ve gıda ile ilgili sorulabilecek olası soruları şu şekilde sıralarlar,

1. Gıdanın geçtiği üretim, dağıtım ve tüketim gibi süreçlerin birbirleriyle olan ilişkileri nasıl bir örgütlenme içindedir ve sosyal sistemin devamlılığının sağlanmasında ne gibi katkısı olmaktadır?
2. Gıdaların temin edilme ve tüketim biçimlerinin toplumsal işlevleri nelerdir?
3. Gıda tüketimi ile ilgili işlev bozuklukları nelerdir, nasıl ortaya çıkmaktadır ve bir bütün olarak işleyen toplumsal sistem için sonuçları nelerdir?

İşlevselci yaklaşım sosyal ilişkilerin bir göstergesi olarak yemeğin nasıl temsil edildiğiyle ilgilenir. Bu yaklaşıma göre topluluk içerisinde besin arama faaliyetlerinin grup içindeki iş birliğini sağlamlaştıracağı, besinlerin temini ve hazırlanması aşamaları toplumsal yapının kuvvetlendirilmesinde rol oynar. İşlevselcilik aynı zamanda insanları neyi neden yedikleriyle ya da neden yemedikleriyle de ilgilenir (Özgören Kınlı, 2020, s. 423).

2.2.3. Yapısalcılık Kuramı

Yapısalcılık, işlevselciliğin ve Marksizmin bütüncül varsayımlarının büyük çoğunluğunu paylaşan yeni bir toplum teorisi olarak 1950'lerden sonra ortaya çıkmıştır. İşlevselcilikten ve pozitivist Marksizm'den farklı olarak gerçeklerin, toplumsal olgular ve şeyler gibi ele alınamayacağını, öğeler arasındaki ilişkilere

bakmak gerektiğini ve ayrıca kuramsal olarak da yeniden inşa edilmeleri gerektiğini savunur (Swingewood, 1998, s. 347; Akarçay, 2016, s. 49). Yapısal yaklaşımın ana güdüsü toplumsal kurumların birbirine kenetlenen doğasını incelemek olsa da araştırmacılar çoğunlukla altta yatan nedenleri de bulmaya yönelmişlerdir (Goody, 2013, s. 30). Bu yaklaşımın temel bakış açısı yapıların toplumsal dünyayı anlamak için en önemli araçlar olmasıdır ve öncelikli ilgisi dilbilimsel yapılar üzerinedir (Akarçay, s. 49).

Yemek ve beslenme konusunda çalışmalar yapan en önemli teorisyenlerden biri Claude Levi-Stauss olmuştur. O'na göre dili olmayan bir toplumun var olmasının mümkün olmadığı gibi, yemek yapmayan bir toplumun varlığından söz etmek de mümkün olamaz ki bu da yiyecekleri evrensel bir insan etkinliği haline getirmektedir (Kılıç, 2020, s. 19,20; Goody, 2013, s. 34).

Levi-Strauss çiğ, çürümüş ve pişmiş olarak ifade edilen bir besin üçgeni oluşturmuştur.

“Bu modelin yapısının temelinde ayırt edici özelliklerin çift zıtlığı vardır. Bu karşıtlık ilk olarak, yiyeceğin işlenmiş ve işlenmemiş olmasında ve kültür ve doğa arasında görülür. Pişmiş yemek çiğ yemeğin kültürel olarak dönüştürülmüş (ya da işlenmiş) halidir, diğer yandan çürük (ya da bozuk olan) her ikisinin de (çiğ ve pişmiş) doğal bir şekilde dönüşmüş hali olarak karşımıza çıkar” (Goody, 2013, s. 35).

Levi-Strauss hayvanların yemek konusunda içgüdüsel davrandıklarını ve en kolay ulaşabileceklerine yöneldiklerini, ancak insanların içgüdüleriyle değil hangi durumlarda neyin yenilebilir ya da neyin yenilemez olduğuna karar veren toplumsal alışkanlıkları olduğunu ifade eder. Yemeğin yendiği durumları belirleyen olaylar toplumsal olduğuna göre yemek türleri arasındaki ilişkiyle toplumsal olaylar arasındaki ilişkiyi birbirine benzer kılan bir yapı söz konusudur. O'na göre toplumların politik yapıları da bununla ilişkilidir. Etin haşlanarak tüketilmesi görece daha demokratik toplumların özelliğidir. Kaynatma ile et ve suyunun neredeyse tamamı korunabilir ve tüketilebilirken ateşle kızartmada ise tüketim fazlasının atılması gerekir. Sonuç olarak haşlama yöntemi tutumluluk, kızartma savurganlığı yani ilki halkın ikincisi aristokrasinin tarzını yansıtır (Kızılcıkelik, 1994, s. 246; Beşirli, 2017, s. 42).

Kişisel beğeni ve zevklerin oluşumunda kültürel, sınıfsal ve toplumsal alt yapının önemli olduğu yapısalci yaklaşıma göre lezzet kültürel olarak belirlenmiş ve toplumsal olarak kontrol edilmektedir. İşlevselciler yemeğin kendisiyle ilgilenirken yapısalcılar daha çok mutfak ve mutfağın yapılarıyla ilgilenir. Yapısalci yaklaşım besinlerin ve besinleri tüketme biçimlerinin estetik kısımlarıyla daha çok ilgilidir ve farklı kültürlerin kendine özgü yemek sistemlerini inceler (Özgören Kınlı, 2020, s. 423).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ

Her ülkenin ve toplumun “sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına, tarihsel kimliğine, beslenme alışkanlıklarına, damak zevkine, tarımsal üretim ve yapısına göre şekillenmiş bir mutfağı vardır. Türk kültür hayatının önemli bir unsuru olan Türk mutfağı; aynı zamanda dünyanın en ünlü birkaç mutfağından biridir” (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008, s. 1289).

Bir toplumun yemek kültürü yaşanan coğrafya ve beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak zamanla kültürel bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının halk kültürü bilgi merkezi altındaki tanımıyla Türk mutfağı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.),

“Beslenme biçimleri, içinde bulunan kültürel- coğrafi- ekolojik- ekonomik yapıya ve tarihsel sürece göre şekillenmektedir. Türk mutfağı denildiğinde Türkiye’de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecekler- içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır. Türk mutfağındaki çeşit zenginliği birçok etkene bağlıdır”.

Talas’a göre (2005, s. 275), Türkler’ in tarih sahnesine çıkmasından itibaren yemek ve beslenme onlar için sosyal hayatın vazgeçilmez, önemli bir parçası haline gelmiştir. Hatta öyle önemlidir ki Türk yöneticileri, “öncelikle milletini aç ve çıplak bırakmamayı ana ilke edinerek ülke yönetimini üstlenebilmişlerdir”.

Türk yemek kültürü Orta Asya’dan beri konar-göçer beslenme alışkanlıklarıyla şekillenmeye başlamış ve tarih boyunca karşılaştıkları medeniyetler, değişen yaşam şekilleri, coğrafi etkenlerle zenginleşmiş ve buna bağlı olarak olgunlaşmıştır. “Orta Asya göçebe insanının et ve mayalanmış süt ürünlerini kullanmaları, Mezopotamya’nın tahılları, Akdeniz çevresinin sebze ve meyveleri, Güney Asya’nın baharatı ile birlikte kullanılarak zengin bir Türk yemek kültürünün oluşmasında etkili olmuştur” (Baysal, 1993; Akt. Güler, 2010, s. 25).

3.1. Türk Yemek Kültürünün Tarihsel Gelişimi

Türk yemek ve mutfak kültürü Türklerin var olduğu ve yaşadığı coğrafyalardan doğal olarak etkilenmiştir. Dünyanın en önemli mutfakları arasında kendine yer bulan Türk mutfak kültürü birçok aşamadan geçmiş, tarihi boyunca pek çok medeniyetten etkilenmiştir. Türk mutfak kültürü Orta Asya kültüründen doğmuş ve daha sonra Mezopotamya, Orta Doğu, Afrika ve Avrupa mutfaklarından etkilenmiştir (Küçükkömürler & Kaya, 2020, s. 401).

Türk yemek kültürü, Türklerin tarih sahnesine çıktığı Orta Asya'dan M.Ö 200'lü yıllardan 21.yy'a kadar uzanıp, Asya ve Anadolu topraklarının zengin ürün çeşitliliği, kültürel zenginliği ve tarihsel süreç içerisinde diğer kültürlerle olan etkileşimiyle harmanlanıp zaman içinde değişerek günümüze kadar ulaşmıştır (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014, s. 193). Halıcı'ya (2015, s. 17) göre "Türk mutfağının en önemli özelliği, yemek sanatının her dalında birbirine eş değerde zenginlik ve nefasette örnekler vermiş olmasıdır. Türk mutfağının eksiksiz bir bütünlüğe sahip olduğu rahatlıkla söylenebilir".

Türk yemek kültürünün gelişimini ve değişimini sınıflandırmak gerekirse, "göçer yaşam şekline sahip olan Türkler'in yemek kültürüne yön veren Orta Asya dönemi, yerleşik hayata geçişin gerçekleştirildiği Selçuklu dönemi, yemek kültüründe ihtisaslaşmanın başladığı Osmanlı dönemi ve küreselleşen dünyanın çok yönlü ve zengin yapısı ile gelişen Cumhuriyet dönemi şeklinde sınıflandırılabilir" (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 243-244).

3.1.1. Eski Türklerde Yemek Kültürü

3.1.1.1. Orta Asya Dönemi

"Türkler, Cilalı Taş Çağında Orta Asya'ya yerleştikten sonra, Ural Dağları ile Altay Dağları arasındaki stepleri anayurt olarak seçmişlerdir. Atlı göçebe kültürü burada doğmuş ve gelişmiştir" (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008, s. 1292). Orta Asya, geniş tanımıyla, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan, Tacikistan, Afganistan, Doğu Türkistan, Tibet ve Moğolistan'ı kapsayan, sert kara iklimine sahip bir bölgedir. Bozkır, dağ ve çöllerden oluşmasından dolayı tarıma uygun alanı azdır. Atlı göçebe yaşam biçimleriyle bilinen Orta Asya Türkleri tarıma uygun olan yerlere yerleşerek bozkırın zor hayat şartlarıyla mücadele etmişlerdir (Işın, 2020, s. 88).

8 milyon kilometre kareden daha büyük bir alana sahip olan Orta Asya'nın geniş bir kısmı bozkır ve çöl kuşağında olmasından kaynaklı tabiat ve iklim özellikleri bölgenin sadece tarımsal faaliyetlerini etkilememiş aynı zamanda ekonomik olarak da belirleyici rol oynamıştır. Tarımsal olarak üretimi kısıtlayan bozkır kuşağı hayvancılık için ise uygun koşulları sağlamıştır. Orta Asya'da oluşan göçebe kültürü hayvan yetiştirme konusunda uzmanlaşmış, çevredeki imkanlardan en verimli şekilde yararlanan bir yapı oluşturmuştur. Çin kaynaklarına göre Orta Asya Türkleri suyun ve otun peşinden gitmekteydi ve su kaynaklarını kullandıkları için çiftçilerden hiç hoşlanmazlar fakat buna rağmen onlarla bir savaş içine girmez, ihtiyaç duydukları pek çok zirai ürünü onlardan temin ederlerdi (Alpargu, 2015, s. 17).

Türklerin ana vatanı olarak kabul edilen Orta Asya'da yaşadıkları döneme ait beslenmeleriyle ve pişirme teknikleriyle ilgili yazılı kaynaklar sınırlı olmakla birlikte Orhon yazıtlarında önce avladıkları hayvanlar ve topladıkları bitkilerle yaşamlarını sürdürdükleri, zamanla bazı hayvan ve bitkileri yetiştirmiş oldukları anlaşılmaktadır. Orhon Yazıtlarında “geyik ve tavşan adları, tok, aç, azık, aş sözcükleri yer almıştır”. (Baysal, 2018, s. 123). Aynı şekilde Halıcı'ya (2015, s. 17,18) göre, Orta Asya'da göçebe tarzı bir hayat yaşayan Türklerin yemek kültürleri hakkında bilgiler sınırlı ve tahminlere dayalı olmakla birlikte göçebe yaşamına uygun olarak koyun eti, at eti, buğday ve mamullerinden yapılan hamur işleri, süt ve süt mamulleri kullandıkları öne sürülmektedir. İslam öncesi ilk yazılı kaynaklardan biri olma özelliğini taşıyan Orhun yazıtlarında Türk mutfak kültürüyle ilgili ilk bilgilere rastlanmaktadır. Bu yazıtlarda yukarıda belirttiğimiz sözcükler dışında yemeğin toplumsal işlevlerine örnek olabilecek “Bilge Kağan'ın ölen kardeşinin yas töreni için konuklar davet edildiği ve ölü yemeği verildiği belirtilir” (Halıcı, s. 18).

Orta Asya Türkleri yaşadıkları coğrafyanın ve iklimin de gereği olarak daha çok hayvancılıkla uğraşmışlar ve bu doğrultuda besin kaynaklarının başında koyun ve at eti ile süt ve yoğurt, peynir gibi süt ürünleri gelmektedir. Avcı bir toplum olduklarından av hayvanları da beslenmelerinde önemli bir yer tutmaktadır. Orta Asya Türklerinin ilk besinlerinden birisi de darıdan elde edilen bozadır. Türklerin ilk içkisi kısrak sütünden hazırladıkları kımız olsa da üzümden elde ettikleri sirke, pekmez ve şarap da tüketmişlerdir (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 248; Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 401; Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014, s. 194; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008, s. 1292; Güler, 2010, s. 25; Baysal, 2018, s. 123).

Coğrafi şartları daha çok hayvancılığa izin verse de Orta Asya Türkleri tarıma elverişli yerlerde en çok önceleri darı, arpa ve ilerleyen tarihlerde buğday gibi tahıllar ve bunun yanında meyve ve sebze de yetiştirmişlerdir (Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 402). Orta Asya'nın meyvecilik tarihinde de önemli yeri vardır, kayısı ve elma bu topraklarda aşılınıp yemek kültürüne dahil edilmiştir (Işın, 2020, s. 91).

Beşirli'ye göre (2017, s. 238-240), konar-göçer Türk toplumunda yemeklerde, ziyafetlerde kişilerin oturma yerleri toplumsal hiyerarşiye göre elde ettikleri konumları ifade etmesi açısından önem taşır. Hakan'ı merkez alacak şekilde oturma düzenini ayarlamak ve katılımcıların oturuş sıralamaları katı kurallarla belirlenmiştir. Buna göre, misafirler toplumsal konumlarına göre, hiyerarşinin bir göstergesi olarak yöneticinin sağına veya soluna oturulması protokol kurallarıyla belirlenmiştir ve bu konumlar yöneticinin sağına ya da soluna oturduğu kişilere verdiği değerin bir göstergesi olarak okunmaktadır. Ziyafetlerde verilen yemeklerin çeşidi, kullanılan sofraya araç gereçleri, davetli sayısı Hakan'ın zenginliğinin ve gücünün bir göstergesi iken otoritesinin inşası sürecinde de önemli bir yer tutmaktadır.

Türkler ziyafet sözcüğü için “yegü içkü” ifadesini kullanmaktaydılar. 11. yüzyıl Türk kaynaklarından biri olan Kutadgu Bilig'de Türklerin sofraya düzenine uydukları, temizliğe önem verdikleri belirtilmiştir. Göktürklerde elçi kabulleri sırasında akşam vakti aydınlatmanın mümkün olmaması sebebiyle gündüz yapılan ziyafetler büyük önem taşımaktadır. Bu ziyafetler neşe içinde yapılan siyasi görüşmelerle birlikte akşama kadar sürmekte ve belli bir hiyerarşi ve usulde olması beklenmektedir. “Göktürk adetlerine göre, elçi sofrada susacağı yerde, durmadan, yüksek sesle ukalalık yapmış, bu durumda da hiç hoş karşılanmamıştır” (Alpargu, 2015, s. 23).

Orta Asya Türkleri'nin tarihsel süreç içerisinde sofraya adabı konusunda da bir anlayış geliştirdikleri görülmektedir. Alpargu'ya (2015, s. 24) göre, “Türk kültüründe sofrada oturma ve yemek yeme göreneklerinden söz edilirken; “başkasının önündeki lokmalara dokunma”, “kendi önünde ne varsa onu ye”, bıçak çıkarma sofrada, kemik sıyırma”, “açgözlü olma, süklüm püklüm oturma” diye öğüt verilmekteydi”. Türkler sofralarında eti bellerinde taşıdıkları bir bıçak yardımıyla keserek yerlerdi. Ancak bu yaptıkları hakanın sofrasında bir görgüsüzlük olarak kabul edildiğinden hakanın sofrasında bu sistem geçerli değildi.

Türkler uluslararası ticaret yollarına ulaşabildikleri bölgelerde tacirler aracılığıyla farklı bölgelerin ürünlerini tanıma ve kendi ürünlerini de diğer bölgelere tanıtmaya fırsatı bulmuşlardır. Türkler Orta Asya’da oluşturdukları ve kendilerinden sonra gelen nesillere aktardıkları yemek kültürlerinden mantı, yoğurt, ayran, kımız, gibi birçok ürünü günümüze miras bıraktıkları ve sadece Türk kültürüne değil, dünya yemek kültürüne de katkıda buldukları görülmektedir (Alpargu, 2015, s. 24).

3.1.1.2. Selçuklu Dönemi

Türkler Orta Asya’dan başlayan göç süreci boyunca geçtikleri coğrafyalardan ve sonunda yerleşik hayata geçtikleri Anadolu’dan yemek kültürü bağlamında da etkilenmişlerdir. Anadolu’nun coğrafi konumunun getirdiği yararlar Selçuklu mutfağının zenginleşmesine de fayda sağlamıştır. Türkiye Selçuklu mutfağının kökleri Selçukluların Anadolu’ya geldikleri 11. yüzyılın sonlarına kadar dayanmaktadır. Selçuklu mutfağı genel anlamıyla göçebe geleneğinin doğal bir sonucu olarak et ve süt ürünleri ve yerleşik hayata geçilmesiyle aynı zamanda temel geçim kaynaklarından biri olan zirai ürünlerden oluşmaktadır. Yenilen yemeklerin çeşitlilikleri yiyenlerin sosyal statülerine bağlı olarak değişmekte, saray çevresinin ve önde gelen devlet adamlarının mutfakları daha gösterişliken, halktan, sıradan insanların mutfakları gösterişten uzak, mütevazı mutfaklardır (Şahin, 2015, s. 39).

“Temelleri Türk Oğuz Kumandanı Selçuk Bey tarafından atılan Büyük Selçuklu Devleti (1040-1557), en güçlü döneminde Orta Asya, Afganistan, İran, Anadolu, Irak, Suriye ve Arabistan topraklarını kapsıyordu” ve kapsadığı tüm bu coğrafya yemek kültürünü etkilemekteydi. Orta Asya, İran, Arap ve Bizans mutfaklarının etkileri Selçuklu mutfağında görülmektedir. Bizans mutfağının etkileri görülmekle birlikte iki mutfağı birbirinden ayıran kesin çizgiler vardır. Bizans mutfağında domuz etine yer verilirken Selçuklu mutfağında yenmemesi, Bizans mutfağında balık olmayan ahtapot, midye gibi deniz ürünleri yenirken Selçuklu mutfağında balık dışında deniz ürününün tercih edilmemesi örnek olarak verilebilir (Işın, 2020, s. 194-195).

Selçukluların Anadolu’ya gelmesiyle birlikte mutfak kültürüyle ilgili yazılı kaynaklarda bilgiler bulunmaya başlanmıştır. Baysal’a göre (2018, s. 124), en önemli kaynak Kaşgarlı Mahmud’a ait “Divan-ı Lugit-it Türk” adlı eserdir. 1072 yılında yazılan ve aynı zamanda Türklerin ilk bilim tarihi kitabı olarak nitelendirilen bu eserde Türk boylarının yaşam biçimlerine ayrıntılarıyla yer verilirken, Türkler’in temel besinleri, yemek pişirme yöntemleri ve bazı yemek tariflerine de yer verilmiştir. Aynı

tarikhlerde yazılan Yusuf Has Hacip'in "Kutadgu Bilig" adlı eserinde yemekle ilgili tören, şölen ve sofrada düzeniyle ilgili bilgiler verilmiştir. 13. Yüzyılda yaşayan Mevlana'ya ait eserler ve 14. Yüzyıl sonlarında yazılı hale getirilen "Dede Korkut Hikayeleri" Selçuklu dönemi mutfağı ve mutfak kültürü hakkında önemli bilgiler verir. Bu kaynaklara göre Orta Asya'dan getirilen mutfak kültürü Anadolu'da yerleşik insanların kültürüyle birleşerek bir kültürel bütünleşme başlamıştır.

Çetin'e (2015, s. 32) göre, Davete katılma adabından, sofrada oturma ve hatta sağlıklı beslenme ile ilgili tavsiyelere kadar geniş bir yeme içme kültürünü yansıtan Kutadgu Bilig'den öğrendiklerimiz o dönemde de yemek yemenin sadece beslenme amaçlı olmadığı, sembolik anlamları da bulunan bazı usul ve kurallara kavuştuğudur. Aynı şekilde Selçukname'de belirtilen Oğuz beylerinin sofrada oturma adabı gibi bilgiler yemek yemenin doymak dışında toplumsal bağlam ve anlamlarını ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

En çok et, tahıl, süt ürünleri, baklagiller, sebze ve meyvenin önemli yer tuttuğu Anadolu Selçuklu mutfağında, mutfağın ve ocağın kutsallığının son derece önemli olduğu sade ve gösterişsiz bir mutfak anlayışı hakimdir (Işın, 2020, s. 194; Sezgin ve Karaman, 2020, s. 250).

Selçuklu tarıma ve meyveciliğe de önem vermiş, çiftçilere tohumluk buğday vererek onları vergiden muaf tutarak üretime verdikleri önemi de ortaya koymuşlardır (Işın, 2020, s. 196). Selçuklu döneminde en çok yetiştirilen tahıl buğdaydır ve buğdaydan yapılan ekmek beslenmede önemli bir yer tutar (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 250). Selçuklularda genellikle tüketilen ekmek tandır ekmeği olmakla birlikte fırında pişirilen somun, sıcak küle gömülerek pişirilen gömeç, sacda pişirilen bazlama ve yufka, çörek, peksimet gibi ekmek çeşitleri de vardır. Ekmek çeşitlerinde de farklı mutfakların etkilerini görmek mümkündür. Somun ve peksimet Bizans etkisini gösteriyorken, bazlama, gömeç ve çörek Orta Asya kökenlidir. Beyaz undan yapılan "kirde" denilen bir tür ince pide çeşidini zenginler tercih ederken, fakirler ve Sufiler genellikle kepek ekmeği, arpa ve çavdar ekmeği yiyorlardı. Ayrıca çocuklar için farklı hayvan şekillerinde çörekler yapılıyor ve ekmekten daha pahalı fiyatlara satılıyordu (Işın, 2020, s. 202). Bu kadar çok çeşitliliğin olması ekmeğe verilen önemin bir göstergesidir. Ekmek elbette eski medeniyetlerden başlayarak pek çok toplum için kutsaldır. Mevlana tarafından ekmeğin önemini şu şekilde ifade edilmiştir: "Ekmek sofrada durduğu müddetçe cansızdır. Fakat insan vücudunda neşeli ruh kesilir.

Sofranın ortasında duran o ekmeğin can olması imkansızdır. Fakat can, sel sebil suyu ile o olmayacak şeyi yapar, ekmeği ruh haline getirir” (Mevlana 1990, cilt 1, 1474-1475. beyitler; Akt. Işın, 2020, s. 203). Selçuklu dönemi Türk mutfağına ait bilgiler Mevlana'nın eserlerinde de yer almaktadır. Mevlevilikte mutfak kutsal ocak olarak kabul edilir. Mutfakta aşçı başı dışında yiyecek alışverişinden sorumlu, yiyecek ve içeceklerin servisini yapan, temizlik işleriyle uğraşan çalışanlarda bulunmaktaydı. Mevlana'nın aşçısı Ateş-baz-ı Veli için 1285 de türbe yaptırması yemeğe, mutfağına ve yemeği pişirene verilen önemin adeta bir göstergesi niteliğindedir (Baysal, 2018, s. 125). Halıcı'ya (2015, s. 19) göre muhtemelen Türkiye'de ve dünyada 13. yüzyılda ismine türbe yapılan ilk aşçı Ateş-baz-ı Veli olmuştur. Halk arasında türbesini ziyaret etmenin ve oradan alınan bir tutam tuzun kişilerin mutfaklarına bereket getireceğine, o tuzla yapılan yemeklerin güzel ve şifalı olacağına inanılması yaygındır.

Selçuklu döneminde Türklerin ilk içkisi olarak bilinen kırmızı tüketilmekle birlikte, ayran, şerbet, bir çeşit sirkeli ballı şerbet olan “sirkengübin”, bir boza türü olan “bekni”, boza benzeri bira olarak tanımlanabilecek “fukka”, şarap ve rakı da dönemin içecekleri arasındadır (Işın, 2020, s. 206; Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 405; Sezgin ve Karaman, 2020, s. 250).

Selçukluların hayatında ziyafetler ve davetler çok önemli bir yer tutardı ve misafirperverlik son derece önemliydi. Sadece hükümdarlar ve yöneticiler değil, ahi denilen esnaf topluluğunun üyeleri de ziyafetler düzenlerdi (Işın, 2020, s. 208). Selçuklu mutfağına ait bilgilere Selçuknamelerde de rastlanmaktadır. “Selçuklu Hükümdarı 1. Alladdin Keykubat döneminde Konya'da 1227-1237 yıllarında düzenlenen şöenlerde çini ve altın sahanlar içinde çeşitli pilavlar, kalyeler, boranılar, yahniler, av havranları ve koyun etinden yapılan kebabların sunulduğu Selçuknamelerde görülmektedir” (Baysal, 2018, s. 125). Sultanların ve zenginlerin düğünlerinde mutluluk ve bereketin gelmesi dileğiyle şeker ikram edilirdi. Bayramlarda sunulan safranlı zerde pilav Osmanlı döneminde de düğün gibi yemeklerin vazgeçilmeziydi. Sarı rengin neşeyi temsil etmesinden ötürü elbise ve yiyeceklerin safranla sarıya boyanması geleneği çok eskilere dayanır (Işın, 2020, s. 208).

Beşirli'ye göre (2017, s. 249) sosyalleşme sürecinde bireylerin toplumsal ve kültürel değerleri aktarabilmesi için törenler öğretici bir rol üstlenmesi bakımından önemlidir. Törenlerde statüler ve bu statülere bağlı olarak üstlenilen roller toplumsal

konumun bir yansımasıdır. Savaştan sonra kazanılan zaferin kutlanması için insanların bir araya gelmesinin açık amacı zaferin kutlanması iken ilk kadehi hükümdarın kaldırması, yemekte ilk lokmayı yine hükümdarın alması ve sonra o lokmadan birine ikram etmesi, hem hükümdarın hem de lokmayı ikram ettiği kişinin siyasal konumunu ortaya koymaktaydı. Bu sebeple hükümdar sofraları ve hükümdarla yemek yiyebilmek önemli bir ayrıcalık olarak görülmüştür.

Özel günlerde yapılan ziyafetler dışında 13. Yüzyıldan sonra özellikle Ahilik teşkilatının da etkisiyle yaygınlaşan Sufi yaşam tarzı yemeğe de yansımış, sade, mütevazı sofralara önem verilmiştir. “14. Yüzyılda Anadolu’ya geçmiş olan İbn Batuta, Türklerin yemek kültürlerinde daha çok Sufi örf ve adetlerinin hakim olduğunu söylüyor. *Aşırıya kaçmama, tevazuyu elden bırakmama* anlayışını temel alan bu görüşe göre insanlar *tencerede pişirip kapağında yemeli*’ydi” (Gürsoy, 2014, s. 117). Yemeğe tuzla başlanıp tuzla bitirilmesi gerektiği, ayrı ayrı kaplardan yenmemesi, bir yerde toplanıp beraber aynı kaptan yemek yenmesi, ekmeği ve eti bıçakla kesilmemesi, sadece çok acıkıldığında yemek yenmesi ve sofradan iyice doymadan kalkılması gerektiği gibi gelenekselleşmiş sofranın kuralları da vardır (Gürsoy, 2014, s. 117).

Selçuklu döneminde de yemeğin toplumsal fonksiyonlarından biri yardım amacı olarak yemeğin paylaşılması ve ikramıydı. Beyliklerde yardım için kurulan vakıflar her gün bir kap et yemeği ve ekmeğe başta olmak üzere çorba, ıspanak, şalgam gibi sebze yemekleri, helva, kadayıf gibi tatlıların verildiği, İmaret ve benzeri kurumlarda hocalar, öğrenciler, yolcular ve fakirler için bedava yemekler sunulurken, hapisanelerdeki kimsesiz mahkûmlara ekmeğe verildiği yazılı kaynaklarda da belirtilmektedir (Baysal, 2018, s. 125; Işın, 2020, s. 209).

Selçuklular devri sadece önemli siyasal gelişmelere sahne olmamış aynı zamanda çok derin yapısal dönüşümleri ve sonraki dönemlere uzun vadeli etkileri temsil etmektedir. Selçuklu döneminde şekillenen teşkilat ve kültür kendilerinden sonraki birçok Türk devlerinde de etkilerini göstermiştir. Bu etkiler birçok alanda olduğu gibi yemek kültüründe ve Türk mutfağında da kendini göstermiştir. Osmanlılar dönemi bu kültürün yalınlaştığı, rafine hale geldiği bir devri temsil edecektir (Çetin, 2015, s. 32,37).

3.1.2. Osmanlıda Yemek Kültürü

Osmanlı İmparatorluğu'nun kuruluşu kabul edilen 1299 yılından Cumhuriyet'e kadar geçen yaklaşık 600 yıllık bir zaman dilimini kapsayan bu dönemde, üç kıtaya yayılan Osmanlı İmparatorluğu farklı ırk ve dinlere ait birçok toplumdaki oluşmasına paralel olarak yemek kültürü Orta Asya, İran, Arap, Selçuklu, Bizans ve yerel Anadolu mutfaklarının oluşturduğu temel üzerinde kurulmuş ve Osmanlı'nın gelişmesiyle Türk mutfağı da gelişmiştir (Baysal, 2018, s. 126; Işın, 2020, s. 211; Gürsoy, 2014, s. 117).

Osmanlı döneminde fethedilen topraklarla birlikte yayıldığı geniş coğrafya, farklı ırk ve dinden insanların bir arada yaşamaları ile birlikte mutfak kültürümüz son derece zenginleşmiş ve güçlü, özgün bir kimlik kazanmaya başlamıştır. Fethettikleri topraklara yemek kültürlerini de taşıyan Osmanlılar kurdukları imparatorluk yıkıldıktan sonra bile Avusturyalı bilim insanı Bert Fragner'in ifadesiyle geriye bir "Osmanlı mutfak imparatorluğu" bırakmışlardır (Işın, 2020, s. 211; Sezgin ve Karaman, 2020, s. 251).

Osmanlı topraklarında yan yana yaşayan Müslüman ve Hristiyan halklar ortak bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır. Birçok farklı etkene bağlı farklılıklar olmakla birlikte özellikle şehirlerde herkes hemen hemen kebab, dolma, pilav, börek, baklava gibi aynı yiyecekleri tüketmektedir. Bu nedenden dolayı bir Osmanlı yemeğinin Türk, Kürt, Ermeni vs. kökenli olup olmadığını anlamak genellikle zordur (Işın, 2020, s. 212).

Işın'a göre (2020, 216-217), Osmanlı mutfak kültürünü şekillendiren önemli unsurlardan biri yemeğe katılan manevi anlamdır. Doğum, evlenme, ölüm gibi yaşamın önemli dönemlerinde, bayram, ramazan, paskalya gibi dini günlerde veya Padişahın tahta çıkması gibi resmi günlerde ve tüm özel günlerde yemekler ve içecekler sembolik bir anlam taşıyordu. Işın Osmanlı mutfağının genel özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;

- Malzemelerin doğal tatlarının ortaya çıkarılması
- Az miktarda ve az çeşit baharat kullanılması (en çok karabiber, tarçın, safran, sumak, misk)
- Ekşi lezzetlerin vurgulanması (limon suyu, turunç ekşisi, koruk ekşisi, nardenk/nar ekşisi, sumak, yoğurt vs.)
- Çorba ve sulu yemeklerin çokluğu

- Sebzelere et kadar değer verilmesi
- Yemeklerin kimliğinin ayrı hazırlanan soslar yerine ana malzemelere bağlı olması
- Yeni yiyecek ve içeceklerin mutfakta yer edinebilmesi (kahve, baklava, tel kadayıf, akide şekeri, lokum, döner kebabı, bamya, kavata vs.)
- Aşçılığa verilen önem
- Yemeklerin tıbbi faydalarına önem verilmesi.

Osmanlı döneminde yemek ve sağlık arasında yakın ilişki olduğu düşünüldüğünden yemekler bu doğrultuda hazırlanmıştır. Sultanın sofrası aynı zamanda sembolik bir işlev de gördüğünden kendisinin cömertliğini ve gücünü yansıtan şekilde sofralar kurulmuştur. Aynı zamanda sofralarda kimin nerede oturacağı sofrada adap kurallarınca belirlenmiştir (Demirgöl, 2018, s. 114-115).

Osmanlı mutfağı ve yemek kültürü saray ve halk mutfağı olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Ancak Osmanlı'da gücün sahibi olarak hanedanın yaşadığı saray, yemek kültürünün oluşumunda ve değişiminde önemli roller oynamıştır. Bu sebeple yemek kültüründe Osmanlı saray mutfağının önemi büyüktür (Gürsoy, 2014, s. 117).

Osmanlı'da mutfak saray yaşamının önemli bir parçası olmakla birlikte kuruluş dönemlerinde saray sofralarının Selçuklu döneminin de etkileriyle daha sade olduğu bilinmektedir (Şimşek, 2020, s. 178). 1453 yılında İstanbul'un fethedilmesiyle saray mutfağında değişimler olmaya başlamış ve Türk mutfağı en hızlı gelişimini Fatih döneminde Topkapı Sarayı'na yeni mutfakların yapılmasıyla birlikte göstermiştir (Baysal, 2018, s. 126; Sezgin ve Karaman, 2020, s. 251). İstanbul'un fethinden sonra Boğaz, Haliç ve Marmara Denizi'nin balıkları Osmanlı mutfağında yer bulmaya başlamış, karides ve istiridye gibi deniz canlıları ise Fatih Sultan Mehmet ve İstanbul'un ileri gelenleri tarafından sevilse de Müslümanların çoğu bunlardan uzak durmuştur (Işın, 2020, s. 222). İlk kez bu dönemde Fatih Kanunnamesi ile yemek yeme kuralları uygulanmaya başlanmıştır (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 251).

Işın'a göre (2020, s. 243), II. Murad dönemine kadar Osmanlı padişahlarının yedikleri ve içtikleriyle ilgili bilgiler yok denecek kadar azdır. Ancak, Milan elçisinin, Osmanlı sarayında Sultan II. Murad tarafından kabulünde bulunan bir gezgin olan Brocquiere, ziyafete katılan yüzlerce kişiye pilav ve koyun eti ikram edildiğini, Padişah için ayrı sofrada kurulduğunu ancak kendisinin hiçbir şey yemediğini ve

neredeyse hiçbir zaman yakınları dışında kimsenin önünde yemek yemediğini söyler (Brocquiere, 1848; Akt. Işın, 2020, s. 243). Fatih Sultan Mehmed de babasının bu adetini sürdürmekle kalmamış, bunu kanunnamesine ekleyerek resmi bir kural haline getirmiştir ve kendisinden sonra Sultan Abdülaziz'e kadar bütün padişahların da hayatı boyunca tek başına yemek yemeye mecbur bırakılacağı yeni bir gelenek başlatmıştır (Gürsoy, 2014, s. 120).

Saray mutfağının önemini ve büyüklüğünü anlayabilmek için Gürsoy'un (2014, s. 117-119) verdiği bilgiler önemlidir. Buna göre, 1478'den 1856'ya kadar Osmanlı padişahlarının resmi konutu olarak kullanılan Topkapı Sarayı'nda bulunan mutfaklar başlangıçta dört kubbeli bir yapıyken, sarayda yaşayanların sayısının giderek artmasıyla Kanuni Sultan Süleyman zamanında (1520-1566) altı kubbeli bir bölüm daha eklenerek saray mutfakları genişletilmiştir. 1574 yılında büyük bir yangın geçiren mutfak, Mimar Sinan tarafından onarılırken 10 kubbeden oluşan yeni bir bölüm yapılarak yeniden büyütülmüştür. Bunun sonucunda mutfağın kapladığı alan 5250 metre kareye ulaşmış ve sarayın toplam kapalı alanlarının yüzde yirmi beşini oluşturmuştur. Yine Gürsoy'un (2014, s. 118) verdiği bilgilere göre, "On altıncı yüzyılın son yarısında mutfaklarda 15-20 aşçıbaşı, 60 aşçı ve 200 yardımcı çalıştırılırdı. Aynı yüzyılın sonunda aşçıbaşı, aşçı ve yardımcı sayısı toplamı 1570'i bulmuştur".

On bölümden oluşan saray mutfağında birinci mutfak padişah, ikinci mutfak Valide Sultan ve padişahın çocukları, üçüncü mutfak padişahın eşleri, dördüncü mutfak baş kapıcı, beşinci mutfak Divan-ı Hümayun, altıncı mutfak beyaz hadımlar ve Enderun'da görevli zülüflü ağalar, yedinci mutfak düşük rütbeli saray çalışanları, sekizinci mutfak cariyeler ve kadın hizmetliler, dokuzuncu mutfak Divan'a yardımcı olan Kule erbabı için yemek pişirirdi. Onuncu mutfak ise helvahaneydi ve sarayın tüm helva, tatlı, şekerleme, reçel, şerbet ihtiyacını karşılardı. Helvahanenin bir başka özelliği ise dünya tarihinde ana mutfaktan ayrı bir fiziki bölüme sahip olan şekerli mamuller ve tatlı üretimi yapan ilk mutfak olmasıdır (Gürsoy, 2014, s. 119).

Osmanlı döneminde saray mutfağı kadar zengin ve görkemli sofralara sahip olmasa da Halk mutfağı çeşit bakımından oldukça zengin ve lezzetli yemeklere sahiptir. Osmanlı yemek kültüründe sofrada adabı saray ve halk ayrımı yapmadan uygulanmıştır. Sini üzerinde yemek yeme, sofrada düzeni, el yıkama geleneği ve dua edilmesi ve kaşık, tabak adabı gibi alışkanlıklar hem saray hem de halk tarafından

uygulanmıştır. Belirli bir düzeni ve kuralları olan mutfağın sofralarının da kendi içinde bağlı olduğu bir düzeni vardır. Buna göre, yere serilen temiz bir örtü üzerine yerleştirilen alçak bir sehpa üzerine konan bir sini ve onun üzerine yerleştirilen yemek, sofraya gereçleri, ekmekten oluşan bir sofrada yere oturarak yenen bir düzene sahiptir. Ev sahibinin ekonomik durumuna ve statüsüne göre kullanılan malzemelerin kalitesi ve çeşitliliği değişse de genel olarak aynı sofraya adabı ve kuralları herkes tarafından uygulanmıştır. Sofra altına serilen örtülerin kumaş ve altın sırma işlemleri, tepsinin gümüş olması, kullanılan yemek takımlarının kıymetli malzemelerden üretilmiş olmaları, yemeğin kalitesi ve çeşitliliği hem ev sahibinin hem de konukların statüsünü ortaya koyan bir ölçüttü (Haydaroğlu, 2003, s. 3,4; Sezgin ve Karaman, 2020, s. 251).

14. ve 15. yüzyıllarda Osmanlı sarayında genel olarak Selçuklu ve Beylikler dönemi yemeklerinin devam ettiği görülür. Yerel malzeme kullanımı ve israftan kaçınılan sofralarda sadelik ön plandadır. İstanbul'un fethinden sonra deniz ürünleri, sebze ve meyvelerin sofralarda yer aldığı ve yiyeceklerde çeşitliliğin arttığı söylenebilir (Gürsoy, 2014, s. 121). Bu dönemde Osmanlı kültüründe önemli bir yeri olan meyve yetiştiriciliği de yaygınlaşmış, hatta 1465 yılında Topkapı Sarayı yapılırken Fatih Sultan Mehmet bahçesine "insanların zevk ve mutluluğu için her türlü meyve ağacı" diktirdiği bilinmektedir. Saray bahçesi ve padişaha ait diğer has bahçelerde de ayrıca pek çok dönemin sebzesi yetiştirilmekteydi (Işın, 2020, s. 221).

Sarayın satın alma listelerine göre dönemin gıda maddeleri şu şekilde sıralanabilir:

1. Tahıl ve bakliyat: Bulgur, pirinç, un, mercimek, nişasta, nohut.
2. Sebzeler: Pırasa, lahana, ıspanak, pazı, şalgam, hıyar, soğan, semizotu, hindiba, havuç.
3. Yağlar: Zeytinyağı, kuyruk yağı, sade yağ. (O dönem zeytinyağı sahil kesimleri dışında Anadolu'da yemeklere değil aydınlatma için kullanılıyordu. Yemekler sarayda tereyağı ve sade yağla, köylerde iç yağ, kuyruk yağı ya da ikisinin karışımı kullanılırdı.)
4. Tatlandırıcılar: Misk, safran, zeytin, maydanoz, hardal, sarımsak, kişniş, nane, kimyon, tuz, sakız, sirke, biber, tarçın, karanfil, amber, bal.
5. Et ve süt ürünleri: Yumurta, tavuk, peynir, süt, yoğurt, kaymak, istiridye, karides, paça, tatlı su balığı, kaz, sığır içkembesi, av kuşları, kelle.

6. Meyveler: Armut, üzüm, nar, erik, karpuz, limon, incir, kestane, badem (Gürsoy, 2014, s. 121-122).

Bu kayıtlara bakıldığında Fatih Sultan Mehmed'in çok sık leblebi atıştırdığı ve sarayda en sık pişirilen yemeğin saray hizmetkarlarının yediği lahana çorbası olduğu, sabah namazından sonra herkesin bir miktar bal, kaymak ve peynir yediği ve bazı günlerde çorba içtiği anlaşılmaktadır (Gürsoy, 2014, s. 122). Yine sarayın muhasebe kayıtlarında yanında "hassa" diye belirtilmiş gıdaların padişahın kendisi için satın alınmış olduğu bilinmektedir ve buna göre padişah için içine kuyruk yağı, bakla unu, susam, çörek otu ve rezene tohumu katılan beyaz buğday unundan çeşitli ekmeklerin yapıldığı, Padişahın mantıyı çok sevdiği 1469 yılının haziran ve temmuz ayları boyunca neredeyse her gün sofrasında yer aldığı bu kayıtlar sayesinde bilinmektedir (Işın, 2020, s. 244).

Osmanlı mutfağının gelişmesinde ve çeşitlilik kazanmasında Saray ve zengin Osmanlı konaklarının büyük etkisi olmuştur. Özellikle Fatih Sultan Mehmed zamanında saray mutfakları büyütülmüş, aşçılar padişah ve saraydakilerin beğeneceği yemekleri yapmak ve sarayda verilen ziyafetleri daha ihtişamlı hale getirebilmek için adeta birbirleriyle yarışır duruma gelmişlerdir. Saray'da verilen davet ve ziyafetlerde daha çok et yemekleri ve pilav, sebze yemekleri, tatlılar ve şerbetlerin ikram edildiği bu ziyafetlere katılan yabancı elçi ve gezginler tarafından aktarılmıştır. Osmanlı konaklarında ise Saray'dan çok da geri kalmayacak şekilde yine çeşitli et ve sebze yemekleriyle dolmalar, çeşitli tatlı ve şerbetler ikram edilmiştir (Akın, Özkoçak, & Gültekin, 2015, s. 43; Demirgöl, 2018, s. 115).

O dönemde yazılmış kaynaklara bakıldığında Osmanlı mutfağının Orta Asya, İran ve Arap yemeklerinden etkilendiği görülmektedir. Bu kaynaklardan biri de 15. yüzyılda yazılmış olan II. Murad dönemi saray hekimi Şirvani'nin yemek tarifleridir. Bu tariflere bakıldığında Orta Çağ'a ait İran ve Arap yemeklerinin Osmanlı ağız tadına göre uyarlanıp, yeni şekillere sokulduğu görülür (Işın, 2020, s. 223).

16. ve 17. Yüzyıllara gelindiğinde Osmanlı Devleti sınırlarını genişletmiş ve en geniş sınırlara ulaşmıştır. Bu dönemde zamanla saray aşçılarının deneyiminin artması, fetihlerle yeni yerlerin mutfaklarının eklenmesi pişirilen yemeklerin çeşitlerini çoğaltmış, pişirme yöntemlerini geliştirmiştir. Bu dönemin mutfağı için Anadolu

yöresel mutfağı ile fethedilen yerlerin yerel mutfaklarının bir sentezi yani mutfakta çeşitlenme dönemi denilebilir (Gürsoy, 2014, s. 122).

Işın'a göre (2020, s. 247-248), klasik dönemde olgunlaşan Osmanlı mutfağının zenginliği, çeşitli nedenlere dayanır: "Selçuklular, Abbasiler ve Bizans'tan devralınan miras, imparatorluğun çokkültürlü yapısı, farklı iklimlere ve coğrafi özelliklere sahip topraklarında çok çeşitli bitki türlerinin yetişmesi, geniş ticaret ağı, toplumun üst tabakasının yemek merakı ile yeniliklere açık olmaları, aşçıların uzmanlaşmaları ve yaratıcılıkları".

Bu dönemde iç ve dış ticaretin artmasıyla çok çeşitli gıda maddelerine ulaşılması, gittikçe artan ziyafetler ve konuk ağırlamalar sonucu hep daha değişik ve beğenilecek yemek sunma çabası Osmanlı saray mutfağının kalitesini yükselttiği gibi aynı zamanda üretim kapasitesini de günde 5 bin, bayramlarda ise 10 bin kişiyi doyurma kapasitesine getirmiştir (Gürsoy, 2014, s. 122; Işın, 2020, s. 146).

Yine bu döneme bakıldığında lokantacılığın da Bursa ve İstanbul gibi şehirlerde bir kültürünün olduğu görülmektedir. Kebapçılar, tencere yemekleri satan aşçı dükkanları, bugünkü işkembeciler gibi olan "başçılar", börekçiler, dolmacılar, yahniciler, köfteciler gibi çeşitli yemek dükkanları vardı (Işın, 2020, s. 288). Aşçı dükkanlarında yemekler porsiyonla değil terazide tartılarak kilo ile, şiş kebabı arşın uzunluk ölçüsü ile, dolmalar ise tane hesabıyla satılırdı. 1657 yılında çıkacağı sefer için IV. Mehmed'in huzurunda resmi geçit yapan 53 esnaf loncasının içinde aşçı esnafının 11. Sırada bulunması aşçılık mesleğinin o zaman ne kadar önemli ve saygıdeğer bir meslek olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak 17. yüzyılda aşçı dükkanlarında verilen yemeğin niteliğine ve temizliğine ilişkin düzenlemelerin artması lokantalarda bir bozulmanın da başladığının göstergesidir (Gürsoy, 2014, s. 124). Lokantaların temizliğiyle alakalı kanun maddelerine göre, "yemeklerin iyi ve temiz pişirilmesi, kapların temiz suyla yıkanması, temiz bezle silinmesi, kazanların ve kepeçlerin kalaylı olması gerekiyordu" (Akgündüz, 1990; Akt. Işın, 2020, s. 289).

Osmanlı mutfağı nasıl fethedilen ülke mutfaklarından etkilendiyse bu dönemde Avrupa mutfağının da Osmanlı'dan etkilendiği görülmektedir. Işın'a göre (2020, s. 289), özellikle Osmanlı etkisi en yoğun İtalya, Macaristan, Avusturya ve Polonya mutfaklarında hissedilir. "Macardaki *padlizhan* (patlıcan), *törömez* ("Türk balı" yani koz helvası), *kávė* (kahve), *findzan* (fincan), *pasztormany* (pastırma), *peszmeğ*

(pekmez), *dalma* (dolma) gibi yemek terimleri bu etkiyi yansıtır”. Yine benzer şekilde Osmanlı’dan Polonya’ya direk Türkçe adlarıyla geçen mantı, börek, yoğurt çorbası, kuzu çevirme, baklava, kaymak ve şerbet gibi yiyecekler vardır. İtalya mutfağına geçen yiyecekler ise enginar dolması, üzümlü pilav, sütlaç, çeşitli reçeller ve şerbet olarak sayılabilir. Baklavanın ise Macaristan üzerinden Avusturya mutfağını etkileyerek, elmalı iç ve çekilerek hazırlanan yufkalarla hazırlanan “strudel”in ilhan kaynağı olduğu bilinmektedir.

18. ve 19. yüzyıllara gelindiğinde Osmanlı devleti artık giderek siyasi ve ekonomik gücünü yitirmekte, İmparatorluk gerileme dönemindeyken Osmanlı Saray mutfağı ise zirveye ulaştığı bir dönemdeydi (Gürsoy, 2014, s. 124; Işın, 2020, s. 294). Dönemin en belirgin özelliği batılılaşma hareketiyle birlikte Avrupa mutfağının etkisinin giderek artmasıdır. İngiliz çayı, ikram edilmesi, İtalyan makarnalarının ithal edilmesi ve 19. Yüzyılın ortalarından itibaren zengin sofralarında Avrupa usulü yemeklerin sunulması ve sadece yemeklerde değil sofrada düzeninde değişiklikler olması, eski Osmanlı’da sadece kaşık kullanılırken ve kaşığın Osmanlı yemek kültüründe önemli bir yeri varken çatal, bıçak kullanımının yaygınlaşması, yer sofrasından masaya, minderden sandalyeye geçilmesi batılılaşmanın en belirgin örnekleridir (Işın, 2020, s. 294; Şimşek, 2020, s. 190).

Batı’nın etkisiyle Osmanlı mutfağına yeni giren gıdalar arasında patates, domates, kavata (bir tür yeşil domates), taze biber, yenibahar, çikolata, çay, Brüksel lahanası, brokoli, Frenk maydanozu, Frenk turbu (ufak kırmızı turp), yer elması, sultani bezelye, ananas, greyfurt, mandalina ve kültür çilek sayılabilir. Büyük şehirlerde yeni malzemeler daha çabuk kabul edilirken Anadolu’da bu yeni yiyecekler çok daha yavaş kabul edilmiştir. Örneğin, patatesi önce kabul etmeyen Anadolu halkı 19. yüzyılın ortasında ordunun askerlerine yemek olarak patates vermesiyle halk da buna alışarak patates üretimine başlamıştır (Işın, 2020, s. 302).

Gürsoy’a göre (2014, s. 126), Tanzimatla kadar zengin fakir, şehirli köylü aşağı yukarı hep aynı şeyleri giymiş ve yemiştir. Ancak giysisi fakirinkinden biraz daha işlemeli, yemeği ise biraz daha etliydi. Tanzimatla başlayan batılılaşma akımı sonucunda zenginler ve elitler daha Avrupai görünebilmek için batılı kıyafetlere bürünüp, sofralarında geleneksel yemekleri terk edip daha Avrupai yemekleri tercih etmeye başladılar ve bunun sonucunda geleneksel yemekleri ustalıklı pişiren konak aşçıların çoğu bu yeni yemekleri bilmedikleri için işlerinden oldular. Geleneklerine

bağlı kalmaya devam eden halkla aralarında gittikçe büyüyen bir kültür farkı oluşmaya başladı. Gürsoy bunu Avrupa'nın 11. yüzyılda yaşanan Doğululaşma modasında oluşan uçuruma benzetmiştir.

Türk mutfağı hiç kuşkusuz en parlak günlerini Osmanlı döneminde yaşamıştır. Asırlardır devam eden bir Türk mutfak geleneğine sahip olmasını yayıldığı geniş coğrafya ve sahip olduğu kültürel çeşitlilik ve zenginlikle birleştiren Osmanlı mutfağı zamanının en iyi mutfağı olmasına neden olmuştur. Özellikle Osmanlı Saraylarında bugün bile hiçbir dünya mutfağında olmayan çeşitlilikte ve lezzette yemekler tüketilmiştir (Demirgöl, 2018, s. 121-122).

3.1.3. Cumhuriyet Dönemi Yemek Kültürü

1923'ten günümüze kadar uzanan Cumhuriyet dönemi Türk mutfağı pek çok kaynaktan genellikle İstanbul mutfağı ve Anadolu mutfağı olmak üzere iki bölümde incelenmiştir (Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014). Bunun en önemli sebeplerinden biri Osmanlı döneminde İstanbul'un başkent olması ve dünyanın önemli kentlerinden biri olarak birçok konuda merkez olması, Avrupa ülkeleriyle etkileşimlerin artması ve kültürel yapısının da çok çeşitliliğinden kaynaklı İstanbul mutfağının Halk mutfağından ayrılıkları olmuş, bu sebeplerle de 20. Yüzyılın başlarında mutfak kültürü geleneksel ve modern mutfak olmak üzere ikiye ayrılmıştır (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 252; Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 408; Akdemir, 2020, s. 194; Solmaz ve Altın, 2018, s. 117).

Bu dönemin mutfağı Osmanlı'dan miras kalan zengin mutfak kültürünü devralsa da Osmanlı'nın son dönemlerinde etkisinde kaldığı Batılılaşmayla birlikte özellikle İstanbul'da mutfak kültürü batılı tarzda ve Fransız mutfağının etkisinde kalmıştır. Bu etkileşimlerle Avrupa'ya ait bazı ürünler Osmanlı mutfağına girmiş ve beslenme alışkanlıklarında ve sofrada düzeninde ve adabında değişimlere sebep olmuştur (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 252; Akdemir, 2020, s. 212). Bu değişimler Cumhuriyet döneminde de devam etmiştir. Bu etkileşimlerin sonuçlarından birisi de öğün sayılarında görülmektedir. Cumhuriyet öncesi Osmanlı döneminde sabah ve akşam olmak üzere iki öğün yemek yenirken Cumhuriyet döneminde öğünler, sabah, öğle ve akşam olmak üzere üçe çıkmıştır. Bu değişimin başlıca nedeni batı dünyasıyla uyumlu olma çabasıyla miladi takvime geçiş ve çalışma saatlerinin 09:00-17:00 olarak düzenlenmesidir (Samancı, 2018, s. 96).

Cumhuriyetin ilanıyla Batılılaşmadaki hızlanmanın etkileri yemek kültüründe görülmeye başlanmış, devlet yemek eğitimini bazı okullarında vermeye başlamıştır. O güne kadar usta-çırak ilişkisine dayanan yemek eğitimi ile beraber aşçılık aynı zamanda bağımsız bir dal olarak görülmüş ve eğitimi verilmeye başlanmıştır. Günümüze geldiğimizde ise Turizm Meslek Liselerinde ve çeşitli üniversitelerde aşçı yetiştiren bölümler açılmış, özellikle son yıllarda bu bölümlerin popülerliği hızla artmıştır (Akdemir, 2020, s. 200-201). Yine aynı şekilde batılı, modern sofrada adabı ve alışkanlıkları da okullar ve kız enstitüleri gibi eğitim kurumları aracılığıyla topluma aktarılmış, yaygınlaşması sağlanmıştır (Samancı, 2018, s. 87).

Kanık'a göre (2019, s. 24-25), Osmanlı'nın yıkılmasıyla kurulan yeni Cumhuriyet kendisini modern olarak niteler. Batıdan sadece hukuk, eğitim ve yönetim biçimlerini değil tüketim alışkanlıklarını da alır. Batı ile olan bu karşılıklı etkileşimler sonucu alafranga yaşam tarzı merkezi bir konuma gelir. Bu etkileşimlerin ardından gelen modernleşme ise yaşam tarzından daha çok akıl, bilim, sekülerleşme ile bağlantı kurarak sosyal yaşamı değiştirir. Cumhuriyetle birlikte hukuk karşısında eşit haklara sahip olan kadın ve erkek devletin verdiği batılı tarzda modern bir eğitim alarak kimliklerini inşa edeceklerdir. Bu arada Osmanlı'da alafranga yaşam tarzı züppelikle eleştirilirken Cumhuriyetle birlikte modern olana bir atıf olarak daha olumlu bir anlama evrilmiştir. Bu ayrım yemek kitaplarında da görülmeye başlanmış, içlerine alafranga bölümlerinin olduğu ilaveler yapılmıştır. Sınıfsal farklılaşmanın da oluşmaya ve netleşmeye başladığı bu dönemde yemek hazırlamak, tüketmek, yemeklerin içerikleri ve pişirme teknikleri sosyoekonomik göstergelerle sınıfsal bir ayrıma dönüşmüştür. Yemek kitaplarının da bunda rolü vardır. "Yemek kitapları üst sınıfın tükettiklerinin, alt sınıfın tüketebilir hale gelmesinde oynadığı rolle, sınıfsal ayrımın varlığının işaretidir" (Kanık, 2019, s. 25).

Lokantaların mutfak kültürünü yaymak konusunda etkileri olduğundan Cumhuriyet döneminde lokantacılığın seyrine bakmak önemlidir. 19. yüzyılın ikinci yarısında İstanbul'da açılmaya başlayan batılı tarzdaki restoranların Cumhuriyetle birlikte sayısı artmış ve buna paralel olarak da dışarıda yemek yeme kültürü gelişmiştir. Özellikle yabancıların, Levanten ve gayrimüslim halkın çoğunlukla yaşadığı İstanbul'un yeniliklere açık ve onları ilk deneyimleyen Pera ve Galata bölgesinde Fransız tarzı restoranların ve otel restoranlarının açılması dışarıda yemek yeme kültürünü İstanbul'un çoğunlukla zengin olan kesimlerine tanıtmıştır. 1917

Bolşevik devrimiyle birlikte İstanbul'a sığınan binlerce Rus göçmenin de mutfak kültürüne etkileri olmuştur. Beyoğlu'nda açtıkları ve işlettikleri lokantalarla birlikte Türk yemek kültürü Rus mutfağıyla ve Rusların içki kültürüyle tanışmıştır. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte sadece İstanbul'da bu tarz restoranların sayısı artmakla kalmamış, aynı zamanda Ankara'da da daha sonra adı Şehir Lokantası olarak değişecek Rus göçmen Karpiç'in açtığı Karpiç Şölen isimli lokanta Ankara'nın ilk modern lokantası olarak şehrin ileri gelenlerine, bürokratlara ve meclis üyelerine batılı tarzda modern bir mutfak tarzını, kültürünü sunmuştur ve bununla kalmayarak lokanta personelinin yetiştirilmesi için adeta bir okul görevi görmüştür. İstanbul ve Ankara dışında da Anadolu'nun çeşitli şehirlerinde Cumhuriyet ile modern restoranlar açılmaya başlamıştır. Bunlar sadece batılı tarzda ürünler, yemekler sunan lokantalar değil, aynı zamanda geleneksel yemekler sunan modern lokantalardır (Samancı, 2018, s. 97-98). Batılılaşma eğlence anlayışında da kendini göstermiş, balolar, çeşitli sebeplerle düzenlenen danslar ve çaylarla artık yemek aceleye getirilmesi gerekmeyen önemli bir iletişim aracı olmuştur (Orkun, 2009, s. 90).

1940'larda Anadolu'da başlayan kırsal göç akımıyla birlikte İstanbul'da gayrimüslim halk nüfusunun hızla azalması, 1950'lerle Anadolu'dan göç eden yerli halkın yemek kültürünün yaygınlaşmasıyla İstanbul mutfağı Anadolu'nun farklı bölge mutfaklarının yemekleriyle, özellikle de Güneydoğu Anadolu mutfağına ait içli köfte, lahmacun ve acılı kebabla tanışmıştır. Zamanla da Anadolu'nun farklı yöresel mutfaklarına ait lokantalar açılmaya başlamıştır. 1980'lerden itibaren ise, dışa açılma politikalarının bir yansıması olarak küreselleşmenin etkileriyle McDonalds, Pizza Hut gibi küresel fast food zincirlerinin şubeleri ilk olarak İstanbul ve daha sonra Türkiye'nin birçok şehrinde açılmaya başlamıştır. Diğer taraftan büyük şehirlerde ilk Japon, Çin, İtalyan ve uluslararası restoranlarının örnekleri açılmaya başlanmıştır. 1990'larla birlikte küreselleşmeye bir tepki olarak doğan yerelleşme harekiyle birlikte yerel mutfağın değeri ön plana çıkarılmaya çalışılmış, Osmanlı mutfağını tekrar gün ışığına çıkarmak ve yiyecek içecek sektörüne pazarlamak ve yerel Anadolu mutfaklarını keşfetmek son yirmi yılda Türk mutfak kültürü içinde yaşanan değişimler arasındadır (Samancı, 2018, s. 98). Solmaz ve Altınar (2018, s. 122), Osmanlı mutfağının ve yerel, yöresel yemeklerin tekrar ön plana çıkarılmasını, fastfood ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarının hızla artmasıyla artık Dünya'nın sağlıklı, besleyici, probiyotik ve fonksiyonel gıdalara yönelmesine ve buna bağlı olarak

geleneksel yemeklerimizin değerinin anlaşılmasına ve beslenme alışkanlıklarında geçmişe bir dönüş yaşanmasına bağlar.

Samancı'ya göre (2018, s. 100-101), geçmişten günümüze, Orta Asya'dan Osmanlı'nın yayıldığı geniş coğrafya ve özgün ve çok çeşitli kültürel birikimiyle zenginleşen Türk mutfak kültüründe ve özellikle Anadolu mutfak kültüründe ortaya çıkan bölgesel farklılıklar halen kendisini korumaktadır. Genellikle pişirme teknikleri ve yemek çeşitli benzer olsa da her bölgenin kendine has bir tat farklılığı ve yemek çeşitliliği vardır. Doğu Anadolu bölgesinde iklim şartlarının sert oluşundan kaynaklı daha çok koyun eti, süt ve süt ürünleri, buğday ve baklagiller temel besin maddeleri olarak mutfak anlayışları gelişmiştir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde daha çok bulgurla yapılan içli köfte gibi yemeklerle, acılı kebab tarzı yemekler, baklava gibi şerbetli tatlılar tercih edilirken en sevilen tatlar acı, ekşi, nar ekşisi ve şekerli tatlardır. İç Anadolu bölgesi mutfağı ise step bölgesi olması ve Anadolu'nun buğday deposu olmasından kaynaklı asıl olarak tahıla dayılı bir mutfak olmakla birlikte baklagiller ve yenilebilir otların da tüketildiğı bir mutfaktır. Başta kuru kayısı olmakla birlikte kuru meyveler, pekmez, susam ve haşhaş ezmesi bu mutfağı zenginleştiren ürünlerdir. Karadeniz bölgesine geldiğimizde ise mısır, karalahana ve hamsi bölgeye has yemeklerin temelini oluşturmaktadır. Ege Bölgesi'nde meyve sebze ve ot ağırlıklı beslenirken, daha az et ve sahil kısımlarında daha çok balık tüketildiğı, yine bu bölgede zeytin yağının yaygın kullanıldığı Akdeniz tipi yemek alışkanlığı hakimdir.

1960'lı yıllarla birlikte Anadolu'ya daha önce kasabalarda genellikle bulunmayan lokantaların açılması, elektrikli fırınlar ve buzdolaplarının yaygınlaşmaya başlaması, kent kültürünün etkileri Anadolu'da değişimlere sebep olmuş, böylece sadece yemek alışkanlıklarında değil pişirme tekniklerinde de değişimler yaşanmıştır. Ancak yine de tüm bu değişmelere ve gelişmelere rağmen Samancı'ya göre (2018, s. 101) şehir ve köy arasındaki yemek alışkanlıklarındaki farklar, önemli bir sosyal fark olarak bugün halen varlığını korumaktadır.

Cumhuriyetin kurulduğı yıllardan günümüze gelene kadar Türk yemek kültürü ve yeme içme alışkanlıkları birçok etkiye dayanarak değişiklikler yaşamıştır. Geçmişte mutfağımızda, kültürümüzde, topraklarımızda olmayan ürünler, domates salçası, kırmızı biber, margarin ve ayçiçek yağı gibi malzemeler şimdi geleneksel mutfağımızda sıklıkla yer almakta, aynı şekilde yabancı mutfaklara ait tarifler, makarnalar, soslar, profiterol, kek ve pasta gibi tatlılar Türk yemek kültürünün ve

yemek alışkanlıklarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Amerikan tarzı fast food tüketimi artmış, köfte ekmek, balık ekmek, lahmacun, pide, kokoreç, tavuk pilav gibi geleneksel Türk yemeklerinin bazıları da bu fast food, ayaküstü yiyecek kültürüne uyarlanmıştır. Özellikle büyük şehirlerde yeme içme alışkanlıkları kırsal bölgelere göre daha hızlı yeniliklere ve değişimlere maruz kalmaktadır. Buna bağlı olarak İstanbul başta olmak üzere birçok büyük şehirde uluslararası yemekler sunan restoranlar hızla açılmaktadır. Televizyonlardaki yemek programları, dergiler ve gazetelerin mutfakla ilgili köşeleri yemek ve mutfakla alakalı yeniliklerin topluma tanıtılması ve bu yeniliklerin sadece kentlerle sınırlı kalmayıp kırsal kesimlere de ulaşması açısından önem taşımaktadır (Samancı, 2018, s. 101).

Sandıkçıoğlu'na göre (2018, s. 15), Cumhuriyet döneminde Batılılaşmayla başlayan hızlı değişimin sonuçları mutfaklarımıza da yansır. Ahşap evlerden betonarme yapılara, apartman dairelerine geçişle mutfaklar da fiziksel olarak küçülür, yemek yapma alanları daralır. Dışardan alınan hazır gıdaların artışıyla yemeklerin kalitesinde de bir düşüş yaşanır. Çalışma hayatıyla birlikte mutfakta geçirilen süreler azalırken eve hazır yemek siparişi verme veya dışarıda yemek yeme alışkanlıkları artar. Özellikle kadınların işgücüne aktif katılımıyla zamanla mutfakta geçirilen zaman “emek ve değer” verilen bir yapıdan “boşa harcanan” bir yapıya dönüşür. Bu dönemde yaşanan siyasal, sosyal ve ekonomik hareketler de mutfak kültürünü etkilemiştir. Sandıkçıoğlu (2018, s. 15) buna örnek olarak İkinci Dünya Savaşı yıllarında savaş nedeniyle yoksulluk çeken halkın yüzyıllardan beri alışkanlığı olan kahveyi bulamayınca onun yerine nohut, menengiç, kenger, arpa, kakule, çörekotu ve hatta süpürge saplarındaki tohumlardan kahve yapma çabasını gösterir. Ancak tüm bu çabalar daha kolay ulaşılabilen ve ucuz olan çayın yaygınlaşmasına engel olmaz ve bir nevi zorunluluktan oluşan bu değişim kültürel de bir değişim olur ve sosyal hayatta kahvenin yerini çayın aldığı yeni bir yapı oluşur. Günümüzde halen Türk kahvesi önemini korusa da çay Türk sofralarının ve ikramlarının başında gelmektedir. Çay bu anlamda Türk kültüründe beslenme açısından değişime bir örnek olarak verilebilir, özellikle kırsal alanlarda sabahları içilen çorba yerini çaya bırakmış ve sabah kahvaltılarının vazgeçilmez içeceği olarak geleneksel Türk kültürünün bir ürünü haline gelmiştir (Orkun, 2009, s. 56).

Son olarak, Şekil 1’de Cumhuriyet d6neminde olan gelişmeler ve tablo 1’de geŐmiŐten g6n6m6ze, yani Orta Asya’dan Cumhuriyete T6rk mutfağındaki değişimler 6zetlenmiŐtir.



Şekil 1. Cumhuriyet ve Sonrası D6nemde Olan Gelişmeler

Kaynak: Samancı (2016); Akt. Solmaz & Altıner, (2018, s. 118), <https://dergipark.org.tr/pub/saktad/issue/41819/469523>

Tablo 1. Farklı Dönemlere Ait Mutfak Kültürlerinin Karşılaştırılması

DÖNEM	ORTA ASYA DÖNEMİ	SELÇUKLU DÖNEMİ	OSMANLI DÖNEMİ 15-16. YY.	OSMANLI DÖNEMİ 17-18. YY.	CUMHURİYET DÖNEMİ 19-20. YY.
Döneme etki eden olaylar ve kültürel yapı	Göçebe kültür hakimiyeti, hayvancılık ve avcılık	Batiya göç, İslamiyet'in kabulü	Osmanlının en geniş sınırlara ulaşması, Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi, Diğer kültürlerle etkileşim (evlilikler)	Osmanlının duraklama döneminin başlaması	Batılılaşma hareketleri, Gıda sanayindeki gelişmeler, Lokantaların gelişimi, Kadınların kitlesel iş hayatına katılımı, Fast food endüstrisinin yayılması
Mutfak kültürünü yansıtan dönemin eserleri	Orhun Abideleri	Kutadgu Bilig, Yusuf Has Hacip, Dede Korkut, Selçukname, DivanüLugati't-Türk, Kaşgarlı Mahmut	Fatih Kanunnamesi, Divan-i Et'ime / Kenzü'l-İştêhâ Kitabü't-Tabih, Muhammed Bin Mahmud Şirvani	Türk Yemekleri, N. Sefercioğlu Türkçe Yazma Yemek Risalesi Ağdiye Risalesi Melceü't Tabbâhîn, Mehmed Kamil	Yemek Risalesi, Ali Esref Dede Kitâbü't-Tabbâhîn- yemek yazması, Muhammed Kamil Türk Mutfak Sanatı, Necip Ertürk Seçme Yemekler, Tahire Gökal
Dönemde öne çıkan yiyecekler	Kak et, pastırma, sucuk, kurut, kavurma, tereyağ, yufka, buğday, arpa, çavdar, süt, yoğurt, tereyağ, kaymak	pirasa, patlıcan, kabak, kereviz, soğan, sarımsak, lahana, elma, nar, şeftali, armut, incir, kavun, buğday, bazlama, yufka, bakla, nohut, mercimek	Et, buğday, baharat çeşitleri, şeker, tarhana, bulgur, pirinç, şehriye, un, mercimek, pırasa, lahana, ıspanak, sade yağ, kuyruk yağı, kuru meyveler	Bamya, yeşil domates, biber, fasulye, portakal, çeşitli unlardan yapılan ekmekler, şeker	Domates, patates, fasulye, kuşkonmaz, sakız kabağı, bal kabağı, kırmızı ve yeşil biber, salça, mısır, margarin, zeytinyağı, puding, makarna,
Dönemde öne çıkan içecekler	Kımız, pekmez, boza	boza, şarap, bal şarabı, kımız, meyve şurupları, meyve suları	Ayran, Hoşaf ve şerbet	kahve, şerbet	Siyah çay, kahve, gazlı içecekler
Etî yenen hayvanlar	At, koyun, keçi, erkek, deve, oğlak	Koyun eti, Keçi eti Av hayvanları(güvercin, keklik, bildircin), balık, Kümes hayvanları (horoz, tavuk ve kaz, ördek) ve yumurtaları	Av hayvanları(güvercin, keklik, bildircin), balık, Kümes hayvanları (horoz, tavuk ve kaz, ördek) ve yumurtaları	tavuk eti ve koyun eti	Dana ve sığır eti
Dönemin yapılan yemekleri	Hububat yemekler, çorbalar (tarhana, yoğurt, un, mercimek)	Et yemekleri(yahni, biryan, borani, kebab, kalye), undan yapılan sulu yemek "to", helva, kebere turşusu	et yemekleri, pirinç pilavı, bulgur pilavı, sebzeli pilav, kabak tatlısı, zerde, aşure, tarhana çorbası, dolmalar, ıspanaklı büryani	et yemekleri, pilav çeşitleri çilbır, çorba çeşitleri, reçel, macun, helva, muhallebi, aşure, zerde	Soslu yemekler, et yemekleri, tavuk rotü, sebze graten, kebablar, lahmacun, pide, döner, hamburger

Kaynak: (Solmaz ve Altınar, 2018)

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/saktad/issue/41819/469523>

3.2.Türk Yemek Kültürünün Özellikleri

Türk yemek kültürünün kendine has ve zengin bir yapısı vardır. Bu zenginlik Orta Asya'da Türklerin tarih sahnesine çıktığı ilk günden bugüne kadar yaşadığı coğrafyalar, geçtikleri yerler, kurdukları ticari ve sosyal ilişkiler, etkileşime girdikleri kültürler, yaşadıkları iklimsel çeşitlilik ve verimli topraklarla oluşmuştur (Sezgin ve Karaman, 2020, s. 253; Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014, s. 204).

Türk mutfağının ve yemek kültürünün özellikleri çok geniş ve çeşitli olmakla birlikte ana başlıklar altında toplandığında aşağıdaki özellikler ortaya çıkmaktadır (Arlı, 1982; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2011. Akt. Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014, s. 203-204);

- Türk yemekleri genel olarak tarım ve hayvansal ürünlere dayanır,
- Yemeklerimiz halkımızın yaşadığı coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermektedir,
- Türk yemekleri tarihi gelişimi içerisinde sosyal yapıya göre de değişiklikler göstermektedir,
- Türk yemekleri özel günler ve törenlere göre değişiklikler göstermektedir,
- Gelenek ve görenekler ile dini inanç yemek çeşitlerini etkilemiştir,
- Türk mutfağında, yemeklerde alışkanlıklar önemli rol oynar,
- Ekmek çok önemli bir yere sahiptir,
- Tereyağı, İç yağı, Kuyruk yağı, Zeytinyağı özellikle Ege bölgesinde önemli miktarda kullanılmaktadır,
- Yemek çeşitleri çok olmasına rağmen, hamur işleri başta gelir,
- Bulgurun yeri önemlidir,
- Yoğurt, Türk mutfağında çok önemlidir,
- Çeşitli kebaplar olmasına rağmen, yahni adı verilen sulu et yemekleri vardır,
- Soğan, yemeklerin hazırlanmasında kullanıldığı gibi, salata malzemesi olarak da kullanılır,
- Sebze çeşidi çok olmasına rağmen, etle birlikte soğanlı, salçalı ya da domatesli pişirilmesi yaygındır,

- Yemeklerde baharatların, maydanoz, dereotu ve nane gibi otların kullanımı yaygındır,
- Türk mutfağında yemeklerde süslemeye fazla önem verilmez. Yemeklerin görünüşünden çok lezzetli olmasına özen gösterilir. Ancak son dönemlerde tabak süsleme ve boyama sanatı yeni yeni gelişmeye başlamıştır,
- Sos kullanımı Türk mutfağında yer almamaktadır. Sos yerine salça ve besinlerin kendi suları kullanılmaktadır,
- Türk mutfağında yemeklerin meyve ya da meyve kurusuyla tatlandırılır, çoğu kez bu meyveler yağda pişirilip yemek olarak tüketilir,
- Tatlılarda tatlandırıcı olarak pekmez kullanılmaktadır.

Yukarıda değinilen bu özelliklerden bazıları zaman içinde değişime uğramıştır, batılılaşma ve modern mutfağın etkisiyle örneğin artık tatlandırıcı olarak sadece pekmez, bal, meyveler ve kuru meyveler kullanılmamakta, rafine şeker, hatta yapay tatlandırıcılar kullanılmaktadır. Aynı şekilde geçmişte sos kullanımı mutfağımızda yaygın değilken şimdi oldukça yaygındır.

Baysal'a göre (2018, s. 136), yemek, çeşitli besinlerin, çeşitli tat verici malzemelerle birlikte belirli tekniklerle hazırlanıp pişirilmesidir ve bu yemeklerin temel malzemelerini oluşturan besinlerin tür ve miktarları, "iklim, tarım ve hayvancılık, satın alma gücü, besin dağıtım ve teknolojisi" gibi değişkenlere bağlıdır. Geçmişte hayvancılık temel geçim aracı iken hatalı politikalar sonucu hayvan sayısında ve niteliğinde azalmalar yaşanmış, özellikle doğu bölgelerinde hayvancılığın azalmasına paralel olarak meraların azalması, yaşanan terör olaylarıyla halkın büyük şehirlere göç etmesi ve fakirleşmesi Türk yemeklerinin temel malzemesi ve Orta Asya'dan beri en temel besin maddesi olan kırmızı eti orta ve alt gelir grupları için erişilemez duruma getirmiştir. Bu sebeple son dönemlerde fiyat açısından çok daha ulaşılabilir olan tavuk eti tüketimi ve yine hayvansal protein kaynağı olarak fiyat bakımından ucuzluğuyla ön plana çıkan yumurtanın tüketimi artmıştır. Denizlerdeki kirlilik ve hatalı avlanmalar sonucu denizlerimizdeki balık sayısı ve çeşitliliği azalmakta, eskiden sofralarda rahatlıkla yer bulan balık çeşitleri artık sadece üst gelir gruplarının tüketebileceği durumdadır. Ancak buğdaya gelindiğinde durum değişmektedir, Türk halkının temel besin maddesi buğday ve buğdaydan yapılan ürünlerdir. Genellikle una çevrilerek kullanılan buğday ürünlerinin başında ekmek

gelir. Buğday tüketimi yüksek gelir gruplarında azalırken, düşük gelir grubundakilerde artmaktadır.

3.3. Türk Yemek Kültürünü Etkileyen Faktörler

Kökleri çok eskiye dayanan Türk yemek kültürünü etkileyen faktörler elbette çok fazladır. Ancak önce genel olarak yemek kültürünü etkileyen faktörlere, gelişimini etkileyen sebeplere bakmakta yarar vardır.

Deveci'nin (2020, s. 18) derlediği yemek kültürünü etkileyen faktörler şu şekilde sıralanır;

- Toplumların tüketmiş oldukları besin çeşitliliği,
- Toplumları diğerlerinden ayıran yemek çeşitleri,
- Yemeklerin hazırlanma ve pişirilme teknikleri,
- Yemeklerin sunuş biçimleri,
- Yemeklerin nasıl tüketildiği,
- Yemek yenen sofranın kuralları,
- Beslenme ve insan sağlığı açısından faydaları,
- Kullanılan baharatlar,
- Yemek yapılırken ve sofrada kullanılan araç ve gereçler.

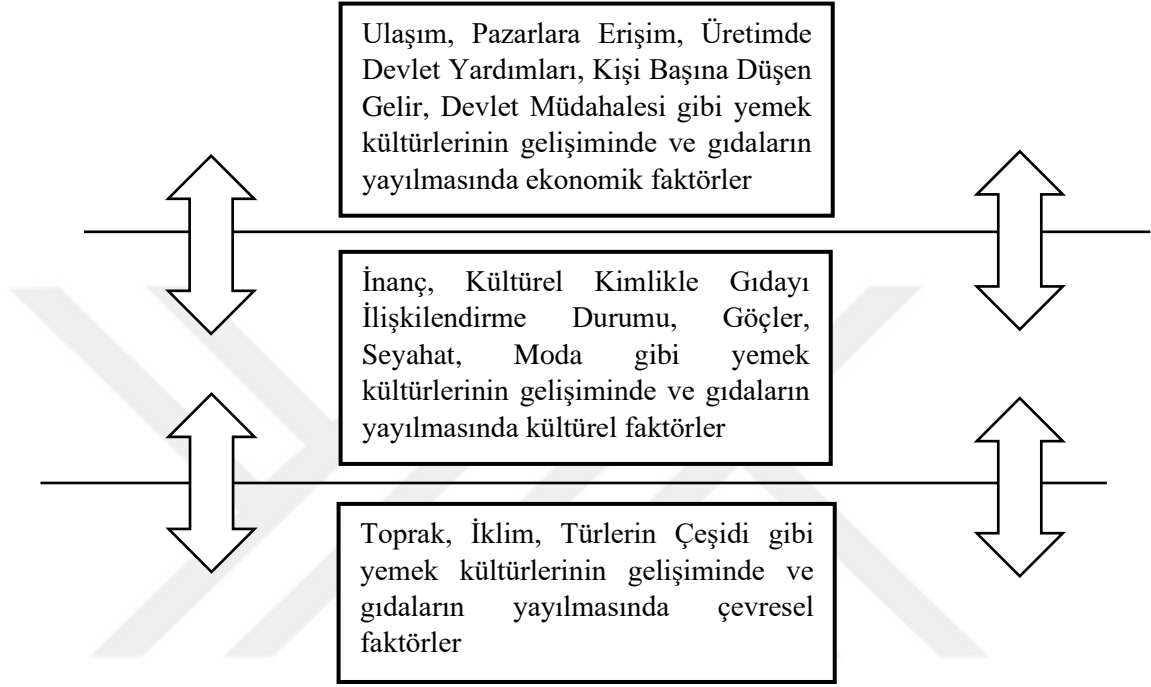
Wahlqvist ve Lee (2007; Akt. Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 397, 398), yemek kültürünün insanların, hala orada yaşayıp yaşamadıklarına bakmaksızın, doğup büyüdüğü bölgeden kaynaklandığını söyler. Ancak, bu bölgede sahip oldukları iklim, toprak, su, yakıt gibi doğal kaynaklar, din, okuryazarlık seviyesi, iletişim gibi inançlar ve bilgi birikimi durumları, etnik kökenler (yerli veya göçmen gibi), avcılık, toplayıcılık, zirai faaliyetler, su ürünleri yetiştiriciliği gibi teknolojiler, toplumsallaşabilme ve sağlık durumları gibi etkenler tarafından şekillenir.

Bir toplumun yemek kültüründeki değişimler doğal bir süreç içerisinde gerçekleşirken bu değişimler çeşitli faktörlere bağlı olarak gerçekleşir. Bunlar;

- Demografik değişimler,
- Yerleşim alanlarında yaşanan değişimler,
- Kadının toplum içindeki değişen rolü,
- Eğitim- öğretim,
- Besin endüstrisindeki gelişmeler,

- Teknolojik araçlardaki (Medya, TV, radyo vb.) gelişmelerdir.

Hall ve Mitchell (2003, s. 73) ise yemek kültürünün gelişim ve değişimini, ekonomik, kültürel ve çevresel faktörlerin karşılıklı ilişkisine bağlar ve bunu bir tabloyla özetler (Şekil 2).



Şekil 2. Yemek Kültürünün Gelişiminde Faktörler Arası Karşılıklı İlişki

Kaynak: Hall ve Mitchell (2003, s. 73)

Türk mutfak kültürünün oluşumuna etki eden faktörleri ise Güler (2010, s. 26) şu şekilde sıralamıştır ve bunlar Türk yemek kültürünün tarihsel gelişiminde de yazılanları özetler niteliktedir,

- Tarımsal yapı ve göçebe kültürünün etkisi,
- Başka toplumların etkisi,
- Sosyo-ekonomik düzeye göre farklılaşma,
- Türklerdeki davranış kalıpları,
- Yemeklerin bölgelere göre farklılık göstermesi,
- Toplu yemek yeme geleneğidir.

Bunlara ek olarak dini yapı, coğrafya, iklim koşulları, kültürel çeşitlilik ve küreselleşme ile kültüre eklenen yenilikler ve genel olarak yemek kültürüne etki eden sıraladığımız tüm diğer faktörleri sayabiliriz (Solmaz ve Altınar, 2018, s. 119). Ancak son yıllara geldiğimizde küreselleşmenin ve popüler kültürün etkilerini yemek kültüründe daha çok görmekteyiz. Bir nevi küreselleşmeye ve bu yabancılaşmaya karşı doğan yerele ve doğala dönme hareketine rağmen küreselleşmenin ve popüler kültürün etkileri azımsanamayacak kadar çoktur.

3.3.1. Küreselleşmenin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Türkiye’de yemek kültürünün küreselleşmesini ve buna bağlı olarak Türk yemek kültürüne etkilerini anlamak için öncelikle kısaca Türkiye’de küreselleşme sürecini incelemek gerekir.

Batılılaşma ve modernleşme hedefiyle özellikle II. Dünya savaşları sonrasında kurulan Birleşmiş Milletler (BM) ve Birleşmiş Milletlerin yan kuruluşları olan Dünya Gıda Tarım Örgütü (FAO), Birleşmiş Milletler Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ve bunun gibi örgütlere üye olan Türkiye’nin tek amacı kendine batıyı örnek alması değil, aynı zamanda yeni dünya düzeninde yalnızlaşmamak için siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel ve güvenlik gibi amaçlarla kurulan bu uluslararası kurumlara üye olmasının gerekliliğidir. Bu kurumlara üyeliklerle başlayan Türkiye’de küreselleşme süreci bugün de hala etkinliğini sürdürmektedir (Çeken, 2004, s. 122).

Teknolojinin gelişimi, kısalan yollar, uluslararası ilişkiler ve buna bağlı olarak üye olunan uluslararası örgütlerle Türkiye’nin küreselleşme hızı 1980’li yıllarda iyice artmıştır. Toplumlar ve kültürler arasındaki bağlar arttıkça birbirinden coğrafi olarak uzak olan halklar ve toplumlar siyasi, ekonomik ve kültürel olarak birbirlerine yaklaşmaktadır (Orkun, 2009, s. 95). Orkun’a göre 1980’lere kadar Türkiye’de yaşanan tüm karışıklıklara ve sorunlara rağmen, dünya ülkelerinin birçoğunda olduğu gibi Türkiye’de de azımsanamayacak şekilde “kalkınma, ulusal ekonomik bütünleşme, kentleşme ve refah” düzeyinde bir artış meydana gelmiş, ancak bu artış aynı oranda halkta bir “maddi ilerleme, özerklik ve hak kazanımını” beraberinde getirmemiştir. Temel hak ve özgürlüklerin askıya alındığı bu dönemde yitirilen “yurttaşlık” kavramının yerini popülizm almış ve 1980’ler ve sonrasına damgasını vuran en önemli konulardan biri popüler kültür olmuştur.

Türkiye’de Küreselleşmenin en çok fark edildiği yıllar olan 1980’li yıllarla birlikte serbest piyasa ekonomisi modeline geçilmesi Türkiye’nin dış pazara açılmasını sağlamıştır. Bu süreç 1980-1983 yıllarında başlamış ve 1989-1990 yıllarında hız kazanarak aynı zamanda Türkiye’yi de diğer ülkeler için bir pazar haline getirmiştir. Tüm bunlara bağlı olarak ithalatın ve ihracatın arttığı bu dönemde ülkelerin kendilerine özgü, yerel ürünlerinin de piyasada dolaşıma girmesi kültürlerin birbirleriyle daha çok etkileşime girmesine olanak sağlamıştır. Burada Türkiye’nin önemli bir avantajı ise jeopolitik konumudur. Avrupa ve Asya kıtalarının başlangıcı olan ve onları birbirine bağlayan köprü görevini gören Türkiye, tarihi boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmasının yanı sıra bu jeopolitik konumunun önemiyle kendi kültürünün zenginliğinin yanında, kültürler arası alışverişlerin de meydana geldiği önemli bir aracı konumundadır (Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 413; Çeken, 2004, s. 122-124).

Gıda üretim ve tüketiminin küreselleşmesi küreselleşmenin tanımı yapılırken en çok başvurulan örneklerden biridir. Bu sebeple de “ulus veya coğrafi sınırlarla tanımlanan, bölgenin beslenme sürecini anlamlandıran yemek kültürü de küreselleşme süreci ile birlikte önemli bir değişim ve dönüşüm içine girmiştir” (Kanık, 2016, s. 237-238).

Hall ve Mitchell (2003, s. 74,75) dünya genelinde mutfak kültürlerinin küreselleşme sürecindeki değişimlerini üç dalga olarak açıklamışlardır. İlk dalga, Avrupa’da 1400’lerin sonlarından 1800’lere kadar olan ticarileşme dönemidir. Bu dönemde meyveler, sebzeler ve hayvanlar ticari mallardır ve yeni gıda maddeleri gelişmekte olan işgücünü beslemenin ucuz bir yoludur ve bu maddelere ulaşmak için yeni sömürgeler oluşturmuştur. Asya’da ve yeni keşfedilmiş olan Amerika kıtasındaki yeni ürünler Avrupa’ya ve Avrupa’daki ürünlerin de Asya ve Amerika’ya taşınmasıyla bir nevi ekolojik emperyaliz döneminin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu etkileşimden önce Avrupa mutfağında bir ulusal mutfak anlayışı oluşmamış fakat bu etkileşimle mutfak bilgisinin yemek kitaplarına geçirilmesi ve restoranların gelişimi ile 18. Yüzyılda kıtanın çeşitli ulus devletlerinde ulusal mutfak anlayışı gelişmiştir. Bunun sebebi Fransız, İtalyan ve İspanyol mutfağı gibi mutfakların yemek kültürlerinin temelini oluşturan domates, mısır, hindi, patates ve biber gibi ürünler olmadan bu mutfakların ayırt edici özelliklerinin ortaya konulamayacağı düşünülmektedir. Bu ürünler Avrupa’dan sonra Afrika, Asya ve Avustralya’ya da yayılmıştır. Gıda

küreselleşmesinin ikinci dalgası ise 17. yüzyıldan başlayıp 20. yüzyıla kadar süren büyük ölçekli göçlerden etkilenmiş bir dönemi ifade eder. Kitleler halinde yeni toplara yerleşen insanlar beraberlerinde hayvanlarını, tohumlarını ve yiyecek geleneklerini de getirmişlerdir. Tüm dünyayı etkisi altına alan bu göç dalgaları yemek kültürlerini de büyük oranda etkilemiştir. Üçüncü dalga, 20. yüzyılda başlamış ve günümüzde devam etmekte olan çağdaş küreselleşme dalgasıdır. İletişim ve ulaşımda gerçekleşen teknolojik gelişimlerin gıdanın ve gıdalar ile ilişkili bilgilerin dolaşım hızını artırmış, böylece yemek kültürlerinin küreselleşmesinde çok önemli bir rol oynamıştır.

Küreselleşmeyle beraber Türkiye’de yaşanan birçok değişimden biri de yemek kültüründe olmaktadır. Küreselleşmenin getirdiği başlıca değişimler, batı kültürüne açılma, hızlı sanayileşme ile birlikte kentleşme, kadının çalışma hayatına atılmasıyla birlikte toplumsal hayattaki rollerinin değişmesi, okuryazarlıktaki artış, göç ile yaşanan kültürel hareketlilik, fastfood yemeklerine artan ilgi, kitle iletişim araçlarının etkisi, gıda endüstrisindeki gelişmeler ve Turizmin etkisidir (Biber, 1990, s. 256-258; Güler, 2007, s. 22-25).

Küçükkömürler ve Kaya (2020, s. 417), bu değişimlerin yemek kültüründeki etkilerini ise şu şekilde sıralamışlardır;

- Farklı mutfak kültürlerine ait pişirme teknikleri ve/ veya gıda maddelerinin birlikte kullanımıyla füzyon mutfak kavramının gelişimi,
- Çalışan nüfusun artması ve buna bağlı olarak ayaküstü (fast food) beslenme tarzının yaygınlaşması,
- Dışarıda yemek yeme olgusunun gelişimi,
- Farklı mutfak kültürlerine ait unsurların pazarlanması amacıyla tanıtımlarının ve özendirilmesinin yaygınlaşması,
- Diğer ülkelerden ziyaret amaçlı gelen kişilerin, mutfak kültürlerini tanıtıcı bir rol vazifesi görmeleri ve aynı zamanda Türk mutfak kültüründen etkilenmeleri.

Yemek kültüründe küreselleşmeden bahsedildiğinde akla ilk gelen kavram “fast food” kavramıdır. Yeme-içme alanında faaliyet gösteren küresel firmaların dünya genelinde hızla yayılması ve bununla birlikte bu markaların ulus sınırları tanımadan adeta bir dünya mutfağı ve restoranı haline gelmeleri, gıda maddelerinin mevsimsizleşmesi küreselleşmenin etkileri olarak karşımıza çıkmaktadır (Kanık,

2016, s. 238). Burada karşımıza McDonalddlaşma teorisi çıkar. McDonalddlaşma küreselleşmenin ve yemek tüketiminin tek tipleşmesinin bir örneğidir. İlk defa Amerikalı sosyolog George Ritzer tarafından ortaya atılan McDonalddlaşma teorisi Amerikan fastfood zincirlerinin sınırları aşarak tüm dünyaya yayılması ve giderek artan bir güce sahip olmasıdır. Ancak sadece fastfood restoranları etkileyen bir süreç değil toplumun tamamını etkileyen bir süreçtir. Çağdaş toplumların giderek daha çok standartlaşmış, öngörülebilir ve tek biçimli olduğunu ileri sürer (Marshall, 1999, s. 482). McDonalddlaşma artan bir küresel homojenleşme sürecini tarif etmekle birlikte burada asıl önemli olan bu sürecin küresel farklılıkların azalmasına, dünyanın her yerinde giderek baskılayıcı bir tek tipleşirmenin, benzerliğin üretilmesine katkı sağlamasıdır (Ritzer, 2011, s. 282). Bu sebeple de tüm dünyada yemek kültürünün küreselleşmesi fast food kavramıyla bağdaştırılmaktadır. Türkçeye “ayaküstü yemek yeme” olarak geçen ve adından da anlaşılacağı üzere önceden belirlenmiş belli kalıplar dahilinde ve hızla üretilip, tüketilen bir yemek yeme süreci olarak tarif edilen “fast food” kavramı özellikle kadınların aktif iş hayatına başlaması, nüfusun artması, kırsaldan kentlere göç hareketlerinin artması gibi nedenlerle ortaya çıkan ve tercih edilen bir beslenme tarzını ifade etmektedir (Küçükkömürler ve Kaya, 2020, s. 417). İş ve kent yaşantısının getirdiği hız, zamanla yarışan insanlara geleneksel biçimlerde yemek hazırlama ve tüketme olanağı tanımamakta, yemek yeme, iş saatleri arasında sıkıştırılmakta ya da ev dışında hızlıca yenebilecek standart menülerle hizmet veren restoranlarda çözülmektedir (Koşum ve Akbay, 2021, s. 554).

Türkiye’de hizmet vermeye başlayan ilk fast food restoranı olan McDonald’s 1986 yılında ilk şubelerini Taksim’de açmış ve o tarihten bugüne Türkiye’nin birçok şehrinde restoran sayısını 260’a kadar çıkarmıştır (McDonald's hakkında, tarih yok). McDonald’s’den sonra sırasıyla pek çok ünlü, çoğu Amerika merkezli küresel fast food restoranı Türkiye’de şubeler açmış ve her geçen gün bu restoranların sayıları artmıştır. Küresel fast food firmalarının Türkiye pazarına girmesi Türk yemek kültürüne ait olan ancak fast food yemek tarzına da uygun olan yiyeceklerin ön plana çıkmasına ve Türk usulü fast food beslenme tarzının ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur. Kültürümüze ait olan pide, lahmacun ve ekmek arası ayaküstü tüketilebilecek döner, kokoreç, köfte, tantuni gibi yiyecekler Türk fast food yemeklerine örnek olarak verilebilir. Aslında var olan bu yemeklerin fast food

kültürüne entegre olmasını ve ön plana çıkmalarını “yerel olanın küresel olana verdiği tepki” olarak nitelendirmişlerdir (Küçükkömürler & Kaya, 2020, s. 418,419).

Küreselleşme ile bölgeler arasındaki ayrımların belirsizleşmesi, kültürlerin birbirine karışması, çok kültürlülük, kitlesel göçler, gıda ürünlerin dünya üzerindeki hareketleri, fastfood yemek tarzının tüm dünyayla birlikte Türkiye’de de yaygınlaşması gibi küresel etkilerin Türk yemek kültürü üzerindeki etkileri kaçınılmazdır. Ancak küreselleşmenin etkileri tabii ki çift yönlüdür. Nasıl Türk insanı ve Türk mutfağı farklı ülke kültürlerinden etkileniyorsa o ülkeler de bizim kültürümüzden etkilenmektedir. Tüm dünyada nereye giderseniz gidin karşınıza çıkan Türk restoranları, dönerciler ve kebab restoranları buna örnek olarak verilebilir.

3.3.2. Popüler Kültürün Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Küreselleşmeyle yayılan kültürlerden birisi de küreselleşmenin yerel kültürleri zaman ve mekandan bağımsız olarak büründürdüğü yeni biçimi olan popüler kültürdür. Popüler kültür yerel kültürleri kapsayan bir kültür izlenimi verse de aslında yereli popülerleştirip, popüler olanı da yerelleştiren ve onu bir tüketim nesnesi haline getirerek pazarlayan modern bir projedir (Artan, 2020, s. 25).

Popüler kültür gündelik yaşama ait bir kültürdür ve bu kültürün yayılma ortamı olan yemek aynı zamanda onun taşıyıcısı rolündedir. Küreselleşmeyle yayılan McDonald’s tarzı markalar ve onların dayattığı beslenme modelleri aslında birçok sembolü içinde barındıran birer popüler kültür ögesidir. Toplumun benimsediği yeme biçimleri, bu alışkanlıkların değişimi ve dönüşümü adeta toplumun aynası niteliğindedir (Kanık, 2019, s. 13).

Yemek bir popüler kültür nesnesi olarak onun yarattığı değişimden etkilenir. Kültürdeki inançlar, yönelimler, uygulamalar ve teknikler yemek alışkanlıklarını biçimlendirir. Popüler kültürün bir arzu nesnesi olarak yerel kültürün içine gömülmesi onun ideolojik ve politik taraflarının görülmesini engellerken bir taraftan da bireylerin algılarını içerdiği simgelerle değiştirme gücündedir (Çaycı, 2019, s. 131).

İletişim teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle birlikte internetin kullanımının artması, sosyal iletişim ağlarının kurulmasıyla sosyal medya platformlarının kullanımı popüler kültürün yayılma hızını arttırmış ve yemeğin sosyal medya üzerinden de popülerleşmesi sağlanmıştır. Yemeğin görsel olarak paylaşılması dışında artık o yemeğin nerede, kimlerle yendiği de kişilerin sosyal statülerini ortaya koymaları

açısından önemlidir. Bu sebeple yemeğin sadece gelişigüzel bir fotoğrafı değil, en güzel, en ihtişamlı fotoğrafını çekmek ve onu paylaşmak için ayrıca bir çaba harcanmaktadır. Giderek popülerleşen bu davranış biçimleri de yemeği bir gösteri mekanizması haline getirmektedir. Gösteri nesnesine dönüşen yemeğin paylaşımı aynı zamanda paylaşanın sosyoekonomik durumunu ortaya koymaktadır ve hangi tür yemeklerin sosyal kabul sağladığını da belirleyebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya üzerinden paylaşılan bu yemek görselleri kişilere farklı kültürlere ulaşma imkanı vererek tüketim alışkanlıkları üzerinde etkiye neden olabilmektedir (Çaycı, 2019, s. 133).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ALAN VERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların konuyla ilgili deneyim ve düşüncelerini ortaya koymak üzere hazırlanmış derinlemesine görüşme tekniğine uygun açık uçlu sorulara verdikleri cevaplar, popüler kültür ve küreselleşmenin Türk yemek kültürüne etkileri, yemek profesyonellerinin Türk yemek kültürüne etkileri, geleneksel Türk yemek kültürünün yeniden üretimi, internet ve sosyal medyanın Türk yemek kültürüne etkileri, bir yaşam tarzı göstergesi olarak yemek, gastronomi turizminin Türk yemek kültürüne etkileri olmak üzere altı kategori altında analiz edilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar mutfak, yeme içme hizmetleri üzerine çalışan profesyoneller ve yemek kültürü araştırmacıları arasından seçilmiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde yaşayan, 30 yaş üzeri, meslekte en az 10 yıl geçirmiş mutfak ve yemek profesyonelleri, mutfak ve yemek kültürü araştırmacıları, restoran işletmecileri, otelcilik sektöründen yiyecek ve içecek hizmetleri profesyonelleri oluşturmaktadır. Seçimler yapılırken araştırmanın amacına uygun, konuyu yakından bilen konunun uzmanları seçilmiş, görüşmeyi kabul eden uzman kişiler aracılığıyla başka uzmanlara ulaşılmış ve bu şekilde örneklem oluşturulmuştur. Katılımcıların demografik özellikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Eğitim Düzeyi	Mesleki Eğitim	Meslekte Geçirilen Yıl
K1	Katılımcı 1	48	Erkek	Yönetici Şef	Lise	Var	35
K2	Katılımcı 2	40	Kadın	Restoran İşletmecisi	Lisans	Var	27
K3	Katılımcı 3	38	Erkek	Mutfak Şefi	Lise	Var	24
K4	Katılımcı 4	32	Erkek	Mutfak Şefi- Restoran sahibi	Lisans	Var	10
K5	Katılımcı 5	45	Kadın	Yiyecek İçecek Müdürü	Lise	Var	27
K6	Katılımcı 6	38	Erkek	Yönetici Şef- Eğitim Şef	Lise	Var	28
K7	Katılımcı 7	50	Kadın	Otel yöneticisi Restoran sahibi	Lisans	Var	32
K8	Katılımcı 8	34	Erkek	Mutfak şefi	Lisans	Var	11
K9	Katılımcı 9	44	Erkek	Mutfak şefi- Restoran sahibi	Lisans	Var	17
K10	Katılımcı 10	53	Kadın	Mutfak kültürü araştırmacısı	Lisans	Var	22
K11	Katılımcı 11	36	Erkek	Yönetici Şef	Lisans	Var	20
K12	Katılımcı 12	38	Erkek	Yönetici Şef	Ön lisans	Var	22

Tablo incelendiğinde uzman katılımcıların 8'inin erkek, 4'ünün kadın olduğu görülmektedir. Yaşları en küçük 32 ve en büyük 53 arasında değişen katılımcıların meslekte geçirdikleri süre 10 ila 35 yıl arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların hepsinin mesleki bir eğitimi olmakla birlikte 4 katılımcı lise mezunu, 1 katılımcı ön lisans olmak üzere diğer 7 katılımcı lisans mezundur. Katılımcıların tamamı alanlarında uzman ve saygın kişilerdir. 4 katılımcı dışındaki diğer uzmanlar isimlerinin açık olarak belirtilmesine izin vermişlerdir. Ancak kişisel verilerin korunması kanunu gereğince isimlerin açık olarak verilmesinin doğru olmadığına karar verilmiştir.

4.2. Popüler Kültür ve Küreselleşmenin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Hayatımızın her alanında etkilerini gördüğümüz popüler kültür ve küreselleşme yeme içme alışkanlıklarımızı da hiç kuşkusuz etkilemektedir. Küreselleşmeyle birlikte dünyada adeta sınırların ortadan kalkmış olması bilgiye erişimi kolaylaştırırken, popüler kültürün etkisiyle bir moda gibi değişken olan yemek tercihleri oluşmaya başlamıştır. Kılıç (2020, s. 7) popüler kültürün yemeğe kendi tercihimizmiş gibi bakmamızı sağladığını ve bu sebeple tercihlerimizin ne kadarının toplumsal faktörler tarafından belirlendiğini fark edemeyeceğimizi ifade eder.

Bu kategori altında sorulan sorularla popüler kültürün ve küreselleşmenin yeme içme alışkanlıklarında ve buna bağlı olarak zamanla Türk yemek kültüründe değişimlere sebep olup olmadığı ve uzmanların bu konudaki farkındalıkları, fikir ve deneyimleri ortaya konmaya çalışılırken, yine popüler kültür, küreselleşme ve buna bağlı olarak kültürel etkilerle geleneksel Türk yemeklerine ait bazı reçetelerin kaybolmakta olup olmadığı sorgulanmıştır. Ayrıca küreselleşmenin etkileri de uzmanlar tarafından değerlendirilmiştir. Kategori altında üç soru vardır ve üç başlık altında değerlendirilmiştir.

4.2.1. Popüler Kültür ve Küreselleşmenin Etkileri ile İlgili Farkındalık

Katılımcılara küreselleşmenin ve popüler kültürün Türk yeme içme alışkanlıklarına ve Türk yemek kültürüne etkileri hakkındaki farkındalıkları ve bunu ne şekilde yorumladıkları sorulmuş, katılımcıların tamamı popüler kültür ve küreselleşmenin etkilerini farkettilerini belirtirken, bu etkiyi olumlu ve olumsuz olarak ikiye ayırarak tarif etmişlerdir. Katılımcıların verdiği cevapların ortak noktası popüler kültürün etkilerinin daha olumsuz olduğu yönüdeyken küreselleşmenin etkilerinin daha olumlu karşılandığı yönünde olmuştur. Katılımcıların verdikleri ortak cevaplar şu şekildedir;

Olumsuz etkiler,

- Fast food yeme alışkanlığının yaygınlaşması,
- Kent yaşamının yemek alışkanlıkları üzerinde yarattığı olumsuz etki,
- Yemeğin sosyal medya aracılığıyla gösteri metası haline getirilmesi ve kalitesizleştirilmesi,

- Popüler olan Türk yemeklerine olan ilgi yüzünden diğer yerel yemeklerin yeterince tanınmaması ve bu nedenle tercih edilmemesi olarak ifade edilmiştir.

Olumlu etkiler ise,

- küreselleşen dünya ile sınırların ortadan kalkmasıyla iletişim teknolojilerinin gelişmesi bilgiye daha hızlı erişimi sağlamış böylece geleneksel yöntemlerle sınırlı kalmayıp teknik açıdan üretim ve pişirme yöntemlerinde dünya standartları yakalanmış olmuştur.
- Küreselleşmeyle birlikte mutfaklara giren yeni ürünlerin yeni tarifleri yaratma sürecine yardımcı olarak Türk mutfağını zenginleştirdiği düşünülmektedir.
- Farklı dünya mutfak ve kültürlerini tanımak da olumlu olarak belirtilen bir diğer etkidir.
- Michelin yıldızı gibi uluslararası derecelendirme sistemlerinin Türkiye'ye gelmesi de hem küreselleşme hem de popüler kültür anlamında olumlu bir etki olarak ifade edilmiştir.

Katılımcı 2 popüler kültürün yeme içme alışkanlıklarına etkisiyle ilgili farkındalığını *“herkes birbirinden etkileniyor yemek tercihlerini yaparken. Moda olan kıyafeti seçer gibi moda olan yemek seçilir oldu”* (K2-Restoran işletmecisi, Kadın, Yaş: 40) sözleriyle ifade ederken,

Katılımcı 4 *“popüler kültür dendiğinde biraz daha negatif algılanıyor tabii yani daha çabuk olan ve daha çabuk tükenen gibi, buna örnek o kadar çok var ki yani özellikle zaten bizim ülkemizde bir şeyleri çok çabuk tüketmek gibi bir huyumuz var. Mesela neydi o lokmacılar açılmıştı yeni nesil diye yaşandı ve bitti adeta. Ama bizim 40 yıllık pideci hala sokağın köşesinde direniyor, yaşamaya devam ediyor. Yani demem o ki popüler kültürün ürettikleri çabuk tükeniyor, özgün olan veya en azından kendi kültürümüzün popüleri daha kalıcı gerçi lokma örneği de bizim kültürümüzdü ama dejenere edildi bence”* (K4-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 35) sözleriyle popüler kültürün geçiciliğine vurgu yapmıştır.

Katılımcı 9 ise popüler kültürü olumsuz yönleriyle ele almış ancak etkisinin kalıcı olmadığını *“sabun köpüğü gibi”* oluşu ve *“dünya literatürüne kalmıyor”* sözleriyle vurgularken küreselleşmeyi *“işe yarar kısım”* olarak nitelemiştir. Bilginin

hızlı yayılmasına vurgu yaparak bunun özellikle yemek anlamında bizlere çok şey öğrettiğini örneklerle açıklarken, tek tip beslenme gibi alışkanlıkların bu sayede değişmeye başladığını vurgulamıştır. Katılımcı 9 aynı zamanda ekonomik durumu iyi olmayan Türkiye gibi ülkelerde proteine ulaşmanın daha zor olması sebebiyle tek tip beslenmenin yaygın olduğunu, insanların az olan bütçeleriyle yemek deneme şansı olmadığını ama artık küreselleşme ve sosyal medyanın da etkileriyle bunun yavaş yavaş değişmekte olduğunu “*Bu açıdan da çok seviyorum küreselleşmeyi. Yurt dışında bir şeyi görüp duyuyor ya da Instagram’da görüyor, burada karşılaştığı zaman da hemen deniyor. Yine benim düşüncem, ekonomik zorluk yaşayan ülkelerde bir yemek denemek çok zor. Çünkü öğlen yemeğinizi riske atamazsınız. Öğlen yemeği bütçeniz 50 liraysa o 50 liraya değer bir şey yemek istiyorsunuz o yüzden de yeni bir şey denemekten korkuyordunuz yıllarca ama şimdi öyle bir şey kalmadı*” (K9- (Şef- Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle ekonominin insan tercihlerindeki rolünü de ifade etmiştir.

Katılımcı 10 dünyada yemek kültürü anlayışının çok katmanlı bir şekilde değiştiğini ancak bizde bunun sadece tabağa yansıyan ürün olarak görüldüğünü, yorum yemeklerin artışı ve bununla beraber “*yabancı ürünler ekonomik ve siyasi koşullar gereği pazara giriyor, onların daha fazla kullanımı oluyor*” sözleriyle yemek kültüründeki küreselleşme etkisini vurgularken bu değişimleri ve etkileri olumlu ya da olumsuz olarak değil, eksik ve yüzeysel olarak değerlendirdiğini “*Daha derine inmemiz, o üretim aşamalarına inmemiz lazım, yani bir felsefeden hala söz edilmiyor, ediliyorsa da dilde ediliyor, zihinde değil henüz*” (K10-Mutfak kültürü araştırmacısı, Kadın, Yaş: 53) sözleriyle ifade etmiştir.

Cevaplara bakıldığında katılımcılar tarafından belirtilen olumsuz etkilerin başında fast food yeme alışkanlığının yaygınlaşması gelmektedir. Katılımcılar fast food yeme alışkanlığını hem sağlıksız oluşu hem de kişileri Türk mutfak kültüründen uzaklaştırması açısından tehlikeli bulmuşlardır.

Bir diğer olumsuz etki ise kent yaşamını yemek üzerinde yarattığı olumsuz etkidir. Katılımcı 2 “*şimdi eskisi gibi çok malzemeli, uzun saatlerde pişen, zahmetli yemekleri insanlar daha az yapıyor. Neden, çünkü kadının iş hayatında aktif rol alması daha pratik yemeklere yönelmesine de sebep oluyor, sadece kadınlar üzerinden de gitmeyeyim yani genel olarak özellikle büyük şehir insanı çalışmak zorunda, İstanbul’da bir de trafikte geçirilen süreyi ekleyin evde geçirdiği vakit çok az,*

dolayısıyla yemek pişirmeye ayırdığı süre de azalıyor ister istemez. Bunlar da insanları daha kolay ve işte hem de daha popüler olan tariflere yönlendiriyor, böyle böyle kendi yemeklerimiz pişirilmedikçe, yeni nesiller bu yemeklerle büyümedikçe Türk yemek kültürü bundan etkilenip bir dönüşüm geçirecektir” (K2-Restoran işletmecisi, Kadın, Yaş: 40) sözleriyle hem kentli olmanın hem de kadının toplumdaki değişen rollerinin Türk yemek kültürü üzerine etkisini yorumlamıştır.

Yemeğin sosyal medya aracılığıyla gösteri metası haline getirilmesi ve kalitesizleştirilmesi ise başka bir olumsuzluk olarak katılımcılar tarafından belirtilmiştir, Katılımcı 9 *“özellikle sosyal medyanın çok yükselmesiyle beraber, gelişmiş batı ülkeleri değil de daha ziyade Asya, Orta Doğu, Arap ülkeleri biraz daha işin şov kısmında o yüzden de yemeğin içeriğinden ziyade daha göze hitap eden şovlar yapmaya çalışıyorlar ama göze hitap eden dediğim de daha güzel anlamında değil, ilgi çekici olarak. Bunun yansıması Türkiye’de de var. Dönem dönem böyle bazı şeyler çok parlıyor ya, cheddar akıtma gibi, yani her şeyin üzerine cheddar akıtmak, kocaman porsiyonlarda yemekler yapmak, böyle kimsenin yemeyeceği içerikte yiyecekler hazırlamak. Bunlar oluyor ve bunların bazıları çok geleneksel Türk yemeklerine de oluyor. Bizim alışkanlıklarımız olan yemeklere, ben bunlardan pek hoşlanmıyorum ama var reddedemiyoruz, sadece dönem dönem içeriği değişiyor bunların...bir şey parlıyor, onlar da yapıyorlar, yapacak bir şey yok” (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle sosyal medya aracılığıyla yemeğin adeta bir gösteri malzemesi haline getirilmesinden hoşnutsuzluğunu belirtmiştir.*

Bir diğer olumsuz etki olarak popüler olan Türk yemeklerine olan ilgi yüzünden diğer yerel yemeklerin yeterince tanınmaması ve bu nedenle tercih edilmemesi olarak ifade edilmiştir. Katılımcı 7 *“bizim sadece lahmacunumuz veya kebabımız yok. O kadar zengin çeşitlilikte bir mutfağımız var ki ama gelen turistler bile sadece popüler olana ilgi göstererek bu yemeklere yöneliyor. Popüler olan ne varsa ona ilgi arttıkça diğer yemeklerimiz değerini ve önemini zamanla yitirmiş oluyor. Mesela turistlerin çoğu neredeyse sadece baklavayı biliyor, hatta sadece baklava yemek için gelen turistler var. Oysa bizim çok daha zengin bir çeşitliliğimiz var. Mesela bir tavuk göğsümüz, bence çok daha değeri bilinmeli, mezelerimiz aynı şekilde. Osmanlı’dan beri süre gelen bir mutfak kültürümüz var sonuçta” (K7-Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle popüler kültürün Türk mutfağını tanıtmada adeta engel olduğunu ifade etmektedir.*

Katılımcıların olumlu olarak değerlendirdiği etkiler ise; küreselleşen dünya ile sınırların ortadan kalkmasıyla iletişim teknolojilerinin gelişmesi bilgiye daha hızlı erişimi sağlamış böylece geleneksel yöntemlerle sınırlı kalmayıp teknik açıdan üretim ve pişirme yöntemlerinde dünya standartları yakalanmış olmuştur. Yine küreselleşmeyle birlikte mutfaklara giren yeni ürünlerin yeni tarifleri yaratma sürecine yardımcı olarak Türk mutfağını zenginleştirdiği düşünülmektedir. Farklı dünya mutfak ve kültürlerini tanımak da olumlu olarak belirtilen bir diğer etkidir. Michelin yıldızı gibi uluslararası derecelendirme sistemlerinin Türkiye'ye gelmesi de hem küreselleşme hem de popüler kültür anlamında olumlu bir etki olarak ifade edilmiştir.

Katılımcı 11, küreselleşmenin bir toplumun çağdaşlaşması ve gelişmesi için önemini vurgularken, gastronomiye etkisini *“daha fazla ürün çeşitliliği, sürdürülebilir ürünlerin tekrar bulunması, yeni reçetelerin yapılması”* anlamında olumlu yorumlamıştır. Türk mutfağının aslında geçmişten beri küresel bir mutfak olduğunu *“Türk kültürünü zaten Türk mutfağının aslına bakarsanız ta Osmanlı dönemlerine kadar dayandığı saray mutfağı diye adlandırdığımız mutfaklara bakarsanız aslında zaten küreselleşmiş yani bugünkü haline gelmiş, coğrafyaların zaten içiçe geçmiş olduğu bir mutfak olduğunu göreceksiniz. Doğal olarak bizim mutfağımızda da zaten o coğrafyalardan çok fazla kültürün bir arada yaşadığını hala görmekteyiz”* sözleriyle ifade etmiştir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte dünyada değişen ve gelişen teknik ve ürün yelpazesi Türk yemek ve mutfak kültüründen daha ileri görülmekte olduğunu bunun sebebinin ise *“bizim buradaki en büyük eksikliğimiz bu gelişim hızını yakalayamadığımız için kendi kültürümüzü klasik teknikler üzerinden sürekli devam ettirmemizdir. Bence bu klasikliğin dışına çıktığımızda bu küreselleşen dünyada biraz daha hem modern hem de daha teknolojik mutfaklarda, yeni pişirme teknikleriyle, yeni farklı sunumlarla bunları bir araya getirirsek olumlu yönde kültürümüze etkileri olacağını düşünüyorum”* (K11- Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle açıklamıştır.

Sembolik etkileşimcilik kuramı gündelik hayattaki etkileşim biçimlerinin anlamı ortaya çıkardığını savunmaktadır. Buna göre gündelik hayatımızın çok önemli bir parçası olan ve sadece karnımızı doyurma amacı taşımayan yemek ve kişilerin yemekle olan ilişkisi de değişik anlamları ortaya koyar. Kişilerin gündelik yaşamlarında birbirleriyle ve farklı kurum, organizasyon ve gruplarla kurdukları ilişkiler sonucunda birbirlerinden etkilenmedikleri düşünülemez. Popüler kültür de bu

etkileşimler sonucunda kişilerin hayatlarına farkında olarak ya da olmayarak dayatılır ve ister istemez kişiler popüler kültür öğeleriyle etkileşime girerek ondan etkilenir ve birbirlerini etkilemeye devam ederler. Bu etkileşimler sonucu hayatlarımıza giren popüler kültür öğeleri ister istemez yeme içme alışkanlıklarımız üzerinde etki göstermektedir. Katılımcıların çoğu popüler kültürün etkilerinin olduğunu kabul etmekle birlikte bu etkiyi olumsuz ve geçici olarak yorumlamışlardır. Ancak özellikle kent yaşamının zorunlu bıraktığı daha hızlı yaşam biçimlerinin, kadının iş hayatında aktif rol almasıyla değişen rolleri ve fast food yeme alışkanlıklarının yaygınlaşmasının yemek kültürünü etkilemeyeceği düşünülemez. Küreselleşmenin etkilerini daha kalıcı ve olumlu yorumlanmıştır.

Küreselleşmeyle sınırları adeta ortadan kalkan dünyada bilgiye ulaşmak da artık daha kolaydır. Her ne kadar katılımcılar tarafından küreselleşmenin etkileri daha olumlu algılansa da bu etkilerle mutfaklarımıza giren yeni ürünler, uluslararası mutfaklara ait yemekler sadece restoranların menülerinde değil aynı zamanda evlerimizin mutfaklarında da yerlerini almıştır. Yani kamusal alan ve özel alan arasında yemek bakımından farklılıklar azalmaktadır. Yine katılımcılar tarafından olumsuz bir popüler kültür yansıması olarak görülen fast food yeme alışkanlığı da aynı zamanda küreselleşmenin etkilerinden biridir. Küreselleşmeyle tek tipleşen dünyada McDonald's tarzı restoranların yaygınlaşması yemeğin de tek tipleşmesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.2.2. Türk Yemek Kültürüne Ait Yemeklerin Unutulma Tehlikesi

Uzmanlara sorulan bu soruda amaç Türk yemek kültürüne ait değerlerin ne derece korunabildiği ve bazı tariflerin kaybolmakta olduğu konusunda ki düşüncelerini ortaya koymaktır.

Çok zengin bir geçmişe, coğrafyaya, kültüre sahip olan Türk mutfağına ait yemekler son zamanlarda pek çok yemek profesyoneli tarafından tekrar gün yüzüne çıkarılmaya çalışılsa da bazı reçeteler küreselleşme ve ona bağlı kültürel etkilerle kaybolmakta mıdır sorusuna katılımcıların çoğu yeni nesillere aktarılmadıkça, uygulanmadıkça kaybolabileceğini belirtirken, dört katılımcı reçetelerin kaybolmayacağını savunmuştur. Tek tek katılımcı cevaplarını inceleyecek olursak, Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 6, Katılımcı7, Katılımcı 9, Katılımcı 10, Katılımcı 11 ve Katılımcı 12 tariflerin, reçetelerin, kaybolma ihtimalini yüksek bulmuştur.

Katılımcı 2 tariflerin yapılmadıkça ve sonraki nesillere aktarılmadıkça kaybolabileceğini belirtmiş, Katılımcı 3 ise sadece yazılı kaynakların olmasının yetmeyeceğini, uygulama olmadıkça unutulma olasılığının yüksek olduğunu söylemiştir. Katılımcı 6'ya göre bir dönem batıya özenme sebebiyle sahip çıkılamayan Türk mutfağının bazı tariflerini kaybetmiş olabileceğini, unutulanların unutulmuş olduğunu ancak yine de bu tarifleri tekrar gün yüzüne çıkarabilmek için güzel çalışmalar yapıldığını vurgulamıştır.

Katılımcı 7, reçetelerin aktarılmadıkça kaybolmakta olduğunu düşündüğünü belirtmiş ve bunun sebebinin de *“şehirli olmak, çalışma hayatı bizlerin bu yemekleri aktarmasını zorlaştırırken, çocukların da ellerinden düşürmedikleri telefonlarla bu tarz tarif öğrenmek gibi şeylere ilgisi azalıyor”* (K7-Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle açıklamıştır.

Katılımcı 9, eskiden yapılan birçok tarifin artık daha az sıklıkla karşımıza çıktığını, bazılarının artık zamanının dolmuş olabileceğini ve bazılarının da peşinden koşulmaması gerektiğini söylerken *“alışkanlıkları kaybetmek bana daha kötü geliyor tarifi kaybetmekten, tarif çok önemli bir şey değil, tarifler gelir geçer, değişir, yenisi yapılır, farklılaşır ama alışkanlıkları kaybetmek ki Türkiye’de çok kaybettik biz. Şimdi baktığım zaman yani eskiden yapılan şeylerin neredeyse hiçbiri yapılmıyor”* (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle alışkanlıklara vurgu yapmış ve geleneksel mutfağı yaşatmaya çalışan insanların ve çalışmaların olduğunu da eklemiştir.

Katılımcı 10, reçete değil yerel tarif olarak değerlendirmek gerektiğini söylemiş ve kaybolma nedenlerini *“damak tadı değişti, bitki ve hayvan yani flora ve fauna değişti, eskiden bulunabilenler artık yok, işte ekonomik olarak satın alınamayabiliyor, dış uyaranlar çok fazla yani televizyonda ve gazetelerde sıfır beden kadınlar var, sonra teknoloji gelişti, bunu kendi bulunduğu alanda, yaşam alanında görmüyorsa da kadın ya da erkek televizyondan ya da gazete gibi dış uyaranlardan, bilgi veren uyaranlardan görüyor ve daha kolay bir hayat olduğunu farkedip eski zor üretim tekniklerinden vazgeçiyor”* (K10-Mutfak kültürü araştırmacısı, Kadın, Yaş: 53) şeklinde sıralamış ancak popüler kültür ürünü olan birtakım televizyon programları, yazılı ve görsel medyada çok izlenen programlarla birlikte gün yüzüne çıkarılan geleneksel tariflerin tekrar popülerleşebildiğini ancak bunun sürdürülebilirliği hakkında şüpheleri olduğunu vurgulamıştır.

Katılımcı 11, küreselleşme ve popüler kültürle birlikte hayatımıza giren hızlı ve hazır yemek kültürüyle birlikte ürünün kalitesi ve geldiği coğrafya gibi önemli noktaların değersizleştiğini, bununla birlikte tariflerin özünden uzaklaştığını ve tariflerin bu gibi sebeplerle kaybolmakta olduğunu doğrulamış, ancak son yıllarda bu duruma karşı çalışmalar olduğunu, *“Biz de mesela bunu gündeme getirdiğimiz için ata tohumu yetiştiriciliğini şu anda daha çok aşılamaya çalışıyoruz, böyle çalışmalar yapıyoruz. Bakanlıklar da bunlara destek veriyor. Bunlarla birlikte anne reçetesi dediğimiz, anneanne reçetesi dediğimiz eskiye dayalı, özü bozulmamış reçeteleri toplayıp bir araya getirip önümüzdeki nesillere sunmak adına kitaplar haline getiriyoruz, okullarda ders niteliği taşıyan bir duruma getiriyoruz. Ancak bu şekilde bu işin kurtuluşu olacağını düşünüyorum ama maalesef ki gerçekten çok önemli reçetelerimiz yavaş yavaş kayboluyor ya da aslı değişiyor diyelim”* (K11- Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 12 ise reçetelerin, tariflerin uyarlanma aşamasında aslından uzaklaşarak kaybedildiğini ancak profesyonellerin yapacakları çalışmalarla bu durumun engellenebileceğini ve bundan sonrası için tariflerin ileriye taşınabileceğini belirtmiştir.

Katılımcı 1, Katılımcı 4, Katılımcı 5, ve Katılımcı 8 ise reçetelerin kaybolmakta olduğu düşüncesine katılmamıştır. Katılımcı 1, reçetelerin kaybolmayacağını ancak tercih edilmedikçe insanlar tarafından unutulabileceğini ve bir geriye gidiş söz konusu olabileceğini düşünürken, Katılımcı 4, yapılma sıklıkları azalsa da tamamen kaybolacaklarını düşünmediğini belirtmiştir. Katılımcı 5 ise bu düşüncenin doğru olmadığını, aksine geleneksele dönüş olduğunu savunmuş ve *“aslında şu an popüler olan geleneksel olan oldu diye de yorumlayabiliriz”* (K5-Yiyecek içecek müdür, Kadın, Yaş: 45) şeklinde düşüncesini ifade etmiştir. Katılımcı 8, reçetelerin asıllarının asla kaybolmayacağını söyleyerek bu konuda çalışmalar yapan şeflere örnekler vermiş ve bu konuda çalışanların, konuyu bilenlerin, kaynakların, kitapların olduğunu ve bu sebeple reçetelerin kaybolmayacağını ancak belki kaynaklara girmeyenlerin kaybolabileceğini, onu da bizlerin bilemeyeceğini belirtmiştir.

Katılımcı cevaplarına bakıldığında farklı görüşler ortaya çıktığı görülmektedir. Ancak her ne kadar yazılı kaynaklarımız olsa da, tariflerimiz yapılmaya devam edilse de ve hatta yeni çalışmalarla eski tarifler gün yüzüne çıkarılmaya çalışılsa da, değişen doğa, bitki, hayvan ve dolayısıyla ürün çeşitliliği aynı olmaktan çok uzakta

olduğundan eski tariflerin uygulanabilirliği azalmaktadır. Hatta kullanılan tohumların bile yerli olmadığı ürünler ortaya çıkmakta ve o ürünlerle yapılan yemekler ne kadar yerel olmaktadır? Yapılan tarifler sonucunda ortaya çıkan yemek çoğunlukla aynı üretim teknikleri de uygulanmadığından döneminde yapılan yemekle aynı olup olmadığı tartışmalı bir konudur.

4.2.3. Küyerelleşmenin Türk Yemek Kültürü Üzerindeki Etkileri

Son yıllarda hayatımıza daha çok giren küyerelleşme mutfakları da etkisine alarak bu alanda çalışanların da dikkatini çeken bir konu haline gelmiştir ve etkileri de kaçınılmaz olmuştur. Küresel olan ile yerel olanın birleşimi olarak özetleyebileceğimiz küyerelleşmenin Türk mutfağına, yeme içme alışkanlıklarına etkilerini değerlendirmelerini istediğimiz uzmanlardan üçü bu etkileri olumsuz değerlendirirken altı uzman olumlu değerlendirmiş, üç uzman ise belli koşullar altında olumlu etkileri olacağını savunmuştur. Olumlu veya olumsuz cevaplara bakılmaksızın uzmanların neredeyse tamamı (9 katılımcı) yerel ürün ve yerel üretiminin önemini vurgulamıştır.

Katılımcıların ortak cevapları şu şekildedir,

Olumsuz etkiler,

- Ürünlerin ticarileşebileceği ve buna bağlı olarak kalitesizleşebileceği ve hatta ulaşılamaz hale gelebileceği kaygısı,
- Yemeği, ürünü kimliksizleştirip, kişiliksiz bir hale getirme tehlikesi,
- Bir felsefesi, yapılış amacı olmadığı takdirde ortaya çıkan ürünlerin kitlesel pazarlama ürünü olmaktan öteye gidemeyecek olması,

Olumlu etkileri ise,

- Yerel ürün kullanımının artması ve dolayısıyla üretimin artması,
- Küresel bilgi ve teknolojilerden yararlanarak yerel ürünleri uluslararası kalitede sunma şansı,
- Hamburger, risotto gibi farklı mutfaklara ait yemeklere kendi ürünlerimizi, örneğin Türk peynirlerini koyarak hem kendi ürünümüze sahip çıkmış hem de insanımıza onu tanıtmış olma imkanı olarak ifade edilmiştir.

Katılımcı 1, Katılımcı 5 ve Katılımcı 7 bu etkileri olumsuz olarak nitelemiştir.

Katılımcı 1, küyerelleşmenin etkileriyle ürünlerin ticarileşebileceği ve buna bağlı olarak kalitesizleşebileceği ve hatta ulaşılamaz hale gelebileceği kaygısıyla etkisini olumsuz değerlendirmiştir. Ayrıca geleneksel mutfağı etkilemeyeceğini bir akım olarak gelip geçici olabileceğini savunmuştur.

Katılımcı 5, değişim ve gelişimin önemini vurgulasa da “*yemeği, ürünü kimliksizleştirip, kişisiz bir hale getiriyor*” (K5-Yiyecek içecek müdürü, Kadın, Yaş: 45) sözleriyle küyerelleşmenin etkilerini olumsuz olarak değerlendirmiştir.

Katılımcı 7’ de benzer şekilde küresel ve yerelin birleşiminden oluşan yemek ve mutfakları kimliğini kaybetmiş olarak değerlendirmiş ve bunu “*Buna şöyle cevap vermek istiyorum. Hani Almanca diye bir tabir vardır bizde ne Alman hisseder ne Türk, böyle bir arada kalmışlık durumu. Bu yemekleri de öyle görüyorum aslında biraz. Kimliğini kaybetmiş, havada kalmış*” (K7-Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle açıklamıştır.

Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 8, Katılımcı 9 ve Katılımcı 11 küyerelleşmenin Türk mutfağı ve kültürü için olumlu etkiler yaratacağını savunmuşlardır. Cevapları incelediğimizde,

Katılımcı 2, küyerelleşmenin sadece Türk mutfağı ve Türk yemek kültürü için değil Türkiye için de önemli bir kavram olduğunu vurgularken yerel ürünlerin kullanımının artmasının ve yerel üretimi desteklemenin önemini “*Yani ürüne, yapacağı yemeğe, işe kaliteyi, iyiyi, yöreseli koyuyor. Ona anlam ve değer katıyor. Bence çok kıymetli, özellikle yerel üretimi desteklemek açısından yerelde kalmak çok önemli, tarım olsun, hayvancılık olsun, arıcılık hepsi için, ülkemizin geleceği için gelişime açık olup, dünyayı küresel olanı takip edip kendi yerel ürünlerimizi desteklemek çok çok önemli*” (K2- Restoran işletmecisi, Kadın, Yaş: 40) sözleriyle ifade ediyor.

Katılımcı 4, mutfağı etkilerinin olumlu olacağını, geleneksel tariflerimizi de bir taraftan korurken, yeni ürün ve metotların kendi mutfağına entegre edilerek oluşturulacağı yeni mutfağın geleceğin gelenekseli olan melez bir mutfak olacağını savunurken yerel üretimin ve ürünün önemine değinmiş ve bunu “*çeşitlilikler bence mutfağın zenginliği açısından önemli. Yerel üretimi desteklemek tabii burada çok önemli, küresel düşünüp yerel kalabilmek yerli, bize has olan kendi topraklarımızda*

yetiştirdiğimiz ürünlerle mümkün olabilir ancak” (K4-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 35) sözleriyle açıklamıştır.

Katılımcı 9’da kendisinin de yaptığı hamburger, risotto gibi yemeklerde yerli peynirler kullanarak bu peynirlerin varlıklarının ön plana çıkarılmasının sağlandığını *“Konya küflü peynirini kullanırken Fransa’nın Rokforunu övmeyi bırakıyoruz ve diyoruz ki arkadaş onun aynısından burada da var, yani bunla da yapabilirsin, ya da burgerlerde göbek kaşar kullanımı evet İngiliz’in, Amerikalının cheddar peyniri varsa bizim de göbek kaşarımız var, oluyor yani kullanırsan. Pizzada dil peyniri kullanabilirsin. Bunların faydasının olduğunu düşünüyorum ben, en azından insanlar farkına varıyor, sadece ürüne sahip çıkmak değil, insanlar diyor ki evet ya biz de böyle bir şey var yani varmış”* (K9-Şef-Restoran Sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle belirtmiştir.

Katılımcı 11 de doğru bir akılla, felsefeyle, düşünce yapısıyla birleştiğinde küyerelleşmenin Türk mutfak kültürüne çok önemli kazanımlar sağlayacağını *“işte bu iki düşünceyi bir araya getirdiğinizde çok doğru sonuçlar çıkıyor. Küreselleşmeyle doğru beyin, doğru akıl, Türk mutfağını inanılmaz yerlere götürebilir”* (K11- Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 6, Katılımcı 10 ve Katılımcı 12 belli koşullar altında olumlu olabileceğini savunmuşlardır. Buna göre,

Katılımcı 6, Belli sınırlar dahilinde küyerelleşmenin mutfaklara geçirilebileceğini savunmuştur. Küresel pişirme ve sunum tekniklerini alarak farklı yörelerimizin yemeklerini bir tabakta birleştirme fikrine olumlu bakarken, değişimin ürünlerde yapılması durumunda bunu Türk mutfak kültürünü baltalamak olarak tarif etmiştir.

Katılımcı 10, küyerelleşmenin etkilerini ancak yapılan yemeğin neden o şekilde yapıldığının anlatılarak, neden içine konulan o malzemenin seçildiğini, hangi coğrafyadan, hangi koşullarda yetişip son haline geldiğini anlatarak, farkındalık yaratarak anlamlı ve olumlu olacağını vurgulamıştır. Eğer yaptım oldu şeklinde bir yaklaşımla kelimelerden öteye geçemeyecek, sadece yemek isimleri olarak kalacak olursa bu ürünler kitlesel bir pazarlama ürünleri olmaktan öteye geçemeyeceğini ve bunun da tehlikeli bir durum olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcı 12, küyerelleşmenin mutfaklarımızdaki etkisinin ancak tariflerimizin aslına uygun kalarak korunabildiği, dejenere edilmediği ancak nasıl daha iyisini yapabilirimin düşünüldüğü koşullarda olumlu olacağını vurgulamıştır. Sadece yemekte değil bilim ve teknolojide de küreselden yararlanmamız gerektiğini aynı zamanda yerel üretime önem vermemiz gerektiğini “*Yerele değer vermek, yerel üretime destek olmak bizim yeme-içme sektörümüz için de çok önemli yani siz bir ürünün orijinalliğinin korunmasını istiyorsanız yerelden yetiştireceksiniz, kullanacaksınız. Ama Meksika’dan kuru nohut alıp burada humus yaparsanız yani o biraz farklı bir şey olur. Olmuyor mu böyle şeyler oluyor tabii ama tabii ki sizin toprağınızda yetişen gibi olmuyor*” (K12- Yönetici şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle açıklamıştır.

Küreselleşme tartışmaları içinde kültürel melezleşme altında ele alınan küyerelleşme kavramı küreselleşmeyi olumlu olarak ele alan ve kısaca yerel olan ile küresel olanın birleşiminden doğan ürünlere yol açan bir süreç olarak tarif edilir. Katılımcıların çoğu tarafından da olumlu karşılanan yemeğin küyerelleşmesi özellikle yerel ürünlerin tanıtılması, yerel üretime katkı sağlayacak olması ve bu sırada da küresel teknolojilerden yararlanarak dünya standartlarında kaliteli ürünlerin çıkartılmasında etkili olacaktır. Yerel ürünlerin kullanılmasıyla yerele olan talep artacak dolayısıyla da üretilmesi yaygınlaşarak ve küyerelleşme yerel kalkınmaya da katkı sağlayacak bir süreç olacaktır.

4.3. Yemek Profesyonellerinin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

İnsan faktörü her alanda bulunduğu ortamı etkileyen, dönüştüren bir etkidir. Yeme içme kültürümüzü şekillendiren en önemli bileşenlerden biri de yeme içme sektöründe çalışan konunun uzmanı şefler, yemek ve mutfak araştırmacılarıdır. Ancak tabii bu profesyonellerin de popüler kültür ve küreselleşmenin getirdiklerinden etkilenmemeleri mümkün değildir. Buna göre yemek profesyonellerinin ellerinde yemek kültürünü etkileyecek, dönüştürecek güç mevcuttur varsayımıyla bu kategori oluşturulmuştur.

Bu kategori altında sorulan soruların amacı yiyecek-içecek sektörü çalışanlarının, özellikle şeflerin, yemek ve yemek kültürü araştırmacılarının Türk yemek kültürünü ne şekilde etkilediğini ortaya koymaktır. Kategori altında üç soru sorulmuştur.

4.3.1. Geleneksel Türk Yemeklerinin Yaşatılmasında Meslek Profesyonellerinin Rolü ve Türk Yemek Kültürünün Değişiminin Kaçınılmazlığı

Katılımcılara Türk yemek kültürü üzerine çalışmalar yapan şeflerin ve araştırmacıların çabalarının karşılık görerek geleneksel Türk yemek kültürünü yaşatmaya devam mı edeceği yoksa değişimin kaçılmaz mı olduğu sorulmuş ve Katılımcı 9 dışında tüm katılımcılar değişimin kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı 9 ise geleneksel yemek kültürünün korunmaya devam edeceğini ancak Türkiye’de bu konuda çalışmalar yapan araştırmacıların yeterli değeri görmediğinin de altını çizerek, popüler olan kişiler sayesinde bu tanıtımların başarıya ulaştığını vurgulamıştır. Ancak ne kadar araştırma yapılsa da Türk insanın okumamasından kaynaklı bu araştırmaların insanlara ulaşmasının zorluğunu *“Bu işin popüler olması gerekiyor. Öyle şovalye ruhuyla yapılmaz, ben akademik araştırma yapayım da herkes gidip işte kitap alsın, kitabın yüzbin basar, araştırmanı bin kişi okursa çok mutluyuz. Yani herhangi bir insandan bahsediyorum yani bu araştırma üzerine değil. Çünkü Türkiye’de kimse okumuyor”* (Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 7 de benzer şekilde cevap vermiş, değişimin kaçınılmazlığına vurgu yaptıktan sonra çabaları yetersiz bulduğunu ve kısıtlı çevrelerin ilgisini çektiğini *“Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir diye başlamak istiyorum. Ben bu çalışmaların yeterli olduğunu düşünmüyorum. Evet birçok şef ve araştırmacı bir takım kitaplar yazıyor ama bunları kimler alıyor, kimler okuyor. Kısıtlı bir kesim alıyor ve ilgileniyor. Aynı şekilde bu yönde açılan restoranlar da fiyatların yüksekliğinden yine belli bir kesime hitap ediyor. Dolayısıyla geneli etkileyemediğinden çabaları yetersiz diye düşünüyorum. Buna bağlı olarak da değişim belli ölçülerde kaçınılmaz. Türk halkı türk damak tadından uzaklaşamaz ama ufak da olsa değişimler yaşanacaktır”* (Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle açıklamıştır.

Bunun dışında değişimin kaçınılmaz olduğunu vurgulayan katılımcılar Türk mutfağının yaşatılması için yapılan çalışmaların son yıllarda artışta olduğunu ve durumun Türk mutfak kültürüne ilgiyi arttırdığını kabul etmekle birlikte çalışmalarını yetersiz bulmuşlar, değişimi kaçınılmaz ve olumlu olarak yorumlamışlardır. Türk

mutfak kültüründe değişimler yaşanacak olsa da Geleneksel yemeklerin bundan etkilenmeyeceği de görüşler arasındadır.

Katılımcı 3 değişimi kaçınılmaz bulmakla birlikte Türk mutfağında iki yönlü bir ilerleme olacağını, bir taraftan geleneksel mutfağa ait klasik yemeklerin değerini korurken, diğer taraftan Türk mutfağında birtakım değişimler olacağını kabul ettiğini *“Ben değişimin kaçınılmaz olduğunu düşünüyorum. Ama şunu da düşünüyorum her ne kadar değişim olacak olsa da böyle iki kollu olacak nasıl şimdi olmakta, yani mesela hünkar beğendiyi hünkar beğendi gibi yapıp sunan restoranlar da var kendi yorumunu katıp onu değiştiren uluslararası mutfaklardan ürünleri yemeğe entegre edenler de var. Ama zamanla her şey değişiyor klasik tarifler aslını korusa da birçok yemekte değişim olacaktır”* (K3-Şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 3 ve diğer pek çok katılımcının sözünü ettiği değişim biçimi küreselleşme tartışmaları içinde farklılıkları savunan küresel kültür biçimleri içindeki “kutuplaşma olarak küresel kültür”ü savunanların yaklaşımına benzer şekildedir. Buna göre, küreselleşmeden etkilenen Türk yemek kültürü diğer kültürlerle girdiği etkileşim sonucu tamamen bir benzeşme yaşamayacak, ufak yüzeysel etkilenmelerle özünü koruyarak yaşamaya devam edecektir. Ancak katılımcılar geleneksel Türk mutfağının ve ona ait yemeklerin korunacağını ifade ederken Türk yemek kültürünün geleceği için değişimin kaçınılmaz olduğunu vurgulamışlardır. Gerçekten de Türk mutfağının geçmişine, tarihi gelişimine baktığımızda her dönem değişimlere uğrayarak bu güne geldiğini görmekteyiz. Orta Asya’dan başlayıp günümüze gelen Türk mutfağı bundan sonrada kültürüne eklediği yeni ürün ve tekniklerle gelişmeye ve değişmeye devam edecektir.

Türk yemek kültürünü yaşatmaya yönelik meslek profesyonellerinin çabaları ise ne yazık ki hem yeterli değeri görememekte hemde yetersiz kalmaktadır. Devletin de araştırmaları desteklemesine ve konuyla ilgili kitaplar basılmasına katkılarına rağmen kitaplar hem ulaşılamayacak pahalı hem de Türk insanın okuma alışkanlıkları da kitapları edinmek konusunda yeterli değildir. Bu sebele yapılan araştırmalar sadece konuya ilgisi olan kesimlerce takip edilebilmektedir.

4.3.2. Genç Kuşak Şeflerin Geleneksel Yemekleri Yeniden Yorumlamaları

Son yıllarda adeta yeni bir akım olarak ortaya çıkan ve sayıları her geçen gün artan genç kuşak şef restoranlarında uygulanan yemek pişirme ve sunum tarzlarının farklılıklarının ve özellikle geleneksel yemeklere yapılan modern dokunuşlarla o yemeğe kendi yorumlarını katarak yeni bir biçim vermelerinin uzmanlar tarafından nasıl karşılandığını ortaya koymayı amaçlayan bu soruya verilen cevapların tamamında uzmanlar bu durumu olumlu karşıladıklarını belirtirken sebeplerini ve düşüncelerini şu şekilde açıklamışlardır;

Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 9, Katılımcı 10, Katılımcı 11 ve Katılımcı 12'nin cevapları benzer şekildedir. Katılımcılar şeflerin geleneksel yemeklere kendi yorumlarını katmalarını olumlu yaklaşırken genel olarak bunun bir ölçüsü olması gerektiğini ve orijinal tariflerden ve ürünlerden çok uzaklaşılması gerektiğini savunmuşlardır. Katılımcı 9 ve Katılımcı 10 ise bu değişimin “*bir amacı, bir derdi, hikayesi, geçmişi olması yaptım oldu şeklinde olmaması*” gerektiğini belirtmişlerdir.

Katılımcı 1 mesleki derinliğin önemini vurgulamış ve ürünün iyi tanınıp hakkının verilerek yapıldığı sürece bu durumu olumlu karşıladığını “*Bence olumlu, ben olumlu karşılıyorum. Bir müdahale olarak görmüyorum ama şunun altını çizmem lazım, mesleki derinliği olduğu sürece, hakkını vererek o derinliğin üzerine bir şey inşaa ediyorsa baktığımda bunun güzel olduğunu söyleyebiliyorum, o işe değer veriyorum. Ama şunu söyleyeyim, örneğin beğendi yapmayı bilmeyen birisi ya da pathcanı ürün olarak iyi tanımayan birisi kalkıp onun üzerinde çalışma yapması ve beğendi diye adlandırması o biraz olmuyor diye düşünüyorum*” (K1-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 48) sözleriyle belirtmiştir.

Benzer şekilde Katılımcı 2 şefleri sanatçı olarak betimleyip özgür olmaları gerektiklerini vurgularken bu dokunuşların ayarında güzel olacağını ve ürünü sevmenin saymanın bu konudaki önemini vurgulamıştır.

Katılımcı 6 bu yeni yaklaşımı ve yorum yemekleri olumlu karşıladığını “*değerimizi nasıl yaşatabiliriz, güncelleyerek, güncel tutarak, ama bir uyarı da olmalı yani kendi özünü, öz değerini, lezzetini kaybetmeden*” (K6-Eğitmen şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle ifade etmiş, bunu öz mutfak kültürümüzden vazgeçmeden yapmanın doğru olduğunu belirtmiş, ancak Türk bir şefin önce kendi kültürünü, kendi kültürüne

ait ürünleri iyi tanınması, bilmesi gerektiğini, Türk peynirlerine gereken özen gösterilmezken İtalyan peynirlerine kendi peynirlerimizden daha çok değer verilmesinin ve kullanılmasının yanlış olduğunu vurgulamıştır.

Katılımcı 9, olumlu yaklaştığını ancak bunu yaparken insanın bir derdi olması yani bir yapılış amacı olması gerektiğini söylemiş ve “*ben Türkiye’yi geziyordum, bir çok şehri de gezdim, gittiğim her yerde de bir şekilde esnaf lokantasına gittim. Her yerdeki ezogelin çorbası farklı. Herkes kendi yorumuyla yapmış. Benim annem Rizeli, Rize’de bile, çok küçük bir yerde bile sadece annemlerin ailesini alsak hepsi ayrı muhlama yapıyor ve diyor ki ben böyle yapıyorum. Şimdi oradaki insanın bu rahatlığı varsa yeni nesil genç diye adlandırdığımız birinin neden olmasın. Üstelik bazıları çok da iyi sonuç veriyor olabilir*” (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle insanlar evlerinde bu rahatlığa sahipken neden şefler olmasın diye konuya yaklaşmış ancak bazı yemeklerin olduğu gibi kalması gerektiğini, coğrafi olarak da uygunluğun olmasının önemini vurgulamış ve Türkiye’den bu işi başarıyla yapan şeflere ve yemeklerine örnekler vermiştir.

Benzer şekilde Katılımcı 10 da bu yeni dokunuşların olması gerektiğini ancak ezber yaptım oldu şeklinde olmaması gerektiğini “*Olmalı, ama iyi örnekler olmalı, yaptım oldu değil. Fakat bunu yaparken o özgün tarifi gerçekten içselleştirmiş olmalı, yani onun bir felsefi boyutu vardır, bir gerekçeleri vardır, bir antropolojik süreci vardır belki, ona bakmaları gerekiyor. Ezber olmamalı yani*” (K10-Mutfak kültürü araştırmacısı, Kadın, Yaş: 53) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 11, yemeğin iskeletine sadık kalındığı sürece çok olumlu yaklaştığını ve uyguladığını söylemiş, farklı teknik ve dokunuşlarla yemeklere çok farklı anlam ve lezzetler katılabileceğini vurgulamış ve bunu “*burada vurucu, bitirici, bizim umami dediğimiz tatlar yakalamak, dört ya da beş elementle yemek yapmak, insanları belirli bir serüvende yaşatmak, yani ilk ağzına aldığı lokmadan son kaşığı çıktığında ağzında kalacak tat kadar hesaplamak, bunlar çok önemli şeyler ki bunlar gelecekte zaten işte kültürümüzü yaşatmamızın en önemli yolları o yüzden son derece desteklediğim bir durumdur*” (K11- Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle açıklamıştır.

Katılımcı 4 ise kendini de bu yeni nesil şeflerden biri olarak tanımlamış ve düşüncesini “*kendim de yaptığım için söylemiyorum ama denemek güzel bir şey, körü*

körüne eskiye, geleneksele saplanıp kalmak gereksiz diye düşünüyorum ve ayrıca onu yapan da birçok şef, birçok restoran var isteyen gelenekseli tercih eder, isteyen de yeniliği, yorumlanmış yemekleri. Tercih meselesi” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcı cevaplarına baktığımızda Cevapların ortak yönleri, yemeğin, ürünün kimliğine, geçmişine zarar vermeden saygı duyularak, düşünülmüş, ölçülü yapılmış uyarlamalar ve modern dokunuşların olumlu sonuçlar getirecek olması ve yapılan bu değişikliğin bir amacı olması gerektiği, yaptım oldu şeklinde değil, orijinal tarif nasıl bir amaç doğrultusunda ortaya çıktıysa uyarlamanın da bir amacı, hikayesi olması gerektiği şeklindedir.

Son yıllarda özellikle yeni nesil şefler olarak adlandırılan genç kuşak şeflerin Türk yemek kültürüne ait tariflere kendi yorumlarını katarak yeniden biçim vermeleri tüm katılımcılar tarafından olumlu karşılanmıştır. Fakat bu kadar yaygın hale gelerek popülerleşmesi onu bir popüler kültür ögesi haline getirerek ticarileşmesine neden olurken, bilen bilmeyen herkes tarafından popülerliliğinden fayda sağlamak amacıyla uygulanması Türk mutfağı için olumsuz olacaktır.

Katılımcılara sizce bu akım Türk mutfak kültürü için tehlike midir, yoksa yeni bir melez mutfağın doğuşu olarak mı görülmelidir? Yorumlar mısınız? Şeklinde yönelttiğimiz bir sonraki soruda amaç, geleneksel Türk yemeklerine şefler tarafından yapılan yeni ve modern dokunuşların Türk mutfağında bir melezleşmeye sebep olup olmadığının uzmanlar tarafından değerlendirilmesidir.

Bu akım Türk mutfak kültürü için tehlike midir, yoksa yeni bir melez mutfağın doğuşu olarak mı görülmelidir sorusuna verilen cevaplarda ise katılımcılar melez mutfak konusunda ikiye ayrılmış ancak katılımcı 9 dışında tüm katılımcılar şeflerin geleneksel yemeklere yaptıkları modern dokunuşları Türk mutfağı ve yemek kültürü için bir tehlike olarak görmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcı 9 ise sadece bu akım değil her türlü akımın Türk mutfağı için tehlikeli olacağını *“herhangi bir akım Türk mutfağı için zarardır. Akımın ne olduğu önemli değil çünkü biz bunu çok yanlış anlıyoruz. Dünyada bir yerde bir akım çıkıyor, hop koşmaya başlıyoruz, akıma gerek yok. Ama akım yaratabiliriz. Çünkü bu topraklar çok müsait”* (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle her akımın bizim onu dejenere etme potansiyelimizden dolayı tehlikeli olabileceğini ifade etmiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplara bakıldığında 5 uzman; Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 4 ve Katılımcı 11 melez bir mutfağın doğuşunu onaylayıp, bunu Türk mutfağı için tehlikeli görmediklerini belirtmişlerdir. Buna karşılık Katılımcı 5, Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 8 ve Katılımcı 10' dan oluşan 5 uzman yine bu akımı tehlike olarak görmezken melezleşme olarak görülemeyeceğini söylemiştir. Katılımcı 9 da melezleşme olarak görülüp görülmeyeceğinden emin olmadığını, Katılımcı 12 ise melezleşmenin olup olmayacağını ve bunun tehlikesini yerel üretim ve tariflerin asıllarına sadık kalınmasına bağlamıştır.

Melez mutfak ile ilgili katılımcı görüşlerine bakıldığında 5 katılımcı melez mutfak kavramını kabul etmiş, 5 katılımcı melez mutfak olarak değerlendirmemek gerektiğini ifade ederken 2 katılımcı bu ifadede emin olmadıklarını belirtmişlerdir. Melez mutfak olarak değerlendirenlerin cevaplarına baktığımızda verilen ortak cevaplar,

- Geleneksel yemeklerin ayrıca kendini koruyacağı ancak bu yeni ürünlere talep oldukça yakın gelecekte olmasa da sonunda bu ürünlerin mutfaklara gireceği, yeme-içme alışkanlıklarına eklenerek zamanla melez bir mutfak anlayışının oluşacağı,
- Melez mutfağın sadece bu modern dokunuşlarla değil, ekonomik sebeplerle değişmek zorunda kalan yemekler, alınan göçlerle mutfağımıza dahil olan ve olacak yemeklerle, oluşacağı.

Melez mutfak olarak tanımlanmaması gerektiğini savunan katılımcı cevapları,

- Geleneksel olanın zaten geleneksel olarak kalacağı ve melez yerine yeni nesil mutfak anlayışının daha uygun bir tanım olduğu,
- Melezleşme olarak değerlendirilmemiş tam tersi bu yeni akımın kendi kültürümüze sahip çıkmak olduğu ve bu geçişin çok doğru ve hatta geç kalınmış bir geçiş olduğu,
- Melez yerine güncellenmiş kelimesinin tercih edilmesi gerektiği,
- Bunun melez bir mutfağın doğuşu olarak görülemeyeceği çünkü zaten bu uyarılama yemeklerin çok kısıtlı restoranlarda, deneysel ve özel yemekler olarak hazırlandıkları dolayısıyla Türk yemek ve mutfak kültürü içinde yerleşik olamayacakları ifade edilmiştir.

4.4. Geleneksel Türk Yemek Kültürünün Yeniden Üretimi

Marshall (1999, s. 258-259) geleneği “belirli davranışsal rol ve değerleri benimseyip aşıl原因an, gerçek ya da hayali bir geçmişle süreklilik gösteren ve genellikle yaygın biçimde benimsenen ritüeller, ya da başka sembolik davranış biçimleriyle ilişkili toplumsal pratikler kümesi” olarak tarif etmiştir. Aydın ise (2013, s. 170) gelenek kavramını “katı ya da yumuşak yaptırımları olan, bir şey yaparken belli yolları izleme imkanı veren, dolayısıyla da daha önce ortaya konmuş şeyleri devam ettirmeyi esas alan kültür kalıplarıdır” olarak açıklamıştır. Buna göre geleneksel kavramı da gelenekle ilgili olan, geleneklere dayanan olarak tarif edilebilir. Ancak görüldüğü üzere gelenek tanımlarının çoğu değişimi içine almamaktadır. Ekici'nin (2008, s. 36) “eskiden beri devam edip gelen, ancak birey ve toplum tarafından belli seviyede ve aslını kaybettirmeyecek şekilde çeşitli özelliklerinin değiştirilmesine izin veren, eski ve yeni unsurları birleştirerek her dönemde yeniden düzenlenerek yaratılan ve varlığını bu şekilde sürekli kılan yapılardır” şeklinde ifade ettiği gelenek tanımı değişimi içine alan bir tanım olarak karşımıza çıkar. Bu kategori geçmişte mutfaklarımızda olmayan ancak sonradan coğrafyamızın tanıdığı, kabul ettiği bazı ürünlerin bugün artık mutfaklarımızın vazgeçilmez bir parçası olarak geleneksel kabul edilmelerinden yola çıkarak, bugünün yeniliklerinin yarının gelenekseli olarak tarif edilebileceği varsayımıyla oluşturulmuştur.

Bu kategori altında tek soru bulunmaktadır ve amacı geleneksel yemeklere yapılan yeni dokunuşların, eklenen yeni ürün, malzeme ve tekniklerin zamanla Türk mutfağına eklenip geleceğin gelenekselini oluşturup oluşturmayacağı yönündeki uzman görüşlerini ortaya koymaktır.

Günümüzde Türk mutfağı için yeni olan birçok ürün gerek yeni tarifler yaratırken gerekse geleneksel yemeklerimize entegre edilirken oldukça fazla kullanılmakta. Geçmişin yenilikleri bugünün geleneksel mutfağında yerini almışken bugünün yenilikleri gelecekte yeni geleneksel olacak mıdır sorusuna aradığımız cevaba tüm katılımcılar olumlu cevap vermiş, yani yeni ürünlerin zamanla kullanım sıklıklarıyla mutfağımıza entegre olacağını ve yeni geleneksel olacağını savunmuşlardır.

Katılımcı 1 “*Evet nasıl geçmişte yeni eklenen ürünler bugün geleneksel mutfağıımızın ve kültürümüzün parçası haline geldiyse yine aynı şey olacaktır.*”

Özellikle bu günlerde gıdanın ve üretimin azalmasıyla, onların yerlerine gelecek yeni ürünlerle yapılan yemekler yıllar sonra mesela yüz yıl sonra mutfak kültürümüzde, yemek alışkanlıklarımızda yerini alacaktır diye düşünüyorum ben” (K1-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 48) sözleriyle sadece yeri ürünlerin mutfaklarımıza girmesinden kaynaklı değil aynı zamanda gıdanın ve gıda üretiminin azalmasından dolayı da ürünlerde değişim olacağını ifade etmiştir.

Katılımcı 2 de benzer şekilde yeni gelenekselin kıtlıktan doğabileceğini “...bazı yiyeceklerin, ürünlerin dünyadaki hareketine bakarsanız bugün mutfağımızdan eksik olmayan birçok ürünün geçmişte bizim topraklarımızda yetişmediğini görürsünüz. Bugün de zaten kötüye giden tarımla birlikte yeni ürünlerin eklenmesini geçiyorum ürünlerin eksilmesiyle tarifler değişebilir ve yeni geleneksel kıtlıktan doğabilir. Tabii bu kötü senaryo. Umarım öyle olmaz da mutfağımız ve insanımız zenginleşerek yeni bir geleneksel yaratır” (Restoran işletmecisi, Kadın, Yaş: 40) sözleriyle açıklamıştır.

Katılımcı 11 yeni ürünlerin geleceğin gelenekselini oluşturacağını “...Yani şöyle düşünün bugün domates hepimizin mutfağında vazgeçilmez ama 16. 17. Yüzyıla kadar hiç bilinmeyen bir ürün olması. Yani örnek veriyorum 90’lı yıllarda 92-95 yılları arasında kivi’nin hayatımıza girişi, ama bugün ne kadar standart oldu. Kiviye şimdi coğrafi işaret alınmış, çünkü Türkiye’de yetişmeyecek hiçbir şey yok. Mesela avokado Alanya Gazipaşa tarafında inanılmaz yetiştiriliyor. Düşünün bugün avokadoyu herkes evinde çocuklarına, kendine hazırlıyor...” sözleriyle bazı ürünlerin çoktan yerel kabul edilmeye başlandığını ifade ederken gelecekte Türk mutfağının sağlam bir iskelete sahip olabilmesi için gerekenleri ise “...öyle bir yol izlememiz gerekiyor ki ürünleri iyi tanıyarak, hangi bölgede, hangi toprak verimliliğinde, yani bugün Türkiye’de bu kadar üzüm yetişirken bizim doğru düzgün çok kaliteli şaraplar yapamıyor olmamızın örneği gibi düşünün, aslında elinizde envanter var, malzeme var ama yeterli bilgi ve yeterli eğitim, yeterli çağ atlama yok. Sadece küreselleşmenin etkisiyle ürün almak yetmez kültür ve teknik de almamız lazım, bu bakış açısıyla gidersek gelecekte yemek kültürümüz çok daha farklı olabilir gerçekten” şeklinde ifade etmiştir (K11-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36).

Bugün mutfağımızın vazgeçilmez ürünlerinden olan patates, domates ve biber nasıl geçmişte o günün insanları için bir yeniliktiyse, günümüz mutfağı için yeni olan birçok baharat, sebze ve meyve de kullanıldıkça kendi mutfağımızdan ayrı düşünülmeyecek hale gelecek ve geleneksel olacaktır. Uzmanlar da bu görüşte olup belki her üründe olmasa da Türk damak tadına da uyan ürünlerin kalıcı olacağı görüşünü savunmuşlardır. Katılımcılar tarafından da belirtilen yeni gelenekselin eklenecek yeni ürünlerden değil mutfaklarımızdan çıkmak zorunda kalan ürünler sebebiyle olabileceği de bir gerçektir. Hatalı hayvancılık politikaları yüzünden hayvan üretimindeki azalma üreticiliği de azaltmıştır. Bunun sonucunda Türk yemek kültüründe önemli bir yere sahip olan kırmızı etin tüketimi özellikle alt gelir gruplarındaki insanlar tarafından erişilemez olmuştur. Sadece et ve et ürünlerinde değil birçok üründe aynı sorunu yaşayan insanımız daha ucuz olan buğday ve mamullerine yönelmiş bu da gelecekte sağlıksız nesillerin ortaya çıkması açısından endişe verici bir durum olmuştur.

4.5. İnternet ve Sosyal Medyanın Türk Yemek Kültürüne Etkileri

İnternetin hayatlarımıza girmesiyle bilginin daha hızlı yayılması sağlanmış olup, son yıllarda sosyal medya kullanımının hızla yaygınlaşması ve hayatlarımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, teknolojik gelişmelerle bilgiyi artık adeta cebimizde taşıyor oluşumuz günümüzün gerçeklerinden biridir. Her bilgiye kolaylıkla ulaştığımız gibi farklı ülke mutfaklarına, yemek kültürlerine, tekniklerine ulaşmamız da artık çok daha hızlı bir şekilde mümkündür. Dünyanın herhangi bir yerinde bir şef canlı yayında yaptığı yemeği anında takipçileriyle paylaşabilmektedir. Tüm bunlar farklı ülke mutfaklarına olan ilgiyi arttırmakta ve bu doğrultuda oluşan taleplerle bu ülke mutfaklarına ait restoranlar açılabilir. Başka bir açıdan baktığımızda sosyal medya kullanımıyla insanlar oradaki özellikle görsel paylaşımlardan etkilenip yeme-içme tercihlerini kimi zamanlarda buna göre belirleyebilmektedir.

4.5.1. İnternetin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Katılımcılara yöneltilen iki basamaklı sorunun ilk kısmı olan “İnternetin sınırları ortadan kaldıran yapısının farklı ülke kültürlerine ve dolayısıyla bu kültürlerin yemeklerine ve pişirme tekniklerine ulaşmayı kolaylaştırıyor olması yeme-içme alışkanlıklarında ve Türk yemek kültüründe kalıcı bir etkiye sahip midir?” sorusuna katılımcıların tamamının cevapları etkisi olduğu yönüyle kalıcılığı konusunda

farklı cevaplar vermişlerdir. Buna göre Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3, Katılımcı 5, Katılımcı 8, Katılımcı 10 ve Katılımcı 12 bu etkinin kalıcı olacağını, yani zamanla Türk yemek kültüründe değişime neden olacağını savunurken Katılımcı 4 bir değişim olacağını ancak kalıcılığından şüphe duyduğunu belirtmiş ve düşüncesini “...yarın başka bir mutfak popüler olunca ona olan ilgi artacak diğerini unutacaktır insanlar...” (K4-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 35) şeklinde açıklamıştır.

Katılımcı 6 ise konuya farklı bir bakış açısıyla yaklaşmış, yeni tip evlerde mutfakların kapladıkları ve buldukları alanla bağlantılı olarak yemek yapmanın insanlara zor gelmesi sebebiyle artık evlerde yemek pişirilmediğini ve bu nedenle fastfood tarzı beslenmeye ilginin artmış olması Türk yemek kültürünü olumsuz etkilerken, pandeminin insanları evlerinde kalmaya zorlamasıyla birlikte tekrar yemek pişirmeye olan ilginin artmış olduğunu ve buna bağlı olarak insanların yeni teknik ve yemekleri öğrenmek için interneti araç olarak kullanarak online (çevrimiçi) dersler almaya başladıklarını ifade ederek bunun önemini “...yemeklerimiz ocaklarımızda pişiyor yani hazır fettuccini alfredolar, pizzalar ve sadece bir burger ülkesi olmaktan çıkıyoruz...” (K6-Eğitmen şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle vurgulamıştır.

Katılımcı 11 internetin doğru kullanımının önemini “...internet etkisi baktığım zaman, biz doğru yerde doğru araştırmayı yapmaya çalışıyoruz, ne yiyebileceğimizi, hangi teknikle piştiğini, vücudumuza neyin iyi geleceğini veya neyin iyi gelmeyeceğini araştırdığımız için doğru yönde bunu yapıyoruz. Fakat öyle de bir kesim var ki sadece trend olarak bu işleri takip edip, yine internet üzerinden bu kültürü değiştirmeye çalışan...” (11-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle vurgulamıştır.

7 katılımcı internetin etkilerinin Türk yemek kültüründe kalıcı etkilere sebep olacağını savunurken 5 katılımcı bu etkinin kalıcı olamayacağını savunmuştur. Katılımcıların etkilerin kalıcı olacağı yönündeki cevaplara bakıldığında ortak cevaplar şu şekildedir,

- Bilgiye ulaşmanın kolaylığıyla yeni tekniklere ve ürünlere ulaşmanın kolaylığı ürünleri işleme ve kalitesini artırmayı da sağlayacağından kalıcı etkileri olacaktır,
- İnternet üzerinden farklı ülkelerdeki meslektaşlarıyla etkileşime geçilmesi sonucu edinilen yeni bilgilerin denenmesi, uygulanması sonucu oluşacak etkinin kaçınılmaz olması.

- Şimdiden etkilerinin olduğu hali hazırda mutfaklarımızda olan köri, soya sosu gibi ürünlerin farklı ülke mutfaklarından etkileşim sonucu bu kadar popüler olduğu ve bunun yaygınlaşmasına internetin aracı olduğu,
- Avokado ve Kivinin coğrafi işaret alması etkinin kalıcılığının örneği olarak verilmiştir,

İnternetin etkisinin kalıcı olamayacağını savunan katılımcı cevapları ise şu şekildedir;

- İnternette popüler kültürün etkisiyle ilgi gören farklı ülke mutfaklarının yeme-içme alışkanlıklarında etkileri olabileceği ancak bunların yarın başka bir mutfağın popülerleşmesiyle etkisini yitireceği ve bu sebeple kalıcı olamayacağı ifade edilmiştir.
- İnsanların pandemide evde kalma zorunluluğuyla internet kullanımının artması ve buna bağlı olarak evde yemek pişirmeye, özellikle ekmek yapımına artan ilgi, farklı ülke mutfaklarına ait tariflerin denenmesi ancak koşulların değişimiyle ve popüler olanın değişmesiyle bu ilginin geçmiş olması internetin etkisinin kalıcı olmayacağı yönünde örnek olarak verilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen 8. Görüşme sorusunun ikinci bölümü olan “Bu doğrultuda açılan ve son yıllarda sayıları hızla artan farklı mutfak kültürlerini yansıtan restoranların Türk yemek kültürüne ve yeme-içme alışkanlıklarına etkisi nedir? Uzakdoğu, Ortadoğu mutfakları ve Amerikan yemekleri gibi.” sorusuna Katılımcı 1, Katılımcı 11 ve Katılımcı 12 dışında tüm katılımcılar küçük etkileşimler olmakla birlikte Türk yemek kültürüne direkt kalıcı bir etkisi olamayacağı yönünde cevaplar verirken,

Katılımcı 1 “*farklı mutfakların restoranlarının da illaki etkisi olacaktır zaman içinde. Karşılıklı bir etkileşim söz konusu çünkü. En azından bir baharatı geçecektir bize. Örneğin köri herkes tarafından kullanılıyor artık. Geleceğin aşçıları olacak çocuklar bu yeni baharatları bilerek kendinden kabul ederek büyüyorlar ve ileride reçetelerimize de girecek bunlar tamamen*” (K1-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 48) sözleriyle farklı ülke mutfaklarının Türk mutfak kültürünü etkileyeceği yönünde düşüncesini ifade etmiştir.

Katılımcı 10 da benzer şekilde “*Her şey değişiyor ve değişecek, kalıcılığı yarınla tanımlamayalım, uzak bir yarın olabilir. Yadsınamaz işte avokado coğrafi işaret almış, kivi coğrafi işaret almış. Yani bunun üzerine söylenecek bir şey yok. Farklı ülke mutfakları ve restoranları da yani evde yapılması çok sınırlı, evde suşi yapan yok. Çok sınırlı kişi. Ama bizim damak tadımıza yakın mutfaklar yani işte Meksika, Hint bunun gibi geleneksel damak tadımıza uygun mutfakları belki evde deneyen, ya da işte onun uyarlamalarını yapanlar vardır. Tavuğu körısiz yapmıyor kimse artık mesela...*” (Mutfak kültürü araştırmacısı, Kadın, Yaş: 53) sözleriyle Türk damak tadına daha uygun olan mutfaklara ait ürünlerin bu restoranların da popülerleşmesiyle mutfaklarımıza eklenmesinin mümkün olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcı 11, bu restoranların etkilerinin olumsuz olduğunu, çünkü bazı kişilerin o restoranlarda gördükleri yemekleri kendi kültürümüzden yemeklere uyarlarken dejenere edip, kültürümüze ait yemeği de özelliğinden uzaklaştırdıklarını vurgularken, Katılımcı 12 açılan bu restoranların etkilerinin hem olumlu hem de olumsuz olduğunu vurgularken olumsuz yönünü “*Cheddar peyniri mesela bizim değil ama bizim birçok yemeğimize girmiş durumda özellikle Amerikan yemeklerinin etkisiyle. Mesela dönere cheddar tamam yapalım, isteyen denesin, füzyon. Dönere koyuyoruz, pideye koyuyoruz, tostun içine koyuyoruz, oraya buraya her şeyin içine koyuyoruz, al sana o restoranların etkisi. Tamam yapsınlar, yapılsın karşı çıkmıyorum ama hani biraz önce konuştuk ya 300 yıl sonra ne olacak diye, işte 300 yıl sonra bu bizim kendi parçamız, bize ait bir ürünmüş gibi olacak şekilde tanıtılmamalı... yani cheddar koyduğun pideye bu pidedir demeyelim, cheddar peynirli pidedir diyelim, ne olduğunun altını çizelim. Orijinimiz çünkü o değil, gerçeği oymuş gibi yaparsak zamanla gerçekten öyle olur ama altını çizersek neyin ne olduğunun orijinalliği koruyabiliriz...*” sözleriyle açıklamış, olumlu etkisini ise ülke mutfaklarını merak eden ancak yurt dışına çıkıp oralarda yemekleri deneyimleme şansı olmayan insanlar için bir deneyim merkezi olmaları olarak belirtmiştir.

Farklı ülke mutfaklarına ait restoranların Türk yemek kültürüne ve yeme-içme alışkanlıklarına etkisinin olmayacağını düşünen katılımcıların ortak cevapları,

- Restoranlara artan bir ilginin olduğu gerçekse de etkilerinin çok ufak ancak baharat ve soslar üzerinden olabileceği ve geçici olduğu,

- O ülkelere gitmeye gerek kalmadan yemeklerini deneyimlemek için iyi birer fırsat oldukları ancak yemek kültürünü etkileyecek kadar güçlü etkileşim yaratmadıkları,
- Türk insanının kendi damak tadından çok uzaklaşamayacağı ve geçici trendler olarak kalacakları, buna bağlı olarak bazı mutfakların ürün ve yemeklerinin kalıcı olacağı, bazılarının ise popüler kültür izin verdiği sürece görünür olup daha sonra kaybolacağı yönündedir.

Kalıcı etkisi olacağını düşünen 3 katılımcının ortak cevaplarına baktığımızda ise,

- Farklı ülke mutfaklarından mutfaklarımıza geçen pek çok ürün olduğu, bu geçişte de açılan bu uluslararası mutfaklara ait restoranların popülerliğinin etkisinin olduğu ifade edilmiştir.
- Bu restoranların da etkisiyle mutfaklarımızda kullanılmaya başlanan ürünler geleceğin aşçıları olacak gençler tarafından kullanıldıkça içselleştirilip kendi ürünlerimiz gibi sahiplenilip geleceğin reçetelerine taşınacakları vurgulanmıştır.

Küreselleşme ile birlikte sınırların ortadan kalkması ve internet teknolojilerinin de gelişmesiyle farklı ülke mutfaklarının daha geniş kesimlerce tanınması mümkün olmuştur. Bunun sonucunda uluslararası mutfaklara olan ilgi ve talebin artması da bu mutfaklara ait restoranların açılmasında etkili olmuştur. Her geçen gün popülerliği artan bu restoranlara ait yemekler sadece o restoranlar da değil artık evlerimizde de pişirilmektedir. Ancak toplum için genelleme yapmanın doğru olmadığı bu durum kısıtlı çevrelerde gerçekleşmektedir. Buna rağmen evinde pişirmese bile kişiler Meksika mutfağını, İtalyan yemeklerini, Orta Doğu mutfağından pek çok ürünü bilmekte, soslarını ve baharatlarını mutfaklarında kullanmaktadır. Bu durum da göstermektedir ki katılımcıların birçoğuna göre etkileşim yüzeysel ve kalıcı olarak görülmesi de şimdiden mutfaklarımızda yerini alan bu ürünler etkinin kalıcılığının ispatı niteliğindedir.

4.5.2. Sosyal Medyanın Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Sosyal medya kullanımının ve özellikle insanların sosyal medyada paylaşılan görsellerden etkilenmelerinin Türk yemek kültürünü ve yeme-içme alışkanlıklarını etkileyip etkilemeyeceğinin uzmanlar tarafından yorumlanmasını amaçlayan “Sosyal

medyanın yemek kültürüne etkisi olduğunu düşünüyor musunuz? Sosyal medyada yapılan özellikle görsel paylaşımların insanların yeme-içme alışkanlıklarına etkisini ve bu etkinin kalıcılığı ve Türk yemek kültürünü ne şekilde etkilediğini düşünüyorsunuz?” sorusunun cevapları aşağıdaki şekildedir;

Katılımcıların tamamı sosyal medyanın kişiler üzerinde etkisinin olduğu yönünde cevap verirken katılımcı 9 ve katılımcı 11 dışında tüm katılımcılar bu etkinin olumlu olduğunu ifade etmiş ancak kalıcılığı konusunda ve Türk yemek kültürünü etkilemesi konusunda farklı görüşler belirtmişlerdir. Katılımcı 9 ve Katılımcı 11 etkilerinin olumsuz ve kalıcı olmadığını ifade etmişlerdir. Buna göre,

Sosyal medyanın olumlu etkileri;

- İnsanların mutfağa olan ilgisini artırması,
- Yeni deneyimler imkanı sunması,
- Katılımcıların da iş yaşamlarını sosyal medya kullanarak paylaşımları ve misafirlerini bu ortamlardan faydalanarak etkilemeye çalışmalarına imkan sağlaması,
- Sosyal medya kullanıcılarına özellikle kendi kültürümüze ait ürünleri, yemekleri de tanıma fırsatı vermesi ve farkındalık yaratması,
- Kişilerin kendilerini geliştirmeleri için bir kaynak olması ve mesleki olarak da gelişime fırsat vermesi,
- Türk mutfağının tanıtımına aracı olması şeklinde ifade edilmiştir.

Sosyal medyanın olumsuz etkileri;

- Popüler kültürün etkisiyle hayatlarımıza giren paylaşımların sürekliliği ve kalıcı etkisinin olamayacağı, yemeğin görsel bir şova çevirmenin ona zarar vereceği,
- Sosyal medyada yapılan görsel paylaşımların israfa sebep olduğu, Türk kültüründe israfın yeri olmadığı, hatta kültürümüzde birçok yemeğin değerlendirme yemeği olarak ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Katılımcı 6, sosyal medyanın insanlara özellikle kendi kültürümüze ait ürünleri de tanıma fırsatı vermesinden ve farkındalık yaratmasından ötürü olumlu etkileri

olduğunu belirtmiş ve sosyal medyayı “*çağımızın silahı*” ve “*olmazsa olmaz*” sözleriyle tarif etmiştir.

Katılımcı 7, insanların tercihleri üzerinde sosyal medyanın büyük etkisi olduğunu ve bunun olumlu olduğunu “*...künefeyi düşünmek mi, adını okumak mı yoksa onun görsel bir paylaşımı mı sizi etkiler. Tabii ki peyniri uzamış şekilde bir künefenin yaratacağı etki başka olur. İnsanlar artık bu paylaşımlara göre seçimlerini yapıyor. Sosyal medya paylaşımlarının çok büyük etkisi var bu nedenle ve olumsuz olduğunu da düşünmüyorum tam tersi dünyayla etkileşim halinde de olsak kendi mutfak kültürümüze ait yemekleri de görmemize, tanımamıza araç oluyor*” (K7-Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle ifade etmiştir.

Katılımcı 12, Sosyal medyanın etkisinin ve uzun vadede bu etkinin kalıcılığını kabul ederken, “*...bu konuda şefler olarak bizim de üzerimize çok görev düşüyor, çünkü yani yeme-içme kültürümüzü tamamen bu sosyal medya ortamlarına teslim edersek çok ciddi etkileri oluşur, bu ortamları dikkatli kullanmak, olumlu kullanmak, yenilikleri paylaşırken aynı zamanda kendi kültürümüzü, yeme-içme kültürümüzü yansıtacak şekilde de kullanmak gerek ki sosyal medyanın etkilerini olumlu tarafa çekekim...*” sözleriyle sosyal medyayı olumlu anlamda kullanılması gerektiğinin altını çiziyor ve “*...Yani orijinal reçetelerini koruyarak üretimimizi yaparsak fakat modernleştirirsek ve bunları kayıt altına alırsak, biraz önce konuştuğumuz gibi o yapılan araştırmalar, ar-ge çalışmaları, hepsi sosyal medyaya da yansıtılırsa, yani iyi kullanırsak sosyal medyayı dünyaya da açılabiliriz ve ülke içerisinde de işte bakanlığımızın desteğiyle, belki Milli Eğitim Bakanlığımızın da aynı zamanda desteğiyle eğitim modülleri oluşturulup müfredatta bunu daha açık, daha net bir şekilde gelecek jenerasyona da aktarabilirsek en azından bunlar koruma altında kalabilir...*” (K12-Yönetici şef, Erkek, Yaş:38) sözleriyle de bu çabaların dünyaya açılmamıza yardımcı olabileceği ve gelecek nesillere aktarılarak değerlerimizin de koruma altına alınabileceği konusuna değinmiştir.

Katılımcı 9 ve Katılımcı 11 ise diğer katılımcılardan farklı olarak sosyal medyanın kalıcı olmayan olumsuz etkileri olduğunu söylemiştir.

Katılımcı 9, Instagram’da yapılan paylaşımların sürekli değiştiğini ve “*bu tarz şov işleri sadece anlık bir beklenti uğruna yapılan şeyler. İşte daha çok izleneyim, daha çok görüleyim, daha çok takipçi kazanayım, çok sürdürülebilir değil bunlar,*

gelip geçici şeyler” (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle sosyal medyada yapılan görsel paylaşımların Türk yemek kültüründe ve yeme içme alışkanlıklarında kalıcı bir etkiye sahip olamayacağını açıklamıştır.

Katılımcı 11, etkilerinin olduğunu ancak bu etkilerin olumsuz olduğunu vurgulamış ve israf konusuna “...Özellikle bu görsel medya bizim kültürümüzde aslında hiç olmayan, çoğu insanın da buraya parmak basması gerektiğini düşündüğüm acı bir konu, israf konusunu doğuruyor. Türk kültüründe israf diye bir şey yoktur. Biz her zaman ürünlerimizi değerlendirme çabasındayızdır. Bugün dünyada trend olan sıfır atık mutfak projesini bundan yüz yıl evvel evlerimizde annelerimizin, anneannelerimizin yaptığını unutuyoruz. Gerçekten unutuyoruz. Bayat ekmeklerden yapılan ürünler, yüz yıl önce bunları konuşurken şimdi bilmem kaç ton ekmeğin çöpe atıldığını konuşuyoruz...” sözleriyle dikkat çekmiştir. Sosyal medyanın olumsuz ancak kalıcı olmayan etkisini ise, “...Maalesef olumsuz etkisini ben görüyorum. Onun dışında da doğru iskeleti yansıtamadığı için, sadece şova dayalı olduğu için yani ben etkisinin biraz olumsuz olduğunu düşünmekteyim. Ama kesinlikle kalıcı değil çünkü görsel medya böyle bir şeydir, bugün trend çok başka bir şeydir, çok kısa bir süre içinde bambaşka bir trend ortaya çıkabilir, bir bakarsınız zarafet tekrar insanların içine oturur ve şık beyaz örtülü, alakart restoranlar gündeme gelebilir. Bugün işte çok önemli şeflerimizden bir tanesi Türk yemeklerini doğru prezante ederek iki Michelin yıldızı alabiliyorsa demek ki küçük bir tarafta da doğru işler yapıyor demektir. Önemli olan o tarafa doğru bakıyor olmak, bakış açımızı değiştirmemiz gerekiyor kesinlikle bu konuda” (K11-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle açıklamıştır.

İnternet ve buna bağlı olarak sosyal medya kullanımının artması, teknolojik gelişmelerle cep telefonlarının akıllı versiyonlarının da çıkmasıyla sosyal medyaya artık istediğimiz anda ve yerde ulaşmamızı kolaylaştırmıştır. Özellikle görsel paylaşımlar yapılan sosyal medya platformlarında yemek paylaşımları son yıllarda oldukça popüler olmuştur. Artık insanlar adeta yemek yemek için değil yediği yemeğin fotoğrafını çekmek için en güzel görsele sahip yemekleri yapmakta, restoranlarda da yemeği yemeden önce ona ait en güzel fotoğrafı çekip paylaşmakta ve yemek üzerinden insanların beğenisini toplama çabasındadır. Bu durumda elbette popüler kültürün etkisi vardır. Bu etki yemeği görsel bir malzeme haline getirip kültürel değerini ortadan kaldırmaktadır. Aynı zamanda yemeğin lezzetinden çok görüntüsüne

önem verilmekte, o an hangi yemek akımı popülerse onunla ilgili paylaşımlar yapılmaktadır.

4.6. Bir Yaşam Tarzı Göstergesi Olarak Yemek

Bu kategori altında sorulan sorunun amacı insanların yemek yeme alışkanlıklarında yaptıkları tercihlerin, seçtikleri restoranların bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullanılıp kullanılmadığıyla ilgili uzmanların görüşlerinden yararlanmaktır.

Katılımcılara yönelttiğimiz kişilerin yeme-içme alışkanlıklarını ve tercih ettikleri restoranları bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullandıkları düşünüyor musunuz sorusuna katılımcıların tamamı tüm toplum için geçerli olmamakla birlikte bazı kişilerin, belirli zümrelerin ya da grupların tercihlerini ait olmak istedikleri gruplara göre belirlediği, bunu bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullandıkları yönündeyken, bu durumun Türk yeme içme alışkanlıklarına ve yemek kültürüne etkileri konusunda Katılımcı 11 ve Katılımcı 12 dışında katılımcıların tamamı yeme içme alışkanlıklarında ufak değişimlere neden olabileceğini ancak Türk yemek kültürüne direk bir etkisi olamayacağını savunmuşlardır. Katılımcı 11 ve Katılımcı 12 ise yeme içme alışkanlıklarımızı ve zamanla da kültürümüzü olumsuz yönde etkileyeceği yönünde cevaplar vermişlerdir.

Katılımcıların ortak cevaplarına baktığımızda öne çıkanlar şu şekildedir;

- Katılımcılar bu tercihlerde kişilerin ekonomik durumlarının belirleyici olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeple aslında ait olmadıkları sosyal gruplar içinde bulunmalarının sürdürülebilir olamayacağı ifade edilmiştir. Buna göre kişiler eninde sonunda kendilerini ait hissettikleri, rahat ettikleri ortamlarda olmayı tercih edecektir.
- Sosyal medyanın kişilerin tercihleri üzerindeki etkisi vurgulanmıştır. Takip ettikleri kişiler gibi görünmek, gittikleri yerlere gitmek, yediklerini yemek gibi davranışlar. Sosyal medyada popüler olmuş mekanlarda fotoğraf çekip paylaşarak ben de buradaydım diyebilmek için yaşam tarzlarını değiştirmek.
- Daha “havalı” daha “hikaye değeri” olanın tercih edilmesi.

Katılımcı 1, bu durumun aynı zamanda ekonomik olduğunun altını çizerek belli zümrelere ait insanların kendileri gibi insanlarla bir araya gelmek için üst düzey restoranları tercih ettiklerini, hatta sadece ekonomik olmakla kalmayıp belli bölgelerden gelen insanların olmadığı yerleri özellikle tercih ettiklerini “*artık birçok Türk misafirimiz özellikle Arapların olduğu restoranlara gitmek istemiyorlar. Eskiden dillendirilmezdi hiç bunlar ama artık insanlar açıkça rahatsızlıklarını söyleyip, tercihlerini ona göre yapıyorlar*” (K1-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 48) sözleriyle ifade etmiş, bu seçimlerin kişilerin yeme-içme tercih ve alışkanlıklarında değişime neden olabilecek olsa da kültüre direk bir etkisi olmayacağını savunmuştur. Kişilerin bu davranışı kontrolsüz göçün de etkisiyle daha çok görülen kültürel çatışmayla açıklanabilir.

Katılımcı 2 de aynı şekilde katılımcı 1 gibi bu tercihlerin daha çok ekonomik olduğunu vurgulamış, “*...tabii burada ekonomi daha belirleyici, yeterli parası olmayan bir insan ne kadar istese de bazı üst düzey restoranlara gidemez, istese de o gruplara dahil olamaz. Olsa da bu geçici olur. Ama mesela sosyal medyada takip ettikleri insanlar, hayatlarına özendikleri, onlar gibi olmak istedikleri insanlar var. Onların gittiği yerlere giderek, yediklerini yiyerek onlarla aynı zümrede hissetmek istiyorlar kendilerini. O insanların gittiği kendi bütçelerine yakın yerleri seçerek onlara yaklaştırmaya çalışıyorlar bence. Ya da popüler olmuş bir mekana gidip orada paylaşım yapmak, işte benim yaşam tarzım bu, ben bu mekanlarda takılıyorum deme ihtiyacı çağın hastalığı gibi zaten. Yani evet insanlar ait olmak istedikleri gruplara göre hareket etmeye çalışıyor ekonomik durumlar el verdiğince...*” sözleriyle kişilerin ekonomik olanakları dahilinde tercih ettikleri restoran ve yeme-içme alışkanlıklarını bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullandıklarını ifade etmiştir. Yeme-içme alışkanlıkları ve yemek kültürünü etkilemesi konusunda da “*...Kendini daha kaliteli hissetmek, daha orijinal hissetmek, daha sanatçı ruhlu görünmek, daha elit görünmek vs. vs. bunlar hep tercihleri etkiliyor. Yani alışkanlıkları ve kültürü etkiler mi bunlar, etkileyebilir ama bu ait olma istekleri de değişken olabilir insanların bugün bu gruba yakın olmayı tercih ederken yarın farklı bir durum olabilir. Alışkanlığın değiştiği için kültürü etkilemekte yeterli olacağını sanmıyorum*” (K2-Restoran işletmecisi, Kadın, Yaş: 40) sözleriyle de kişilerin tercihlerinin günden güne değişkenlik gösterebilecek olması sebebiyle yaşam tarzı göstergesi olarak yeme içme alışkanlıklarını değiştirmelerinin kültür üzerinde bir etki yaratmada yeterli olamayacağını belirtmiştir.

Katılımcı 4 de ekonominin etkili olduğunu vurgulamış, ülke mutfaklarının seçiminde bile bunu görebileceğimizi “...uzak doğu ve İtalyan mutfağı genelde gelir durumu daha yüksek insanlar tarafından tercih edilirken, daha ucuz olan Ortadoğu mutfağı gelir durumu daha düşük insanlar tarafından tercih ediliyor. Hatta bazı insanlar sırf oralarda yemek yiyerek ait oldukları ya da olmak istedikleri toplumsal grubu belli etmek için başka şeylerden fedakarlık edip arkadaşlarıyla oralarda yemek yiyerek kendilerini, statülerini yükselttiklerini düşünüyorlar. Türk mutfağında bile var bu herhangi bir Türk yemeği yapan lokantaya burun kıvrabilen insanlar ünlü bir şefin açtığı Türk mutfağı restoranında ufak bir porsiyon yemeğe dünyanın parasını verebiliyor...” (K4- Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 35) sözleriyle ifade ederken bu tercihlerin Türk yemek kültürünü direk olarak etkileyeceğini düşünmediğini sözlerine eklemiştir.

Katılımcı 5, kişilerin tercihlerini kendilerini rahat ve ait hissettikleri ortamlardan yana yaptıklarını ancak çok küçük bir grubun kendini farklı göstermek adına tercihlerini değiştirdiğini “...Herkes kendini rahat hissettiği grupla sonuçta bir şeyler paylaşmak istiyor. Kendini rahat hissettiği yerlere gitmek istiyor ama tabii çok az bir grup insan da var ki kendini farklı gösterme çabasında ama çoğunluğun içinde onlar bence anlamsız kalıyor” (K5-Yiyecek içecek müdürü, Kadın, Yaş: 45) sözleriyle çoğunluğun ait olduğu gruplar dahilinde tercihlerini belirlediğini ancak anlamsız bir azınlığın kendilerini farklı gösterme çabasıyla tercihlerini değiştirdiğini ve bunun kültüre herhangi bir etkisi olamayacağını ifade etmiştir.

Katılımcı 6, “...herkes hem kendi geçmiş kültüründen hem de ağız tadına göre bir damak tadına göre bir yiyecek içecek kültüründe belli şeyleri tercih ettiğini, gruplayıp, sınıfladığını görüyorum evet, doğru olanda o zaten yani, herkes her ürünü aynı şekilde tercih etmiyor, etmez de. Çok kısıtlı bir zümre sosyal statüsünü belli etmek için restoran seçimlerini kullanıyor. Çünkü yeme-içme dediğiniz şey tamamen bir mutluluk, bir keyif, bir dediğiniz gibi sosyalleşme aracı yani o yüzden hani bunu alıp kendinde uymadığı halde bir amaç uğruna kullanabilecek insanların çok olduğunu düşünmüyorum...” (K6-Eğitmen şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle kısıtlı bir zümre için de olsa geçerli olduğunu ancak yeme içme alışkanlıklarında etkili olabileceğini kültür üzerinde bir etkisi olamayacağını savunmuştur.

Katılımcı 9, eğer kişiler tercihlerini o şekilde yapmış olmasalardı esnaf lokantalarının dolup taşmış olacağını ancak öyle olmadığını “Tabii yani esnaf

lokantaları tıklım tıklım olmalıydı yani ama değiller, onun yerine suşiciler dolu. Ya kimse anlatmıyor yani dün akşam acayip bir kıymalı pide yedim demiyorsun ama dün akşam çok güzel bir suşi yedim diyorsun. Onun muhabbeti herhalde biraz daha fazla, hikaye değeri var diyelim yani. Öbürünün hikaye değeri çok çabuk bitiyor. Alışılmış yani, gidip yediğin dönere iyi veya kötü diyorsun bitiyor. Dün Ahmet'le döner yedim çok iyiydi bitti ya da kötüydü bitti, üzerine konuşabileceğin çok fazla bir şey yok ama suşide hem çeşitlilik olsun hem ustanın becerisi olsun çok şey konuşuyorsun ve gerçekten havalt. Bir başka şey, sosyalleşmenin içerisinde eğer alkol varsa maalesef biz alkolü bir türlü sokamıyoruz geleneksel yemeklerimize. Esnaf lokantasında neden içki yok mesela? Çok da uyar, çok da yapılabilir yani” (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle açıklarken tercihlerin her gün değişebileceğinden kültür üzerinde etkisi olamayacağını sözlerine eklemiştir.

Katılımcı 11, “...yemekten ziyade statü, görüntü, görsellik, kimliğini bir yere koymak...” olarak cevapladığı soruya tanınmış bir kişinin röportajından “...biz Bodrum'da dedi o lahmacunu 500 TL ye orada yemek için değil, o lahmacuna 500 TL verebilecek insanlarla aynı ortamda olmak için veriyoruz...” sözleriyle örnek vererek bunun Türk yemek kültürüyle bağdaşan hiçbir yanının olmadığını tam tersi Türk yemek kültüründe olan paylaşma, birlikte yeme gibi geleneklere karşı bir duruş olarak insanlarla aralarına statü farkı koyarak uzaklaştıklarını ve bunun insanları yalnızlaştırdığını “...bunlara etkisi inanılmaz olumsuzdur, insanları yalnızlaştırıyor. Bu tarz bazı hareketler statü farklılıkları koyuyor ve yalnızlaştırıyor, ben kesinlikle olumsuz etkileri olacağını düşünüyorum...” (K11-Yönetici şef, Erkek, Yaş:36) sözleriyle de Türk yemek kültürüne olumsuz etkileri olacağını vurgulamıştır.

Katılımcı 12, kişilerin kendi tercih ve zevklerine karışılmayacağını belirtmekle birlikte bu durumun farkında olduğunu ve Türk yemek kültürü üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu ifade etmiş ve “...netice itibariyle siz bir kuru fasulye pilavı yememeye başlarsanız, bunun yerine İngiliz kahvaltısında da kuru fasulye var diye onu tercih ederseniz kendi fasulyeniz zamanla unutulmaya yüz tutar” şeklinde örnek vermiştir. “Çünkü biz bir şeylerden ne kadar uzaklaşırsak onun o kadar unutulmasına sebep oluruz, çünkü tüketicisi olmayınca üreticisi kalmaz, kimse onu üretmez bu noktada da o ürün kaybolmaya yüz tutar...” (K12-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle aslında konunun ne kadar derine tarıma, üretim biçimlerine kadar uzandığının altını çizmiştir.

David Chaney yaşam tarzı ya da yaşam biçimlerini “insanları birbirinden farklı kılan davranış kalıplarıdır” sözleriyle tarif eder ve “yaşam biçimleri insanların neler yaptıklarını, niçin yaptıklarını ve bunu yapmanın kendileri ve başkaları için ne anlama geldiğini anlatmaya (haklı bulmaya değil, açıklamaya) yardımcı olur” diye ekler (1999, s. 14). Yine Chaney’e göre yaşam tarzları “kültürel yapılarla bağlı olmakla birlikte, her biri bir biçim, bir tavır ve bir gruba ait bazı eşyaları, yerleri ve zamanları kullanım şeklidir. Ama o grubun toplumsal deneyimlerinin bütünü değildir. Yaşam biçimleri özel bağlamlarda anlam kazanan uygulama ve davranış dizeleridir” (1999, s. 15). İnsanları diğerlerinden ayıran ve toplumsal ilişkiler ağında farklılıklarını ortaya koyan kendine özgü tavır ve davranışlarını yani yaşama tarzlarını etkileyen sosyokültürel faktörleri belirleyen kişilerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olan barınma, giyinme, sağlık hizmetleri, eğitim, haberleşme, ulaşım ve beslenme gibi karşılanması zorunlu ihtiyaçlardır ve “her fert veya aile, bu ihtiyaçları gelir seviyesi ile meslek ve eğitim durumu çerçevesinde yaşama tarzına uygun olarak karşılamaya çalışır” (Kaya, 2003, s. 37). Buna göre insanların yemek tercihleri, dışarıda yemek yeme alışkanlıkları ve buna bağlı olarak seçtikleri restoranlar birer yaşam tarzı göstergesi olarak kabul edilebilir.

4.7. Gastronomi Turizminin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Turizm sadece yaz tatillerinde yapılan tatiller, gidilen geziler olarak anlaşılmamalıdır. Sağlık turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi, yaz ve kış turizmi, tarihi ve arkeolojik turizm gibi pek çok turizm çeşitleri mevcuttur. Bunlardan biri de kuşkusuz gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi meraklılarına yeme-içme deneyimi ile birlikte kültürünü de tanıtmayı amaçlayan bir turizm şeklidir ve son yıllarda oldukça popüler hale gelmiştir.

Bu kategori altında sorulan soruların amacı son yıllarda özellikle gastronomik açıdan öne çıkmış illerimize yapılan seyahatlerin artması, insanların sadece yeme-içme amacıyla yaptıkları seyahatler, büyük şehirlerde yapılan gastronomik etkinlikler, aynı şekilde yurt dışında yapılan gastronomi etkinliklerine katılımın artması gibi sebeplerle o mutfaklara olan ilginin artmasının Türk yemek kültürü ve yeme-içme alışkanlıkları üzerinde etkisi olup olmadığının uzmanlar tarafından değerlendirilmesidir.

Katılımcıların cevaplarına bakıldığında neredeyse tamamı Gastronomi turizmi ve gastronomik etkinliklerin Türk yemek kültürüne olumlu etkileri olduğunu ifade

ederken sadece Katılımcı 7 katkısının olmadığını belirtmiş, Katılımcı 11 ise ülkemiz için henüz bu konuların erken olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı 6 ve Katılımcı 12 olumlu etkileri olmakla birlikte bu etkinliklerin yeterli olmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcı 7 ise çok büyük katkılarının olduğunu düşünmemekle beraber bu etkinliklerin yetersiz olduğunu *“Ben aynı zamanda bir turizmci olarak söyleyebilirim ki yapılan etkinlikler kesinlikle yeterli değil. Devlet desteklemediği sürece de bir ilerleme olacağını düşünmüyorum. Yani evet yapılıyor bazı şeyler ama Türk mutfağını ne kadar tanıtıyor. Çok büyük katkıları olduğunu düşünmüyorum”* (Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle dile getirmiştir.

Katılımcı 10 bu etkinliklerin farkındalık yaratmaları açısından olumlu bulurken kalabalıklara yapılan ikram biçimlerinden dolayı *“kültürel değerlerinin”* düştüğünün altını çizmiştir. Katılımcı 11 ise gastronomik etkinlik açısından henüz ülkemizde oluşmuş bir kültürden bahsedilemeyeceğini, yurt dışında bunun daha doğru yapıldığını, bizim henüz bölge ürünlerimizi doğru şekilde kullanıp, sunup, bunun turizm getirisinden yararlanamadığımız vurgusunu yapmıştır.

4.7.1. Yurt İçinde Yapılan Gastronomik Etkinliklerin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Katılımcılara sorduğumuz, yurt içinde özellikle Anadolu’da Türk mutfağını tanıtmak adına yapılan gastronomik etkinlikler ve seyahatler Türk yemek ve mutfak kültürüne katkı sağlıyor mu sorusuna Uzmanların kendi deneyimlerinden de yola çıkarak verdikleri cevaplara bakıldığında Katılımcı 6 dışında tüm katılımcılar yurt içinde özellikle Anadolu’da Türk mutfağını tanıtmak için yapılan gastronomik etkinlikler ve seyahatlerin Türk yemek ve mutfak kültürüne belli açılardan katkılar sağladığı fakat yeterli olmadığı, yaygınlaştırılması ve kalitesinin artırılması gerektiği yönünde cevaplar verirken Katılımcı 6 bu etkinliklerin henüz bir katkı sağlamadığını ama ileride sağlayacak olduğunu savunmuştur.

Katılımcı 6 *“Sağlayacak. Yani sağlamıyor, çünkü bugün Anadolu’ya gittiğinizde Anadolu’nun iline ya da ilçesine yani bu yörenin yöresel yemekleri nedir denildiğinde sayılır ama yiyecek bir yerini bulamazsınız...Yani belli illere bu tarz seyahatler yapıyorlar ama doğru olanda zaten aslında reçete ve yemek bazlı yapmıyorlar, ham madde bazlı yapıyorlar. Yani doğru olan da bu olmalı, ham madde bazlı bir talep oluşturulmalı ki bir değer oluşsun orada...Yani burada işte aslında çok ciddi*

kooperatiflerin, özellikle kadın kooperatiflerinin işin içinde olması çok doğru bir şey, o köyümüzdeki o biberin, kendi toprağından çıkan o biberin salçasıyla, sanayileşmiş bir şeyin yapılması arasında çok fark oluyor. Haliyle bu talebi oluşturmak önemli...” (K6-Eğitmen şef, Erkek, Yaş: 38) sözleriyle henüz bu yapılan etkinliklerin bir katkı sağlamadığını düşündüğünü ancak yapılacak çalışmalarla ileride daha etkili olacaklarını ifade etmiştir. Ayrıca kooperatifçiliğin önemini belirten katılımcı özellikle kadın kooperatiflerinin önemini vurgulamıştır. Kadın kooperatifleri yöre kadınlarının kalkınmasına ve dayanışmasına yardımcı olurken yerel ürünlerin de pazara çıkmasına katkı sağlamaktadır. Bu sayede hem kadınların sosyal ve ekonomik olarak kalkınması sağlanmakta hem de yöre kalkınmaktadır.

Katılımcı 9 da belli açılardan katkı sağladığını ancak hem yeterli olmadığını hem de doğru yapılmadığını “*Sağlıyor ama yeteri kadar değil. Antep’te bir tane yer açıldı çok büyük, mutfak sanatları merkezi diye. Ben de çok heyecanlanıp gidip oraya yemek yedim. Bence o yemek Türk mutfak kültürünün utancı olabilir. Tatlı istedim un helvası tatlısı, un helvası şöyle geldi bana, bir gofretin içerisinde un helvası, yanında çikolata, kivi, muz, yani o kadar şaşırdım ki saçma sapan bir şey ya Antep’te de bunun olmaması lazım. Bu nedir yani niye çikolata servis ediyorsun sen Antep’te? Antep’in tatlısı mı kalmadı. Çikolata markete gidip 5 liraya alabileceğin bir şey yani sen niye gidip un helvasının yanına onu koyuyorsun, muz, kivi ne, ne alakası var”.* (Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) sözleriyle bir şehrin gastronomisinin ne kadar yanlış tanıtılabileceğine örnek vermiştir.

Katılımcı 11 de devlet desteği ve doğru organizasyon olmadan bu etkinliklerin yetersiz olduğunu “*Şimdi ister istemez tabii ki bir miktar katkı sağlıyor ama bu etkinliklerin doğru yapılmadığını görüyoruz. Maalesef Türkiye’deki derneklerin zayıf olması, özellikle belediyelerin, valiliklerin evet bu işlere gönüllü olmaları fakat yönlendirecek çok fazla da beyin, akıl olmadığından dolayı çok vasat geçirdikleri veya 12 saatlik bir programın içerisinde sadece bir saatini buna ayırdıklarında iki liseyi buluşturup yarıştırmayı yaptırıp bu işi taşıyacaklarını düşünmeleri gibi bakışlarla maalesef ki yanlış hareketler yapılıyor. Halbuki bunlara biraz daha önem verilse. Şimdi işte biraz yavaş yavaş bunu daha turizm profesyonelleri aldı, altında vakıflar kuruluyor devlet desteğiyle ve bir hareketlendirme yapılmaya çalışılıyor ama ne kadar sürecek tabii ki hep beraber göreceğiz. Etkisi var ama işte olumlu yönde değil, bana mesela o kadar basit geliyor ki ben onu izlediğim zaman kendi kültürüme*

katabileceğim bir şey bulamıyorum...” sözleriyle ifade ederken bu etkinliklerin nasıl olması gerektiği, kültürel mirasın da önemini “...Çorum’a mı gittin mesela, Çorum’da ne anlatmasını bekliyorum biliyor musun insanların? Çorum’un yemeklerinden ziyade önce bir kere Çorum’un ön kültürü, işte Hitit mutfacı, Hititlerden geldiği, işte bir İskilip dolması, mesela o İskilip dolmasının hangi günlerde işte ziyafet yemeği mi, cenaze yemeği mi, bir kültürle bağdaştırılması, sonra pişirme tekniğinin öğretilmesi, sonra sunumu ve eğer en sonunda da vurucu olarak artık bu eski tekniği kullanarak nasıl modern bir sunumla biz bunu dünyaya kazandırabiliriz bakışı ne zaman yakalanırsa işte o zaman biz bu kültürü cebimize koymuş olacağız” (K11-Yönetici şef, Erkek, Yaş: 36) sözleriyle ifade etmiştir.

Cevapların ortak noktalarına bakıldığında yurt içinde yapılan bu etkinliklerin o yörelerin, şehirlerinin tanıtımına katkı sağlaması, yöresel yemeklerin o topraklarda yetişmiş yerli ürünlerle yapılarak yerinde deneyimlenmesinin hem turizm amacıyla yöreye gidenler hem de kendini o alanda geliştirmek isteyen öğrenci ve gelişmeye devam eden şefler açısından yörenin ürünlerini yerinde tanımanın önemi, yöre halkının kalkınmasına dolayısıyla şehrin kalkınmasına da az-çok fayda sağlaması, yerel üreticilerle yeme-içme sektörü profesyonellerini buluşturması yönünde olmuştur. Bunun yanında bu etkinliklerin yetersiz olduğu, devlet desteğinin gerekliliği, bu etkinliklerde kalabalıklara yapılan sunum biçimlerinden dolayı ister istemez kalitede bir düşüş olması, birçok şehrimizde yapılabilecekken bu etkinliklerin belli başlı şehirlerimizle sınırlı kalması, o yörelerde yörenin yemekleriyle ve ürünleriyle ilgili yeterli bilgi sahibi insan olmamakla birlikte, yörenin yemeklerini sunacak yeterli sayıda restoran, konukları ağırlayacak yeterli konaklama imkanı olmaması gibi olumsuzluklar şeklindedir.

4.7.2. Yurt Dışında Yapılan Gastronomik Etkinliklerin Türk Yemek Kültürüne Etkileri

Uzmanlara yönelttiğimiz yurt dışına yapılan gastronomik etkinlikler ve seyahatlerin Türk yemek kültürüne ve yeme içme alışkanlıklarına etkisi var mıdır sorusuna dokuz katılımcı bazı etkilerinin olduğunu kabul ederken üç katılımcı (Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 9) çok bir etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Etkileri kabul eden katılımcıların çoğu Katılımcı 1 dışında kültür üzerinde direk etkilerinin olamayacağını, yeme içme alışkanlıklarını etkileyeceği yönünde cevaplar

vermişlerdir. Bunun sebebi olarak da artık bu gezileri yapmanın ekonomik olarak zorluğundan dolayı kısıtlı çevrelerce yapılabilmesi ve bunun Türk yemek kültürünü etkileyecek yeterlilikte olmaması gösterilmiştir. Katılımcı 1 ise Yemek kültürünün gelişimine katkısı olan etkinlikler olarak yorumlamıştır. Katılımcı 12 ise etkilerinin olmasını kabul etmekle birlikte bu konuda çok zayıf olduğumuzu ifade etmiştir. Ortak verilen cevaplara baktığımızda öne çıkan başlıklar şu şekildedir; bu etkinliklerin karşılıklı mutfaklar arasında bir etkileşim yaratacağından Türk mutfağı için olumlu olması hem Türk mutfağını geliştirmek hem de Türk mutfağını yurt dışında tanıtabilmek adına bu etkinliklerin faydalı olması, şeflerin kendilerini geliştirebilmeleri için fırsat yaratması ve onlara ilham olması, bireyler için ise daha bilinçli taleplerde bulunarak yurt dışı mutfak deneyimlerini arttırmaları olarak sıralanabilir.

Katılımcı 6, Katılımcı 7 ve Katılımcı 9 yurt dışına yapılan gastronomik amaçlı seyahatlerin ve gastronomi etkinliklerinin Türk yemek kültürüne ve yeme içme alışkanlıklarına çok da bir etkisi olmadığı görüşündedirler. Tek tek nedenlerine baktığımızda,

Katılımcı 6 *“Çok yok, sadece biz kendimizi alkışlayalım diye işte yurt dışındaki belli yarışmalara katılıyoruz, madalya alıyoruz, işte bizim bakın federasyonumuzun da var orada (alınan madalyaları gösteriyor), anca böyle oluyor işte madalya almak uğruna almak oluyor. Dediğim gibi kendi mutfağımızı tam anlamıyla öğrenip, işte bir peynir nasıl yapılır biliyor olabildikten sonra, böyle şefler yetiştirdikten sonra ülkemizin de mutfağının burada kalmayıp, yurt dışında da tanıtılması gerektiğini düşünüyorum ki işte o talep oluşsun. Yani insanlar bizim mutfak kültürümüzü öğrenmeli ki talep oluşsun, o talep de bizim ülkemizdeki üreticiye yansısın”* (K6-Eğitmen şef, Erkek, Yaş:38) sözlerinden yetişen yemek profesyonellerin gerekli yeterlilikte olmadığı sürece Türk mutfağının doğru temsil edilemeyeceğinden dolayı yurt dışında temsil gücünün yüksek olmadığını anlıyoruz.

Katılımcı 7, *“Çok olduğunu düşünmüyorum. Yani aşçılarımız, aşçı federasyonlarımız gidiyor birtakım yarışmalara katılıyor, hatta dereceler alıyorlar. Derece aldıklarına göre oralarda bir değer görüyor yemeklerimiz onca uluslararası mutfak arasında ama devamı gelmiyor. Bir kebaptan, baklavadan öteye gidemiyoruz zihinlerde. Bunu değiştirmek için devletin desteği gerekli. Çok ciddi çalışmalar yapılmalı bu konuda”* (K7-Restoran sahibi-Otel yöneticisi, Kadın, Yaş: 50) sözleriyle

Katılımcı 6 gibi alınan ödüllerin günün sonunda zihinlerde bir değişime sebep olamamasından ötürü bu etkinlerinin etkilerinin Türk yemek kültüründe olumlu bir değişime neden olamadığını ifade etmiştir.

Katılımcı 9 *“Var mıdır yurt dışına gidip böyle abi çok acayip vizyonlarla döndük, bu vizyonu da şu anda yemeklerimize aktaracağız, işletmelerimize aktaracağız diyen. Belediye’ye aktaracağız Belediye çok acayip işler yapacak, Valilik şunları yapacak hiçbir şey yok yani. En azından benim karşılaştığım yok...”* sözleriyle yurt dışında yapılan bu etkinliklerin vizyonumuzu değiştirme yönünde neredeyse hiçbir etkisinin olmadığını ifade etmiştir. Kendisinin de çok gezen bir şef olduğu hatırlatıldığında ise *“...Ben kendi kendime vizyonumu genişletmeye çalışıyorum. Ama ben Türk yemek kültürü için bir şey yapıyor muyum, hayır yani öyle bir misyonum da yok benim zaten. Yaptığım şeyin de etki edeceğini sanmıyorum. Kendi dükkanım için, kendi işletmem için, kendi misafirlerim için yapıyorum...”* şeklinde cevap vererek bireysel çabaların Türk yemek kültürü üzerinde bir etkisi olamayacağını anladığımızdan kendisine daha işe yarar sonuçlar alabilmek için devlet desteği mi gerekiyor sorusunu yönelttiğimizde *“...Şöyle söyleyeyim, dünyanın en iyi kahvaltısı nerde var? Yüzde yüz Türkiye’de var. İngiltere’de kahvaltı için devlete bağlı bir birim var, İngiliz kahvaltısını korumak için. Biz de yok. Serpme kahvaltı diye pespaye bir şey çıktı yani hiçbir Türk damak tadına asla uymayan, hiçbir yerde de yörede de olmayan, köy kahvaltısı diye bir şey var yani tabii ki köyde yapılan kahvaltı değil de muhtemelen köyden gelen malzemelerle hazırladığımız kahvaltı demek istiyorlar, çünkü köyde öyle kahvaltı edilmiyor, hiçbir köyde. Bunlar bozuyor. Bence muhteşem bir şey kahvaltı kültürü, baktığın zaman kahvaltılıklar da çok farklı yani, çorba, ciğer, börek, ot, yumurta, ülkenin dört bir yanı bambaşka inanılmaz yani. Ama bu konuyla ilgili hiçbir şey yapmıyoruz. Bütün dünyada Türk kahvaltısı diye bir seçenek sunulmalı aslında, herkes bunun peşinden koşmalı. Herkes Türkiye’ye gelip abi inanılmaz kahvaltıları varmış adamların demesi lazım, kimse demiyor...”* (K9-Şef-Restoran sahibi, Erkek, Yaş: 44) şeklinde bir örnekle cevap vermiş ve kişiler kadar devletin de yemek kültürümüzde bulunan değerlere sahip çıkması, koruması ve tanıtması gerektiğini ifade etmiştir.

Bu kategori altında gerek yurt içine gerekse yurt dışında yapılan gastronomik etkinliklerin Türk yemek kültürüne ve yeme içme alışkanlıklarına etkilerini uzmanlarla konuştuk. Birçok uzman bu etkinliklerin Türk yemek kültürüne olumlu

etkileri olduğunu kabul ederken yeterlilikleri konusunda olumsuz cevaplar vermiştir. Bu cevaplardan ortaya çıkan önemli konulardan bir tanesi de yurt içinde ya da yurt dışında olsun Türk mutfağının gelişebilmesi, tanıtılabilmesi, kalitesinin artırılması ve zihinlerdeki algısının değiştirilmesi için daha çok çalışmalara ve devlet tarafından desteklenmesine, kooperatifçiliğin yaygınlaştırılmasına ve profesyonel olarak etkinliklerin düzenlenmesine ihtiyaç olduğudur.



SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küreselleşen ve değişen dünyada yemek kültürünün ve yeme-içme alışkanlıklarının değişmesi de kaçınılmaz olmuştur. Popüler kültürün de etkileriyle hayatımızda meydana gelen değişimler yemekler üzerinde de kendini göstermeye başlamıştır. Yemek kültüründe ve yeme-içme alışkanlıklarında meydana gelen bu değişimler uzman katılımcılarla küreselleşme ve popüler kültürün etkileri eksenini etrafında şekillenen araştırma sorularıyla ortaya konmuştur.

Araştırmaya katılmayı kabul eden 12 uzmanın tamamı küreselleşme ve popüler kültürün etkilerini Türk yemek kültüründe ve yeme içme alışkanlıklarında fark ettiklerini ifade ederken etkileri üzerinde farklı görüşler sunmuşlardır. Genel olarak popüler kültürün etkilerini daha olumsuz olarak görmüşlerdir. Bunun sebeplerinden biri popüler kültürün etkisiyle hayatlarımıza giren fastfood restoranları olarak görülmüştür. Fast food yemeklerinin hızlı, diğer restoranlardan görece daha ucuz fakat sağlıksız yemeklerinin toplumda özellikle gençler arasında popüler olduğu görülmektedir. Bu restoranlar çocuk menüsü adı altında hazırladıkları küçük porsiyonlu yiyecek menülerinin yanında verdikleri oyuncak hediyeleriyle çocukların bile ilgisini çekmektedirler. Şehir ve iş yaşıntısı içinde yemeğe ayrılan zamanın da kısılmasıyla özellikle çalışan ve dışarıda yemek zorunda olan kişiler tarafından daha hızlı hazırlanması, servis edilmesi ve yenmesi gibi sebeplerle tercih edildiği görülmektedir. Türk damak tadından uzaklaşmak istemeyen kişileri kazanmak için ise küyerelleşmeye de örnek olacak şekilde köfte dürümler, tavuk pilav versiyonları çıkarmış ve müşteri sayılarını her geçen gün arttırmışlardır. Bunun sonucunda neredeyse her mahallede fastfood restoranları açılmış ve ulaşım zorluğundan o restoranlara gidememe ihtimaliniz de ortadan kaldırılmıştır. Kişiler ne kadar uzak durmak istese de popüler kültür o kültür ürününü sürekli göz önünde tutarak onu olağan hale getirmekte ve hatta artık kişilere onun bir dayatma olmaktan çok kendi tercihi olduğuna inandırmaktadır. Bunun sonucunda hem sağlıksız beslenen bir topluma hem de kendi kültüründen uzaklaşan bir topluma dönüşüm olduğu ortaya çıkmaktadır.

Popüler kültürün bir diğer olumsuz etkisi olarak yemeğin adeta bir gösteri nesnesine dönüştürülmesi gösterilmiştir. Yapılan o yemeğe veya yemeği sunan restorana, şefe olan ilgiyi arttırmak, dikkat çekmek amacıyla yapılan bu gösteriler

yemeğin içeriğinden, geldiği coğrafyaya özgülüğünden ve kültüründen çok uzaklaşmasına ve basite indirgenmesine neden olmaktadır. Bu şovlar çok geleneksel yemeklerimize bile uygulanmakta ancak sadece turistleri anlık olarak heyecanlandırmaktan öteye geçememekte, restorancılığın ve yemek servisinin ne denli dejenere edildiğini gözler önüne sermektedir. Fakat popüler kültürün geçiciliği burada da kendini göstererek her gün bu gösteriler farklılaşmaktadır. Uzun vadede geleneksel Türk mutfağında bir değişime neden olmayacak olsa da Türk yemek kültürüne etkileri olacaktır. Gastronomik anlamda hiçbir şey ifade etmeyen bu sunumlar elbet değişerek devam edecektir ancak kültürel bir alt yapı olmadıkça kalıcılığını koruyamayacaktır.

Popüler kültürün olumsuz etkilerinden biri olarak Türk yemeğinin temsili problemini ortaya çıkmıştır. Buna göre popüler olan Türk yemeklerinden başka yemeklerin çok tercih edilmemesiyle gerek yurt dışında açılan Türk restoranları, gerekse Türkiye'ye gelen turistlerin tercih ettiği restoranlar lahmacun ve kebapın öteye gidememekte, Türk tatlısı olarak sadece baklava ve tırevleri bilinmektedir. Oysa Türk mutfağı bunun çok daha ötesinde, aslında geçmişinden gelen özellikleriyle çok uluslu ve çok kültürlü bir yapıya sahip olmasıyla oldukça zengin bir mutfaktır. Ancak temsili yeterli olmadığından sınırlı yemekleriyle anılmaktadır. Son yıllarda geleneksel mutfağa artan bir ilginin olduğu da bir gerçektir. Ancak buradaki endişe ise bunun da bir popüler kültür yansıması olması ve bu ilginin geçici olmasıdır.

Popüler kültürün olumlu bir etkisi olarak son yıllarda geleneksel mutfağa dönüşün popülerleşmesi gösterilmiştir. Son zamanlarda geleneksel mutfağa olan ilginin artması ancak yeni teknikler ve sunumlarla yorumlanması popüler kültürün olumlu bir etkisidir. Buna göre fast food ve farklı ülke mutfaklarına bir tepki olarak geleneksel mutfağa dönüş yapılmıştır.

Uzmanlar tarafından küreselleşmenin etkileri olumlu olarak karşılanmıştır. Bunun sebebi ise teknolojinin hızla gelişmesiyle her tür bilgiye çok hızlı erişerek dünyanın her yerindeki yenilikleri, yeni teknoloji ve teknikleri yakından takip edebilmektir. Bu yeni bilgi ve teknikleri kendi mutfaklarımıza entegre edebilmemizin Türk mutfağını geliştirmeye hizmet etmesi küreselleşmenin olumlu etkisidir. Küreselleşmenin sınırları ortadan kaldırmasıyla her ülkeye, her insana, bilgiye kolaylıkla ulaşılabilir olmuştur. Bunun kültürümüzü değişime uğratması kaçınılmaz olmakla birlikte uzmanlar tarafından bu değişim yemekleri ve kültürü dejenere etmediği sürece tehlikeli olarak görülmemiştir. Ancak burada bir sıkıntı var ki o da bu

değişimlerin sadece sofraya gelen son ürün üzerinden değerlendirilmesi. Küreselleşme sürecinden gastronomi anlamında almamız gereken asıl bilgiyi, kültürü ve felsefi alt yapıyı alamadığımız anlaşılmaktadır. Yemeğin tabağa gelene kadar geçirdiği tarım, hayvancılık vb. üretim süreçlerinin, ekonomik ve siyasi aşamaların görmezden gelinmesi küreselleşmeden bu açıdan yeterince faydalanmadığımız anlamına gelmektedir. Gerçekten soruya gelen cevaplara da baktığımızda görülen şeflerin birçoğunun küreselleşmeyi yemek pişirme tekniği ve mutfaklarımıza ve menülere eklenen yeni ürünler üzerinden yorumlamış olduklarıdır.

Küreselleşme nasıl bizim farklı ülke mutfaklarından etkilenmemizi, ürünlerini kullanmamızı sağlıyorsa bizim ürünlerimizin ve mutfağımızın da diğer ülkeler tarafından tanınması, Türk mutfağından etkilenmeleri küreselleşmenin olumlu bir etkisidir. Ancak bu etkileşim bizim mutfağımızın yaygınlaşması açısından yeterli değildir. Türk mutfağı yurt dışında döner ve kebaptan öteye geçememiştir.

Küreselleşme ve küreselleşmenin getirdiği kültürel etkilerden birisi olarak geleneksel tariflerin artık unutulmaya yüz tutmuş olmasını sayabiliriz. Küreselleşme ve popüler kültürün etkileriyle pişirilmeyen yemekler, köylerde sadece eski kuşağın bildiği pişirme teknikleriyle yapılan yöreye ait yemekler yeni nesillere aktarılmadıkça unutulmaya yüz tutacaktır. Son yıllarda geleneksel mutfağa olan ilginin artmasıyla bölgelerde çalışmalar artmış ancak yapılan çalışmalar da göstermiştir ki küreselleşmenin, popüler kültürün etkisiyle özellikle iletişim kanalları, görsel medya aracılığıyla farklı ve daha kolay metotların varlığının fark edilmesiyle geleneksel üretim tekniklerinden uzaklaşmakta, değişen fauna ve florayla da ortaya çıkan yemekler geleneksel olandan uzaklaşmış olmaktadır. Yine de pek çok mutfak kültürü araştırmacısı Türk yemek kültürünü yaşatmak, geleneksel tarifleri ortaya çıkarmak için çok önemli çabalar harcamakta, sosyolojik ve antropolojik çalışmalar yapmaktadırlar.

Küreselleşmeyle birlikte hayatımıza giren küyerelleşme Türk yemek kültürünü etkileyen bir faktördür. Uzmanlara küresel düşünüp yerel hareket etmek olarak tarif ettiğimiz küyerelleşme çoğunluk olarak olumlu algılanmıştır. Küyerelleşme yerel olana yaptığı vurgu sebebiyle yerel üretimin önemine dikkat çekmektedir. Yerel ürünlerimizi küresel, uluslararası teknoloji, teknik ve bilgiyle birleştirerek üretmemizin, bu ürünleri işlerken ve sunarken de yine bu küresel tekniklerden yararlanmanın Türk mutfağını ileriye taşıyacağı, kendi ürünlerimizin de tanıtılmasına

hizmet etmiş olacağı sonucuna varılmıştır. Yerele dönmediğimiz sürece ürün yapımızın bozulması kaçınılmazdır.

Yemek kültürünü etkileyen faktörlerden birisi de insan faktörü olarak yemek profesyonellerinin Türk yemek kültürü üzerindeki etkisidir. Türk yemek kültürü üzerine çalışmalar yapan şefler ve mutfak kültürü araştırmacılarının popüler kültür ve küreselleşmeden etkilenmedikleri düşünülemez. Hem yemeklere olan dokunuşları hem de Türk yemek kültürüne yaklaştıkları perspektif Türk mutfağına yön veren bu insanların etkilerini kaçınılmaz yapmaktadır. Yemek profesyonellerinin çabaları sonucunda Türk yemek kültürünü yaşatmak adına önemli çalışmalar yapılsa da bu çalışmaların yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır. Türk yemek kültürünün değişimi kaçınılmaz olmakla birlikte bu değişimin olumsuz algılanmaması, değişimin bazen gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Örnek olarak, son yıllarda yeni nesil şefler olarak da tabir edilen genç kuşaktan şefler arasında özellikle yaygınlaşan geleneksel yemeklere yapılan yeni ve modern dokunuşlar verilebilir. Bu yorum yemekler Türk kültürü için bir tehlike olarak görülmezken melez bir mutfağın doğuşu konusunda katılımcılar ikiye ayrılmıştır. Uzmanların çoğu bu akımın Türk mutfağı için bir tehlike olarak görülmemesi gerektiğini, bu denemelerin geleneksel tarifler arasına yerleşmesinin mümkün olamayacağını ifade etmişlerdir. Melezleşme kavramı bazı uzmanlar tarafından sevimsiz algılanmıştır ancak küreselleşmenin sonuçlarından biri olan melezleşme küreselleşme tartışmaları içinde önemli bir yer tutar. Buna göre kültürlerin karşılaşması sonucunda oluşan etkileşim ve iletişim doğrultusunda ortaya çıkan çok kültürlülük gündelik hayatın bir parçası olmuş ve değişimi ifade etmiştir. Bu çok kültürlülük ile gelen farklılaşma ise yeni süreçlerin ortaya çıkmasına neden olur. Yeni kuşak şeflerin eski kültür unsurlarını koruyarak Türk mutfağına yeni kültür unsurlarını eklemelerinin melezleşme olarak yorumlanabileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu doğrultuda bakıldığında geleneksel mutfakla etkileşime giren farklı kültürlerin etkileri melezleşmeye neden olmaktadır, hatta olmuştur. Eski Türklerden bu yana getirdiğimiz Türk yemek kültürü Türklerin geniş coğrafyalara yayılması, göçler ve fetihlerle oldukça zenginleşmiş, her geçen gün kültürüne yeniliklerin eklenmesiyle halihazırda çok kültürlü bir mutfaktır. Buradan yola çıkarak geçmişte o günün birer yeniliği olarak mutfaklara eklenen bazı ürünlerin ve yemeklerin bugünün gelenekseli haline geldiğini düşünürsek, günümüzde geleneksel yemeklere yapılan yeni dokunuşların ya da eklenen yeni ürünlerin geleceğin gelenekselini oluşturacağı sonucuna varırız.

Katılımcıların tamamı bu ürünlerin kullanım sıklıkları ve Türk damak tadına uygunlukları doğrultusunda geleceğin geleneksel olacaklarını ifade etmişlerdir. Örnek vermek gerekirse Türk mutfağının geleneksel denilen birçok yemeğinde patlıcan ve domates vardır. Bizim topraklarımıza ait, bizim topraklarımızda ezelden beri varmış gibi neredeyse birçok yemeğimizde olan bu ürünlerin anavatanı çok farklıdır ve farklı tarihlerde Türk mutfaklarına girmişlerdir. Geçmişten gelen bu örneklerle yola çıkarsak son yıllarda ülkemizde çokça tüketilen ve bu sebeple de üretimi yapılan hatta 2018 yılında “Alanya Avokadosu” olarak coğrafi işaretle tescillenen ancak anavatanı Orta Amerika olan ürünlerden avokadonun gelecekte geleneksel bir ürün haline gelmeyeceğini söyleyemeyiz. Bunun dışında katılımcılar tarafından da ifade edilen, geleceğin gelenekselinin sadece mutfağa eklenen yeni ürünlerle değil mutfaklarımızdan çıkmak zorunda olan ürünler nedeniyle olacağı görüşü vardır. Gerek ekonomik krizler gerekse üretim sorunları ve gelecekte karşılaşılabilecek olası kıtlık senaryosu yüzünden bunun mümkün olduğu görülmektedir. Şimdi bile baktığımızda bugünün ekonomik koşulları nedeniyle Türk mutfağında önemli bir yeri olan kırmızı et yerini beyaz ete bırakmış, kıyma yerine kuru bakliyatlar kullanılmaya başlanmıştır.

Küreselleşmeyle birlikte artan kültürel etkileşimlere aracı olması açısından internet ve sosyal medyanın Türk yemek kültürüne ve özellikle kişilerin yeme içme alışkanlıklarına etkileri kaçınılmazdır. Katılımcıların tamamı internetin Türk yemek kültürü ve yeme içme alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğunu kabul etmişler ancak bu etkinin kalıcılığı doğrultusunda görüş ayrılığı yaşamışlardır. İnternet özellikle içinde bulunduğumuz bilgi çağında bilgiye ulaşmak için önemli bir araçtır. Yemek kültürü açısından da farklı kültürlerle internet üzerinden etkileşime girmek, bu etkileşim sonucunda yeni teknikler öğrenmek ve bunları kendi yemeklerimize uyarlamak Türk mutfağının da gelişmesine ve zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde sosyal medyada yapılan özellikle görsel paylaşımların etkilerini sorduğumuzda katılımcıların tamamı yine bu etkiyi kabul etmekle birlikte etkinin olumlu ya da olumsuz oluşu ve kalıcılığı konusunda farklı cevaplarlar vermişlerdir. Son yıllarda popülerliği artan ve neredeyse her bir bireyin kendine ait hesaplar kullandığı sosyal medya herkesin her gittiği yere cebinde taşınabilmesi kolaylığıyla hayatlarımızın merkezine oturmuştur. Kullanıcıların ne yaptıklarını, ne yediklerini, yaşam tarzlarını paylaştıkları bu platformlar aracılığıyla diğerleriyle etkileşime girmeleri sonucu

kişilerin tercihleri üzerinde etkiye neden olabilmektedir. Bunlardan biri de yemekle ilgili yapılan görsel paylaşımlardır. O kadar popüler hale gelmiştir ki bu platformlar birçok kişi gideceği restorana sosyal medya üzerinden karar vermekte, yapacağı yemeğin görseline ve tarifine sosyal medya aracılığıyla ulaşmaktadır. Uzmanların çoğu sosyal medyanın doğru ve dikkatli bir şekilde kullanılmasının olumlu sonuçlar doğuracağını ifade etmiştir. Sosyal medya kullanımının olumlu etkilerinden biri kendi mutfak kültürümüzü bu platformlar aracılığıyla daha çok insana ulaştırma şansıdır. Kendi kültürümüzü ve mutfağımızı sadece kendi insanımıza sevdirmek ve tanıtmak değil Türk mutfağını dünyaya tanıtmak için bir araç olarak kullanılmalıdır. Katılımcıların çoğu sosyal medyada yapılan özellikle görsel yemek paylaşımlarının direkt Türk yemek kültürü üzerinde değişime neden olacak kadar etkisi olamayacağını ancak kişilerin yeme içme tercihleri üzerinde etkileri olacağını belirtmiştir. Bunun nedeni ise paylaşımları yapanların daha çok takipçi kazanma, beğeni sayılarını ve popülerliklerini artırma kaygılarıyla bu paylaşımları şova dökerek yemeği kültürel anlamından, kalitesinden uzaklaştırarak yapmalarıdır. Bu nedenle sosyal medya üzerinden yapılan yemek paylaşımlarının sürdürülebilir ve kalıcı olmayacağı sonucu ortaya çıkmıştır.

İnsanlar artık sosyal medyayı hayatlarının her anını başkalarıyla paylaşmak üzere kullanmaktadır. Dolayısıyla kendi yaşam tarzlarını sosyal medya üzerinden sergilemekte ve diğerlerinin yaşam tarzlarını da yine bu mecralardan takip etmektedirler. Kişiler sosyal medya aracılığıyla olsun olmasın, herhangi bir sosyal alanda yemeği bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullanmaktadırlar. İnsanlar kendi alanlarında, kendilerini daha iyi ifade edebilecekleri, rahat ve ait hissedebilecekleri ortamları tercih etme eğilimindedirler. Yaşam tarzları kısaca insanları diğerlerinden farklı kılan davranış biçimleri olarak ifade edilebilir. Buna göre neyi nasıl yaptığımız, günlük hayatımızdaki tercihlerimiz, eğitimimiz, ekonomik durumumuz, yediklerimiz, içtiklerimiz hepsi yaşama tarzımızı oluşturan etkenlerdir. Yemek tercihlerimiz ve o yemeği nerelerde yemeği tercih ettiğimiz de yaşam tarzı göstergelerimizden birisidir. Kişilerin sosyal ve ekonomik durumlarının çok belirleyici olduğu bu tercihler sebebiyle doğalında insanlar maddi olarak ulaşılabilir ve sosyo-kültürel olarak yakın oldukları gruplarla bir arada olmak, tercihlerini de bu yönde yapmak şeklinde davranış gösterir. Ancak son yıllarda sosyal medyanın da hayatlarımıza girmesiyle insanların kendilerinden farklı insanlara ve yaşama tarzlarına özenmeleri, onlarla bağ kurmak,

yediklerini yemek, içtiklerini içmek, gittikleri yerlere gitmek, satın alma davranışlarını taklit etmek gibi davranışlar göstermelerine neden olmuştur. Bu davranışlar sonucu oluşan tercihlerle Türk yemek kültüründe bir değişim oluşmamakla birlikte, bu davranış sürdürülebilir olmadığından ancak kısa süreli yeme-içme alışkanlıkları üzerinde etki yaratabilir. Toplumun genelinde göremeyeceğimiz bir davranış biçimi olduğundan kültüre herhangi bir kalıcı etki bırakmayacağı uzmanlar tarafından da ifade edilmiştir. Yemek için dışarı çıkmak sadece karın doyurmak için değil aynı zamanda sosyal ve psikolojik olarak da doymamızı sağlayan, başkalarıyla bir araya gelip rahatlamamıza, mutlu olmamıza neden olan bir eylem olduğundan insanların ister istemez sonunda ait oldukları, ait hissettikleri sosyal ortamlarda olmak konusunda tercihlerini yapacakları sonucuna ulaşmıştır.

Yemek kültürünü ve yeme-içme alışkanlıklarını etkileyen faktörlerden biri olarak son yıllarda popülerliği artan gastronomi turizmi ve gastronomik etkinlikler sayılabilir. Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında yapılan bu etkinliklere katılım her geçen yıl artmaktadır. Ancak bu etkinliklerin ne kadar doğru, etkili ve yeterli oldukları uzmanlara sorulduğunda çoğu tarafından yemek kültürüne olumlu etkileri olduğu kabul edilse de yeterliliği ve doğru bir şekilde uygulanması yönündeki cevaplar olumsuzdur. Yurt içinde yapılan etkinliklerin genellikle belli başlı illerde olmasının en büyük nedenlerinden biri o şehirlerin, yörelerin sadece gastronomik anlamda gelişmiş olmaları değil aynı zamanda gittiğinizde o yöreye ait yerel yemekleri tadabileceğiniz restoranların olması, konaklayabileceğiniz otellerin olmasıdır. Dolayısıyla daha çok gidilip, daha çok tanıtımı yapılan bu şehirlerimize ilgi daha fazladır. Gastronomik etkinliklere artan ilgiden dolayı farklı şehirler de kendilerine olan ilgiyi ve insan akışını sağlamak için gastronomi festivalleri düzenlemeye başlamış ancak bunlardan bazıları yukarıda bahsettiğimiz kaliteli yöresel yemekler sunan restoran ve konaklama ihtiyacını karşılayacak yeterli kapasiteye sahip olmadıklarından başarı gösterememişlerdir. Ayrıca devlet desteği olmadan, şehir ya da yöre bu konuda desteklenmeden zaten ekonomik olarak zorlanan insanların restoran açma ve bunu sürdürme gibi bir çabaya girmeleri de zor olmaktadır. Oysa Türkiye coğrafyası adeta bir gastronomi cennetidir. Çok önemli mutfaklarımız, çok kıymetli restoranlarımız Türk gastronomisine değer katmaktadır. Özellikle Diyarbakır, Hatay, Malatya, Gaziantep, Urfa, Adana gibi illerimize, o illerimizde yapılan eşsiz yemekleri tatmak için çokça seyahat yapılmaktadır. Araştırma sürecinde gerçekleşen ve gastronomik

açından çok zengin 11 ilimizi etkileyen iki büyük depremle kültürel mirası ve gastronomik hafızayı da kaybetme kaygısı yaşanmaktadır. Depremden etkilenen birçok ilde gastronomik açıdan çok değerli esnaf ve restoran da yok olmuş durumdadır. Bu da o illerdeki gastronomik değerlerin kaybolma kaygısını beraberinde getirmiştir. Bu konuda çalışmalar yapan pek çok şef, yemek ve mutfak kültürü araştırmacıları, sivil toplum kuruluşları tekrar şehirlerimizin gastronomik anlamda ayağa kalkması için iş birliği içinde çalışmalar yapmaktadır. Fakat bu çabaların da devlet desteği olmadan yeterli olamayacağı ortadadır.

Yurt dışında yapılan etkinliklerle ilgili de uzmanlar karşılıklı etkileşimin olması, iki tarafında mutfaklarını birbirine tanıtmaları açısından olumlu sonuçlar olabileceğini ancak henüz bu konuda çok da başarılı olamadığımızı vurgulamışlardır. Ancak turistik gezi olarak bireysel gerçekleştirilen seyahatler artık ekonomik nedenlerden dolayı belirli maddi imkana sahip kişiler tarafından yapılabildiğinden yemek kültürünü etkileyecek kadar güçlü etkiye sahip değildir. Yemek profesyonelleri için de aynı şey geçerlidir, yurt dışındaki bu etkinliklere katılsalar ve hatta başarı elde etseler de bu halen Türk mutfak kültürünü, onun zenginliğini tanıtacak kadar bir etkiye sahip değildir. Yurt dışında bir etkiye sahip olmamakla birlikte, geri dönüp Türk yemeğine herhangi bir vizyon katan bir işletme ya da devlet kurumu da olmadığı uzmanlar tarafından belirtilmiştir. Gerek yurt dışında tanıtılmamız gerekse yurt içine dönünce oralardan edindiğimiz bilgi, felsefe ve vizyonu kendimize işlememiz bireysel çabalar sonucu olamayacağından bu konuda da devlet desteğinin çok önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Uzmanlarla yapılan görüşmeler doğrultusunda Türk yemek kültürünün olumlu yönde gelişebilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için bazı öneriler şu şekildedir;

- Yerel üretim desteklenmelidir. Ürün yapımız bozulduğunda artık ne kadar geleneksel yemeklerimizi yapmaya devam edecek olsak da artık o orijinal ürün yapısı olmadığından, toprağa ait ürünle üretilmediğinden aynı yemekten söz etmek mümkün olmayacaktır. Yerel üretim Türk mutfak kültürünün korunması için son derece önemlidir ve bireysel çabalarla devam ettirilemeyecek kadar zor ve masraflıdır, bu sebeple devlet desteğinin şart olduğu anlaşılmaktadır.

- Türk yemeklerine gereken ilginin artması, ekonomik ve sosyal açıdan ulaşılabilir ancak şık ve temiz esnaf lokantalarının artırılması, Türk mutfağı restoranlarının çoğalması, iletişim ve haber kanalları vasıtasıyla ilginin o yöne çekilmesi Türk mutfağının daha çok sevilmesi ve tercih edilmesi konusunda yapılması gerekenlerin başında gelmektedir.
- Yurt içine yapılan etkinliklerin artması için devlet tarafından yöre halkı desteklenmeli, kooperatifçilik yaygınlaşmalı, yerel üretim desteklenmelidir. Yörenin sadece yemekleri değil, o yemeklerin nereden geldiği, neden yapıldığı, sosyo-kültürel alt yapısı da tanıtılmalıdır.
- Gastronomi eğitiminde daha derinlikli, çok disiplinli bir eğitim anlayışının geliştirilmesinin şart olduğu ve bununla ilgili çalışmalar yapılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Geleceğin yemek profesyonellerinin alacağı eğitim Türk yemek kültürünün de geleceği için önemlidir.

Türk yemek kültüründe meydana gelen değişimleri uzman görüşleriyle değerlendirdiğimiz bu çalışmamızın sonucunda Türk yemek kültürünün popüler kültür ve küreselleşmeden hem olumlu hem de olumsuz yönlerde etkilendiği sonucu çıkmıştır. Popüler kültür ve küreselleşmenin yarattığı etkilerin Türk yemek kültürünü değiştireceği ancak bu değişimin olumsuz algılanmaması gerektiğini anlaşılmaktadır. Sonuç olarak Türk mutfağına ait yemeklerin korunacağı, aynı zamanda yeni modern bir Türk mutfağı kültürünün de doğmakta olduğu ortaya çıkmıştır.

Son olarak Türk mutfağının korunması, geleneksel mutfak kültürümüzün yaşatılması, tanıtılması için daha çok çalışmaların ve araştırmaların yapılmasının gerekliliği ve bu çalışmaların devlet desteğiyle yapılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Değişim kaçınılmaz olmakla birlikte bu değişimin iyi bir yöne doğru gitmesinin ancak bu çalışmalar ve uzmanların çabalarıyla mümkün olduğu görülmektedir. Bilgiyi, teknolojiyi, interneti ve sosyal medyayı Türk mutfağını ve kültürünü geliştirmek için kullanmanın önemli anlaşılmaktadır. Türk mutfağı ve yemek kültürünü çalışırken sofraya gelen son tabağın içindeki yemeği değil tüm aşamaları düşünmek gerektiği, yemeği oluşturan bileşenlerden birini bile es geçmeden ilk tohum olarak toprağa atılmasından sofraya gelene kadar geçtiği tüm süreçlerden, üretim tekniklerinden, üreticinin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapısından,

yaşadığı tarım ve üretim sorunlarından, yerel kalkınmadan, o yemeğin ortaya çıkmasına neden olan kültürel, sosyolojik ve ekonomik alt yapısından ayrı düşünülmemeyeceği anlaşılmaktadır. Yemek kültürünün ve yemek sosyolojisinin de pek çok alan gibi multidisipliner bir bakış açısıyla incelenmesinin zorunluluğu ve daha sorumlu bir gastronomi anlayışının geliştirilmesinin önemi burada ortaya çıkmaktadır.



KAYNAKÇA

- Abdurrezzak, A. O. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Turkish Studies*, 11(9), s. 1-16. 01 05, 2023 tarihinde <https://turkishstudies.net/DergiTamDetay.aspx?ID=7523> adresinden alındı
- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi-Orta sınıf(lar)ın yeme içme ve eğlence örüntüleri*. Ankara: Phonix Yayınevi.
- Akdemir, N. (2020). Cumhuriyet döneminde yemek kültürü. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 193-212). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akın , M. H. (2007). Bir kültür bilimi olarak sosyoloji ve kültür sosyolojisi. K. Alver, & N. Doğan (Dü) içinde, *Kültür sosyolojisi* (s. 85-96). Ankara: Hece Yayınları.
- Akın, G., Özkoçak, V., & Gültekin, T. (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Antropoloji*(30), s. 33-52. doi:10.1501/antro_0000000319
- Alparğu, M. (2015). 12. Yüzyıla kadar İç Asya'da Türk mutfak kültürü. A. Bilgin, & Ö. Samancı (Dü) içinde, *Türk Mutfağı* (s. 17-25). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Altun, E. (1998). *Anadolu'da halk kültürü ürünlerinin oluşumuna kültürel değişim ve gelişim açısından bakış*. Ekim 21, 2021 tarihinde Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi: http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/45.php#_ftnref1 adresinden alındı
- Alver, K. (tarih yok). *Kültür sosyolojisi ve kültürel çalışmalar*. Ekim 21, 2021 tarihinde İstanbul Üniversitesi açık ve uzaktan eğitim fakültesi: http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/felsefe_ao/kultursosyolojisevekult.calis malar.pdf adresinden alındı
- Arık, M. B. (2012). Popüler kültüre temel yaklaşımlar. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(19), s. 327-345. Aralık 22, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22874/244408> adresinden alındı
- Artan, C. (2020). Küreselleşme ve popüler kültürün yükselişi. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*(4), s. 25-35. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nosyon/issue/56386/782011> adresinden alındı
- Aslantürk, Z. (2016). *Uygulamalı sosyal araştırma- Metot ve teknikler- SPSS*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve kitle toplumu*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Aydın, M. (2013). *Güncel kültürde temel kavramlar*. İstanbul: Açılım Kitap.

- Aydın, S. (2012). Kültür kavramı. H. Üstündağ (Dü.) içinde, *Antropoloji* (6. baskı b., s. 29). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydınalp, H. (2013). Bir karşıt kültür unsuru olarak Türkiye'de çağdaş tekfirçilerin dini hayata bakışı ve anlamları. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(14), s. 27-50. 07 01, 2023 tarihinde <https://toplumbilimleri.com/?mod=tammetin&makaleadi=&makaleurl=cf7a4edd-c972-483d-bc6c-b1e49ff0d17303%20Halil%20AYDINALP.pdf&key=255> adresinden alındı
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Ersen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274. 02 05, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/38061/399955> adresinden alındı
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388. doi: 10.31592/aeusbed.598299
- Baysal, A. (2018). Türk mutfağı, özellikleri, etkileşimleri. T. K. Merdol içinde, *Beslenme Antropolojisi-1* (s. 123-150). Ankara: Hatiboğlu Yayınları.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2012). *Yemek sosyolojisi: Yemek ve toplum çalışmasına bir davet*. (A. Dede, Çev.) Ankara: Phonix Yayınevi.
- Bell, D. (2013). *İdeolojinin sonu-Ellilerdeki siyasi fikirlerin tükenişine dair*. (V. Hacıoğlu, Çev.) Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169. 01 07, 2022 tarihinde <https://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=87&Sayfa=156> adresinden alındı
- Beşirli, H. (2017). *Yemek sosyolojisi- Yiyeceklere ve mutfağa sosyolojik bakış*. Ankara: Phonix Yayınevi.
- Biber, S. (1990). Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 2(19), s. 251-260. 05 21, 2023 tarihinde <https://beslenmevediyetdergisi.org/index.php/bdd/article/view/689/641> adresinden alındı
- Bingör, B. (2016). Küreselleşmenin yemek kültürüne etkileri. İstanbul: Marmara Üniversitesi. 05 03, 2021 tarihinde <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/54902.pdf> adresinden alındı
- Bostancı, N. (2003). Toplum ve kültür. İ. Sezal (Dü.) içinde, *Sosyolojiye giriş* (s. 109-132). Ankara: Martı Kitabevi.

- Bozkurt, V. (2019). Küreselleşme ve kültür. M. Özben (Dü.) içinde, *Kültür ve toplum* (s. 83-107). İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Bulubay, C. (2020). Bir alt kültür olarak rock kültürünün Türkiye'deki evrimi. *Kültür Araştırmaları Dergisi*(7), 127-147. doi:10.46250/kulturder.812296
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları* (1. b.). (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma deseni- Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları* (3. b.). (S. B. Demir, Çev.) Ankara: Eğiten Kitap.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri-Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (5. b.). (M. Bütün, & S. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cuche, D. (2013). *Sosyal bilimlerde kültür kavramı*. (T. Arnas, Çev.) İstanbul: Bağlam yayımları.
- Çaycı, A. E. (2019). Sosyal medya'da dijital yemek kültürü. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(1), s. 120-136. 05 22, 2023 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/744609> adresinden alındı
- Çeken, H. (2004). Küreselleşme sürecinde Türkiye ve Türk Ekonomisinde Turizm. *Verimlilik Dergisi*(4), 119-139. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/verimlilik/issue/30732/332153> adresinden alındı
- Çetin, A. (2015). Karahanlı-Selçuklu-Memluk çizgisinde Türk mutfağı. A. Bilgin, & Ö. Samancı (Dü) içinde, *Türk mutfağı* (s. 27-37). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Demirgül, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 105-125. 02 22, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/502057> adresinden alındı
- Deveci, B. (2020). Kültür ve yemek kültürü. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 1-25). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ekici, M. (2008). Geleneksel kültürü güncellemek üzerine bir değerlendirme. *Milli Folklor*, 20(80), s. 36. 04 29, 2023 tarihinde <https://www.millifolklor.com/pdfviewer.aspx?sayi=80&sayfa=30> adresinden alındı
- Erdoğan, İ. (2001). Popüler kültürde gasp ve popülerlerin gayri meşruluğu. *Doğu Batı*, 4(15), s. 69-100.
- Erdoğan, İ. (2006). Popüler kültür ve Türkiye. M. Zincirkıran (Dü.) içinde, *Dünden bugüne Türkiye'nin toplumsal yapısı* (s. 341-360). Ankara: Nova .

- Erdoğan, İ. (2018, Şubat 24). *Popüler kültür ve kitle kültürü*. 11 14, 2021 tarihinde Prof. Dr. İrfan Erdoğan: <https://erdoganirfan.blogspot.com/2018/02/populer-kultur-ve-kitle-kulturu.html> adresinden alındı
- Erkal, M. E. (2006). *Sosyoloji (Toplumbilimi)* (13. b.). İstanbul: Der Yayınları.
- Fiske, J. (2021). *Popüler kültürü anlamak* (3. b.). (S. İrvan, Çev.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Gans, H. J. (2020). *Popüler kültür ve yüksek kültür* (6 b.). (E. O. İncirlioğlu, Çev.) Yapı Kredi Yayınları.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (C. Güzel, Dü.) İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Girgin, G. K., & Bozok, D. (2019). Sosyal statüde gastronomik alışkanlıklar. C. Avcıkurt, & M. Sarıoğlu (Dü) içinde, *Gastronomi olgusuna sosyolojik bakış* (s. 61-69). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Goody, J. (2013). *Yemek, mutfak, sınıf*. (M. G. Güran, Çev.) Pinhan Yayıncılık.
- Göka, E. (2003). Küreselleşme ve ruh sağlığı. B. Kaya, & S. Ünal (Dü) içinde, *Küreselleşme ve psikiyatri* (s. 179-188). Ankara: Türk Tabipleri Birliği Yayınları.
- Gökalp, E. (2015). Kültür ve toplum. N. Suğur (Dü.) içinde, *Sosyolojiye giriş* (4. baskı b., s. 99-117). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gökçeğöz, S. (2019). Yemek kültürünün rasyonelleşmesi: Kayseri'de dışarıda yemek. Kayseri: Erciyes Üniversitesi. 01 02, 2021 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=NyJ2h6RXDk29PrHJpPgI9A&no=p-vt2OK70BWqReXf4PkQ7g> adresinden alındı
- Gökulu, G. (2019). Sembolik etkileşimci teorinin gündelik yaşam sosyolojisine katkıları. *Ekev Akademi Dergisi*, 23(80), 173-190. 01 10, 2022 tarihinde http://www.ekevakademi.org/Makaleler/265021218_11%20Gokhan%20GOKULU.pdf adresinden alındı
- Gönç Şavran, T. (2015). Araştırma probleminin oluşturulması ve uygun yöntem ve tekniklerin seçilmesi. T. Gönç Şavran (Dü.) içinde, *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri* (s. 106-143). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gönç Şavran, T. (2015). Nicel ve nitel araştırmalarda kullanılan araştırma teknikleri. T. Gönç Şavran (Dü.) içinde, *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri* (s. 64-104). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Güler, S. (2007). Türk mutfağının değişim nedenleri üzerine genel bir değerlendirme. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, (s. 18-28).
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(26), 24-30. 02 06, 2022 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/328335671_Turk_Mutfak_Kulturu_

ve_Yeme_Icme_Aliskanliklari_Turkish_Kitchen_Culture_and_Eating_and_Drinking_Habits adresinden alındı

Güneş, F. (2012). Klasik sosyolojide temel yaklaşımlar-2: Emile Durkheim. S. Suğur (Dü.) içinde, *Klasik sosyoloji tarihi* (s. 88-110). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Güngör, N. (1999). Popüler kültür çıkmazı. N. Güngör (Dü.) içinde, *Popüler kültür ve iktidar* (s. 9-17). Ankara: Vadi Yayınları.

Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Halıcı, N. (2015). *Türk mutfağı* (2. b.). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Hall, M., & Mitchell, R. (2003). Tourism as a force for gastronomic globalization and Localization. *Tourism and gastronomy* (s. 85-102). içinde Routledge.

Haydaroğlu, İ. (2003). Osmanlı saray mutfağından notlar. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(34), s. 1-10. 05 21, 2023 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/782520> adresinden alındı

Holton, R. (2013). Küreselleşmenin kültürel sonuçları. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 0(47), 59-75.

İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. (t.y.). Sembolik etkileşimcilik ve kültür. İstanbul. 01 10, 2022 tarihinde https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Guz/kultur_sosyolojisi_ve_kulturel_calismalar/9/index.html#konu-1 adresinden alındı

Işın, P. M. (2020). *Avcılıktan gurmeliğe yemeğin kültürel tarihi* (3. b.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

İzbul, y. (1983). Kültür ve kültürel süreçler üstüne. *Çağdaş Eleştiri Dergisi*, 2(6), s. 26-31.

Jenks, C. (2007). *Alt kültür- Toplumsalın parçalanışı*. (N. Demirkol, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kanık, İ. (2016). Küreselleşme sürecinde kültürel melezleşme örneği olarak yemek kanalları ve programları. *Folklor/Edebiyat*, 22(86), 237-258. 12 31, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/539304> adresinden alındı

Kanık, İ. (2019). *Gastro gösteri* (2. b.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kaya, K. (2003). *Türk toplumunun yaşama tarzı*. Isparta: Fakülte Kitabevi.

Kazmaz, S. (2001). Halk kültürüne toplu bir bakış düşünceler ve değerlendirmeler. *Erdem*, 13(38), 295-326. Ekim 10, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erdem/issue/44398/549451> adresinden alındı

- Khodker, H. H. (2013). Küreselleşme yerine küyerelleşme: Sosyolojik bir kavramın değerlendirilmesi. *Sosyoloji Dergisi*(28), 177-189. Ocak 2, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/593825> adresinden alındı
- Kılıç, Z. (2020). Yemek sosyolojisi ve sosyal teori. E. Akarçay (Dü.) içinde, *Yemek Sosyolojisi* (s. 4,5). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kızılçelik, S. (1994). *Sosyoloji teorileri 2*. Konya: Emre Yayınları.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., & Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210. 02 06, 2022 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/320323435_TURK_MUTFAK_KULTURUNUN_TARİHSEL_GELİSİMİNDE_YASANAN_DEĞİŞİMLER_CHANGES_OF_TURKISH_CUISINE_CULTUR_IN_THE_HISTORICAL_DEVELOPMENT adresinden alındı
- Koşum, T., & Akbay, C. (2021). İstanbul ili kent merkezinde tüketicilerin fast food tüketim alışkanlıkları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 553-568. Nisan 03, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/947710> adresinden alındı
- Kulak, Ö. (2017). *Theodor Adorno: Kültür endüstrisinin kaskacında kültür*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Küçükkömürler, S., & Kaya, Ü. C. (2020). Türkiye'de küreselleşme ve yemek kültürü. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 393-433). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kümbetoğlu, B. (2017). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma* (5. b.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (O. Akınhay, & D. Kömürcü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McDonald's hakkında*. (tarih yok). <https://www.mcdonalds.com.tr/hakkimizda> adresinden alındı
- McDonald's Hakkında*. (tarih yok). 04 03, 2022 tarihinde <https://www.mcdonalds.com.tr/hakkimizda> adresinden alındı
- Mills, C. W. (1974). *İktidar seçkinleri*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Morva, O. (2017). Chicago Sosyoloji Okulu'nun etnografik mirasını yeniden okumak: Dijital etnografi çağında sembolik etkileşimcilik. *Moment Dergi*, 4(1), 135-154. doi:<https://doi.org/10.17572/mj2017.1.135154>
- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri- Nitel ve nicel yaklaşımlar 1. cilt* (7. b., Cilt 1.). (S. Özge, Çev.) Ankara: Yayıncı.
- Oktay, A. (2009). *Popüler kültürden tv sömürmesine*. İstanbul: İthaki.

- Orkun, N. D. (2009). *Küreselleşmenin değiştirdiği yemen kültürü: İstanbul-Beyoğlu 2002-2009*. İstanbul: Marmara Üniversitesi. Ocak 05, 2022 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=bYiq9QMD0iFI2uL008AC0w&no=OWHq8tyR2nZqeQd70fEzAQ> adresinden alındı
- Oruç, M. S. (2020). Raymond Williams'in medya ve kültür teorisi üzerine bir inceleme. *Humanitas*, 8(16), s. 332-353. doi:10.20304/humanitas.711029
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları- kavramlar, okullar, modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özgören Kınılı, İ. (2020). Stephen Mennell'in yemek sosyolojisine katkıları. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), s. 419-442. doi:<http://dx.doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0002>
- Özkan, Ö. (2020). *Popüler kültür ve hakikat sonrası zamanlar*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Ritzer, G. (2011). *Küresel dünya* (1. b.). (M. Pekdemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, G., & Stepnisky, J. (2018). *Modern sosyoloji kuramları*. (H. Hülür, Çev.) Ankara: De Ki Yayın.
- Sahlins, M. (2017). Simgesel bir kod olarak gıda. J. Alexander, & S. Seidman (Dü) içinde, *Kültür ve toplum- Güncel tartışmalar* (N. Yavuz, Çev., s. 115-126). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Samancı, Ö. (2018). Cumhuriyet döneminde Türk mutfak kültürü. A. Dünder Arıkan (Dü.) içinde, *Türk mutfak kültürü* (s. 86-105). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sandıkçıoğlu, T. (2018). Türk mutfağının tarihsel gelişimi. A. Dünder Arıkan (Dü.) içinde, *Türk mutfak kültürü* (s. 2-21). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sarı, Ü. (2006). *Kitle kültürü ve popüler kültür bağlamında, kitle İletişim araçlarının kitle kültürüne etkileri: Örnek olarak popstar Türkiye yarışması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. 01 02, 2022 tarihinde <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/41788.pdf> adresinden alındı
- Sezgin, A. C., & Karaman, E. E. (2020). Halk edebiyatında yemek kültürü. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 243-292). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Slattery, M. (2018). *Sosyolojide temel fikirler*. (Ü. Tatlıcan, G. Demiriz, Dü, Ö. Balkız, G. Demiriz, H. Harlak, C. Özdemir, Ş. Özkan, & Ü. Tatlıcan, Çev.) Bursa: Sentez Yayıncılık.

- Solmaz, Y., & Altınar, D. D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124. 02 28, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/saktad/issue/41819/469523> adresinden alındı
- Sözen, E. (2001). Popüler kültür retoriği: Sahiplik içinde yokluk, rağbette olma ve sağduyu bilgisi. *Doğu Batı*, 4(15), s. 57-68.
- Suğur, S. (2015). Sosyolojide temel yaklaşımlar. N. Suğur (Dü.) içinde, *Sosyolojiye giriş* (s. 34-53). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. *Bildiriler Maddi Kültür*. 3, s. 1289-1310. Ankara: AtatürkKültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları. 02 06, 2022 tarihinde <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/S%c3%9cR%c3%9cC%c3%9cO%c4%9eLU-Metin-Saip-%c3%96Z%c3%87EL%c4%b0K-Ay%c5%9fe-%c3%96zfer-T%c3%9cRK-MUTFAK-VE-BESLENME-K%c3%9cLT%c3%9cR%c3%9cN%c3%9cN-TAR%c4%b0HSEL-GEL%c4%b0%c5%9e%c4%b0M%c4%b0.pdf> adresinden alındı
- Swingewood, A. (1996). *Kitle kültürü efsanesi*. (A. Kansu, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik düşüncenin kısa tarihi*. (O. Akınhay, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şahin, H. (2015). Türkiye Selçuklu ve beylikler dönemi mutfağı. A. Bilgin, & Ö. Samancı (Dü) içinde, *Türk Mutfağı* (s. 39-53). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Şensoy, F. (2017). Turizm ve beslenme. A. Özenoğlu (Dü.) içinde, *Beslenme ve diyetetiğin psikososyal boyutu* (s. 191-210). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Şimşek, A. (2020). Osmanlı döneminde yemek kültürü. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 177-192). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (t.y.). *Geleneksel Türk mutfağı*. Araştırma ve eğitim genel müdürlüğü: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-12762/genel-ozellikleriyle-turk-mutfak-kulturu.html> adresinden alındı
- Talas, M. (2003). Küreselleşme ve kültür. B. Kaya, & S. Ünal (Dü) içinde, *Küreselleşme ve psikiyatri* (s. 227-242). Ankara: Türk Tabipleri Birliği Yayınları.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(18), 273-283. 02 06, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sutad/issue/26305/277238> adresinden alındı

- Tanrıkulu, M. (2014). Türkiye coğrafyasında genel kültür, alt kültür ve mozaik kültür. *TUCAUM VIII. sempozyumu bildiriler kitabı*, (s. 473-480). Ankara. Ekim 31, 2021 tarihinde http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2015/08/sem8_47.pdf adresinden alındı
- Tekin, H. H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116. 6 12, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusosyoloji/issue/521/4777> adresinden alındı
- Tektaş, N. (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17), 851-870. doi:<http://dx.doi.org/10.14225/Joh474>
- Tellan, B. (2004). Üretim ve tüketim süreci açısından popüler kültür ve medya ilişkisi: Kurtlar vadisi örneği. *Bilim ve aklın aydınlığında eğitim dergisi*, 5(Özel sayı 57), 197. Ekim 21, 2021 tarihinde https://www.academia.edu/231447/%C3%9Cretim_ve_T%C3%BCketim_S%C3%BCreci_A%C3%A7%C4%B1s%C4%B1ndan_Pop%C3%BCler_K%C3%BClt%C3%BCr_ve_Medya_%C4%B0li%C5%9Fkisi_Kurtlar_Vadisi_in_Bilim_ve_Aklin_Aydinliginda_Egitim_2004_5_57_ adresinden alındı
- Tezcan, M. (2000). *Türk yemek antropolojisi yazıları*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Turhan, M. (2018). *Kültür Değişmeleri* (4. b.). Ankara: Altınordu Yayınları.
- Turhanoğlu, A. K. (2015). Bilim, yöntem ve toplumsal araştırma. T. Gönç Şavran (Dü.) içinde, *Sosyolojide araştırma yöntem ve teknikleri* (s. 2-31). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Türk Dil Kurumu güncel Türkçe Sözlük. (tarih yok). *Popüler*. 12 12, 2021 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu güncel Türkçe sözlük. (tarih yok). *Popüler Kültür*. 12 12, 2021 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu. (tarih yok). *Kültür*. 10 16, 2021 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu. (tarih yok). *Seçkin*. Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk, H., & Şahin, K. (2004). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), Para:1. Ocak 07, 2022 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/183214> adresinden alındı

- Türkal, İ. (2015). Sosyal medya kullanımının küreselleşmeye ilişkin yaklaşımlar üzerindeki rolü: Gümüşhane Üniversitesi iletişim fakültesi örneği. *Mavi Atlas*(5), 78-102. doi:10.18795/ma.23056
- Türkdoğan, O. (1988). *Değişme, kültür ve sosyal çözülme*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Wallece, R. A., & Wolf, A. (2018). *Çağdaş sosyoloji kuramları*. (L. Elburuz, & M. Ayas, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (S. Aydın, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Yahyagil, M. Y. (2019). *Küreselleşme girdabında kültür: Modern zamanlarda mutluluk arayışı*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınevi.
- Yalvaç, M. (2003). Küreselleşme ve ailede meydana gelen değişimler. B. Kaya, & S. Ünal (Dü) içinde, *Küreselleşme ve psikiyatri* (s. 335-347). Ankara: Türk Tabipler Birliği Yayınları.
- Yenal, N. Z. (1996). Bir araştırma alanı olarak yeme-içmenin tarihi ve sosyolojisi. *Toplum ve Bilim*(71), 195-227.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2020). Yemeğin toplumsal işlevleri ve Türk yemek adetleri. N. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Yemek, kültür ve toplum* (s. 361-391). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zincirkıran, M. (2016). *Sosyoloji*. Bursa: Dora Yayıncılık.

EKLER

EK-A

Etik Kurul Onayı:



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ: 07.04.2021
TOPLANTI SAYISI: 2021-12

KARAR NO: 2021-12-13: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyoloji tezli yüksek lisans programı 190626010 numaralı Başak SOYDAN, "Türk Yemek Kültüründe Meydana Gelen Değişimler ve Bu Değişimin Uzman Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (İstanbul Örneği)" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 11.03.2021 tarih ve 2021-08 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

Görüşme Formu:

<p>(Görüşme Formu)</p> <p>TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNDE MEYDANA GELEN DEĞİŞİMLER VE BU DEĞİŞİMİN UZMAN GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ARAŞTIRMA (İSTANBUL ÖRNEĞİ)</p>
<p><i>Elinizdeki Görüşme Formunda, Prof. Dr. Kamil KAYA'nın danışmanlığında yürütülen Yüksek Lisans Tezi için hazırlanmış sorular bulunmaktadır. Araştırmanın bilimsel tespitleri, sorulara verilen cevapların doğru olduğu varsayımına dayanır. Bundan dolayı formda yer alan sorulara doğru ve eksiksiz cevap vermeniz son derece önemlidir.</i></p> <p><i>Araştırmanın yemek kültüründeki değişim ve dönüşümlerle ilgili olması ve sizin yıllarca bu konuda çalışmış bir yemek profesyoneli – araştırmacısı olmanız konuyla ilgili fikir ve bilgilerinizi araştırma için çok değerli kılmaktadır. Elde edilecek veriler, hiçbir şekilde özel çıkarlar için değil sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Araştırmada çalıştığınız kurum ve kuruluşların adı geçmeyecek ve izniniz olmazsa isminiz kullanılmayacaktır.</i></p> <p><i>Eğer izin verirseniz görüşmenin akışını bozmamak ve vereceğiniz bilgilerin araştırmaya eksiksiz dahil edilebilmesini sağlamak için ses kaydı almak istiyorum.</i></p> <p><i>Gösterdiğiniz ilgi ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.</i></p> <p style="text-align: right;">Başak Soydan İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji ABD Yüksek Lisans Öğrencisi</p>

1. Kısaca kendinizi tanıtır mısınız? (Yaş, cinsiyet, meslek, meslekte geçirilen süre, eğitim durumu, medeni durum)
2. Küreselleşmenin ve popüler kültürün etkilerini Türk yemek kültüründe ve yeme-içme alışkanlıklarında görmek mümkün müdür? Eğer böyle bir farkındalığımız varsa değişimleri nelerde, hangi alanlarında fark ettiğinizi ve bunların yemek kültürüne olan, olabilecek etkilerini olumlu, olumsuz yönleriyle açıklayabilir misiniz?
3. Türk yemek kültürünü yaşatmaya çalışan birçok yemek profesyoneli olmasına rağmen küreselleşme ve kültürel etkilerle Türk yemek kültürüne ait bazı reçetelerin kaybolmakta olduğu sizce doğru mu?
4. Türk mutfağı ve Türk yemek kültürü üzerine çalışmalar yapan şeflerin ve yemek araştırmacılarının bu yöndeki çabaları ve çalışmaları Türk yemek kültürüne olan merakı körükleyerek geleneksel yemek kültürümüzü yaşatmaya devam edecek midir yoksa değişim kaçınılmaz mıdır? Fikirleriniz nelerdir?
5. Son yıllarda yeni nesil şefler olarak da tabir edilen genç kuşaktan şeflerin Türk yemek kültürüne ait tariflere kendi yorumlarını da katarak yeni bir biçim vermelerini nasıl karşılıyorsunuz?

6. Sizce bu akım Türk mutfak kültürü için bir tehlike midir, yoksa yeni bir melez mutfağın doğuşu olarak mı görülmelidir? Yorumlar mısınız?
7. Geçmişin yenilikleri bugünün gelenekselini oluşturuyor sözünden yola çıkarsak,
Geleneksel yemeklere yapılan yeni dokunuşların geleceğin gelenekseli haline gelerek Türk yemek kültürünü oluşturacağını söyleyebilir miyiz? Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir?
8. İnternetin sınırları ortadan kaldıran yapısının farklı ülke kültürlerine ve dolayısıyla bu kültürlerin yemeklerine ve pişirme tekniklerine ulaşmayı kolaylaştırıyor olması yeme-içme alışkanlıklarında ve Türk yemek kültüründe kalıcı bir etkiye sahip midir?
-Bu doğrultuda açılan ve son yıllarda sayıları hızla artan farklı mutfak kültürlerini yansıtan restoranların Türk yemek kültürüne ve yeme içme alışkanlıklarına etkisi nedir? Uzakdoğu ve Ortadoğu mutfakları gibi.
9. Sosyal medyanın Türk yemek kültürüne etkisi olduğunu düşünüyor musunuz? Sosyal medyada yapılan özellikle görsel paylaşımların insanların yeme-içme alışkanlıklarına etkisini ve bu etkinin kalıcılığı ve Türk yemek kültürünü ne şekilde etkilediğini düşünüyorsunuz?
10. İnsanların sosyal medya aracılığıyla olsun olmasın herhangi bir sosyal ortamda yeme içme alışkanlıklarını ve tercih ettikleri restoranları bir yaşam tarzı göstergesi olarak kullandıklarını, ait olmak istedikleri gruplara göre tercihlerini belirlediklerini ve bunun Türk yeme içme alışkanlıkları ve yemek kültürüne etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?
11. Gastronomi turizmi ve gastronomik etkinliklerin Türk yemek kültürüne etkileri hakkında düşünceleriniz nelerdir?
12. Yurt içinde özellikle Anadolu'da Türk mutfağını tanıtmak adına yapılan gastronomik etkinlikler ve seyahatler Türk yemek ve mutfak kültürüne katkı sağlıyor mu?
13. Yurt dışına yapılan gastronomik etkinlikler ve seyahatlerin Türk yemek kültürüne ve yeme içme alışkanlıklarına etkisi var mıdır?
14. Küresel düşünüp yerel hareket etmek anlamına gelen küyerelleşme kavramının Türk yeme içme alışkanlıkları ve yemek kültürü içindeki yeri, anlamı sizce nedir? Türk yemek kültürünün bugünü ve geleceği için olumlu olumsuz ne gibi etkileri olabilir?
15. Konu ile ilgili uzman görüşünüzden yararlanabileceğimiz, değinmek istediğiniz farklı bir nokta var mı?

