



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi Anabilim Dalı

**SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA  
GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ**

**Doktora Tezi**

**Ankara, 2023**



**SANAL-DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA  
GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ**

Eray ALPYILDIZ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Türk Halkbilimi Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Ankara, 2023

## KABUL VE ONAY

Eray ALPYILDIZ tarafından hazırlanan ‘‘Sanal-Dijital Kültür ağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü’’ başlıklı bu alışma, 28 Aralık 2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

---

Prof. Dr. Ali YAKICI (Başkan)

---

Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR (Danışman)

---

Prof. Dr. Refia Gülin ÖĞÜT EKER (ye)

---

Prof. Dr. Muammer Mete TAşLIOVA (ye)

---

Doç. Dr. Zehra KADERLİ (ye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen ğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Uğur MRGNLşEN

Enstitü Müdürü

## YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*” kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. <sup>(1)</sup>
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ..... ay ertelenmiştir. <sup>(2)</sup>
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. <sup>(3)</sup>

...../...../.....

**Eray ALPYILDIZ**

<sup>1</sup>“*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*”

- (1) *Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.*
- (2) *Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.*
- (3) *Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir \*. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.*  
*Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.*

\* Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

## **ETİK BEYAN**

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

**Eray ALPYILDIZ**

## TEŞEKKÜR

Hacettepe Üniversitesi Türk Halkbilimi Bölümü'nde lisans, yüksek lisans ve doktora öğrenimim boyunca üzerimde emeği olan ve bu yuvada deyim yerindeyse ellerinde büyüdüğüm tüm hocalarıma ayrı ayrı teşekkürü bir borç bilirim.

İlk olarak -danışmanlığında gerçekleştirdiğim daha önceki çalışmalarında olduğu gibi- bu çalışmanın hazırlanmasında etkin bilgisiyle yol gösterici olup katkılarını esirgemeyen ve her zaman özgün fikirler aşıl原因 danışman hocam Prof. Dr. Nebi ÖZDEMİR'e; doktora öğrenimim sırasında aldığım yemek kültürü dersiyle zihnimde sonsuz ufuklar açıp bu alana yoğunlaşmamda büyük pay sahibi olan ve bilimsel araştırmalarda farklı bakış açıları kazanmamı sağlayan değerli hocam Prof. Dr. Gülin ÖĞÜT EKER'e teşekkür ederim. Bununla birlikte yetişmemde büyük emekleri olan ve üzerimde varlıklarını her zaman hissedeceğim değerli hocalarım Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU'na; Prof. Dr. Metin ÖZARSLAN'a; Prof. Dr. Gülay MİRZAOĞLU'na; rahmetli Prof. Dr. Ziyat AKKOYUNLU ve rahmetli Dr. Öğr. Üyesi Bahar AKARPINAR'a; Doç. Dr. Zehra KADERLİ'ye teşekkür ederim.

Ayrıca tez jürimde yer alan ve değerli fikirleriyle çalışmama katkıları bulunan Prof. Dr. Mete TAŞLIOVA'ya; çalışmanın hazırlanmasında düşüncelerine başvurduğum ve bu açıdan yol gösterici olup tezimde bazı çalışmalarından da yararlandığım Prof. Dr. Çiğdem KARA'ya; lisans dönemimde (2006) okulun ilk gününde kampüste tanıştığım ilk arkadaşım olan, akademik açıdan- deyim yerindeyse- kader birliği yaptığımız ve her türlü desteğini gördüğüm değerli arkadaşım Doç. Dr. Mehmet ÖZDEMİR'e teşekkür ederim.

Son olarak bugünlere gelmemi sağlayan, maddi ve manevî katkılarını hiçbir zaman esirgemeyen değerli aileme teşekkür ederim.

## ÖZET

Alpyıldız, Eray. *Sanal-Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü*, Doktora Tezi, Ankara, 2023.

Sanallaşma ve dijitalleşme bilgi, haber, eğitim, siyaset, sağlık, reklam, ticaret, turizm, oyun, eğlence, müzik vb. pek çok unsuru kapsayan büyük bir dönüşümdür. Dijitalleşme ekseninde gerçekleşen bu dönüşüm, *dijital kültür* adı verilen büyük bir alan ortaya çıkarmaktadır. Yeni çağda içeriğe ulaşma, içeriği aktarma/öğretme/öğrenme, içeriği arşivleme ve pazarlama biçimleri ve yöntemleri –artan bir hızla- dijital tabanlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Yaşanan bu gelişim, değişim ve dönüşüm yeni düşünce yapıları ve yaşam şekilleri oluşturmaktadır. Yemek ise bir kültür ögesi olarak dijital medyanın içeriğinin önemli bir bölümünü oluşturmakta ve sosyal medya platformlarına canlılık kazandırmaktadır. Dijital kültür çağı olarak tanımlanan bu süreçte geleneksel Türk yemek kültürü de bilgi, beceri, yaratıcılık, üretim, tüketim, anlatım, gösterim, reklam, pazarlama gibi pek çok noktada varlık alanı bulmakta ve önemli bir dönüşüm içerisine girmektedir.

Bu bağlamda bu tezde sanal-dijital kültür çağı içerisinde dijital platformlardan hareketle geleneksel Türk yemek kültürünün çok yönlü çözümlemesi yapılmıştır. Sanal-dijital ortamlara yansıyan geleneksel Türk yemek kültürüne yönelik yazılı/görsel/işitsel veriler teknoloji, sistem, insan, mekân, olgu, süreç ve ürün boyutuyla disiplinlerarası bir perspektifle analiz edilmiştir. Bu doğrultuda ilgili veriler performans teori ve işlevsel kuramın yanı sıra göstergebilimsel ve kültürel-psikolojik yaklaşımlarla çözümlenmiştir. Son olarak dijitalleşme olgusunun yemek kültürü açısından evrileceği noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır.

### **Anahtar Sözcükler**

Sanal, dijital, dijital kültür çağı, internet folkloru, geleneksel yemek kültürü,



## ABSTRACT

Alpyildiz, Eray. *Traditional Turkish Food Culture in the Age of Virtual-Digital Culture*, PhD Dissertation, Ankara, 2023.

Virtualization and digitalization is a major transformation that encompasses many elements such as information, news, education, politics, health, advertising, trade, tourism, games, entertainment, music, etc. This transformation, which takes place on the axis of digitalization, reveals a large area called digital culture. In the new age, content access, teaching-learning, archiving and marketing are increasingly carried out in a digital-based manner. This development, change and transformation has created new ways of thinking and life styles. Food, as a cultural element, constitutes an important part of digital media content and brings vitality to social media platforms. In this process, which is defined as the age of digital culture, traditional Turkish food culture enters into a transformation at many points such as knowledge, skill, creativity, production, consumption, expression, show, advertising and marketing.

In this context, in this thesis, a multi-dimensional analysis of traditional Turkish food culture has been made based on digital platforms in the era of virtual-digital culture. Written/visual/audio datas which related traditional Turkish food culture in virtual-digital environments have been analyzed with an interdisciplinary perspective in terms of technology, system, people, space, phenomenon, process and product. In this direction, the relevant data were analyzed with performance theory, functional theory, semiotic and cultural-psychological approaches. Finally, the future of the digitalization phenomenon in terms of food culture has been tried to be determined.

### **Keywords**

Virtual, digital, digital culture age, internet folklore, traditional food culture,

## İÇİNDEKİLER

<b>KABUL VE ONAY .....</b>	<b>i</b>
<b>YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....</b>	<b>ii</b>
<b>ETİK BEYAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>TEŞEKKÜR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ÖZET .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER.....</b>	<b>vii</b>
<b>KISALTMALAR DİZİNİ .....</b>	<b>x</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ .....</b>	<b>xii</b>
<b>FOTOĞRAFLAR DİZİNİ .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ÖNSÖZ .....</b>	<b>xv</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
<b>1. BÖLÜM: TEMEL KAVRAMLAR, KAYNAKLAR VE YAKLAŞIMLAR.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. TEMEL KAVRAMLAR .....</b>	<b>6</b>
1.1.1. Sanal-Dijital Kültür Çağı .....	7
1.1.2. İnternet Folkloru .....	20
1.1.3. Gelenek ve Modernlik.....	46
1.1.4. Geleneksel Yemek Kültürü.....	59
<b>1.2. TEMEL KAYNAKLAR VE YAKLAŞIMLAR.....</b>	<b>101</b>
1.2.1. Tezler .....	102
1.2.2. Kitaplar .....	104
1.2.3. Makaleler .....	106
<b>1.3. KURAMSAL TARTIŞMALAR VE ÖNERİLEN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI.....</b>	<b>112</b>
<b>2. BÖLÜM: GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNDEKİ BAĞLAMSAL DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMLER .....</b>	<b>142</b>
<b>2.1. Geleneksel Bağlamda Yemek Kültürü .....</b>	<b>145</b>
2.1.1. Eğitim, Öğrenme ve Deneyimleme.....	145
2.1.2. Yemek ile Bellek İlişkisinin Boyutları.....	147
2.1.3. Yemeğe Dair Zaman Algısı ve Yönetimi .....	152
<b>2.2. Yazılı Bağlamda Yemek Kültürü .....</b>	<b>157</b>
2.2.1. Türk Yazılı Kaynakları ve Yemek Kültürü.....	158
2.2.2. Yazılı ve Basılı Türk Yemek Kitapları .....	162
2.2.3. Türkiye’de ve Dünya’da Yöresel Mutfak Yayıncılığı .....	168

2.2.4. Yazılı Bağlamda Yemek Kültürünün Dinamikleri .....	177
<b>2.3. Elektronik Bağlamda Yemek Kültürü .....</b>	<b>197</b>
2.3.1. Dünya Sineması ve Yemek Kültürü.....	201
2.3.2. Türk Sineması ve Yemek Kültürü .....	206
2.3.3. Dünya Televizyon Tarihi ve Yemek Kültürü.....	208
2.3.4. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Yemek Kültürü .....	219
<b>3. BÖLÜM: SANAL-DİJİTAL BAĞLAMDA GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ.....</b>	<b>236</b>
<b>3.1. Tarihsel Arka Plan: Yemek Kültürü ve İnternet İlişkisi .....</b>	<b>237</b>
3.1.1. Yemek Blogları ve İşlevleri .....	237
3.1.2. Yemek Arama ve Keşfetme Ağları .....	242
3.1.3. Yemek Kültürü, Instagram ve Diğer Sosyal Medya Araçları .....	244
<b>3.2. Mevcut Durum Analizi: Sanal-Dijital Bağlamda Geleneksel Türk Yemek Kültürü</b>	<b>253</b>
3.2.1. İnternetteki Yemek Siteleri ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü .....	255
3.2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü.....	266
<b>3.3. Olgusal Çözümlemeler: Sanal-Dijital Bağlam ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü Etkileşiminin Boyutları .....</b>	<b>287</b>
3.3.1. Geleneksel Yemek Bilgisiyle İlgili Yaklaşımlar ve Uygulamalar .....	287
3.3.1.1. Fizyolojiden Kültürel Deneyimler Bütününe Geleneksel Yemek Bilgisi .....	291
3.3.1.2. Geleneksel Yemek Bilgisinin Dijital Alanda Temsili ve Dönüşüm Biçimleri	293
3.3.2. Kuşaklararası Kültürel Miras Aktarımı.....	309
3.3.2.1. Yemeğin Kültürel Bir Miras Olarak Genel Yapısı.....	309
3.3.2.2. Yemek, Kuşaklararasılık ve Kültür Değişmeleri .....	312
3.3.3. Geleneğin Yeniden Keşfi ve Geleneksel Ürün Ticareti .....	326
3.3.3.1. Yemeğin Yeniden Keşfinin Boyutları.....	326
3.3.3.2. Dijital Çağda Yemeğin Yeniden Keşfinin Temel Dinamikleri ve Göstergeleri	330
3.3.4. Küreselleşme ve Kültürel Ekolojik Hareketler .....	341
3.3.4.1. Yemeğin Küreselleşmesine Dair Temel Yaklaşımlar .....	341
3.3.4.2. Dijital Çağda Geleneksel Yiyeceklerin Küreselleşmesinin Boyutları .....	346
3.3.5. Yemek ve Performans .....	358
3.3.5.1. Yemek ve Performans İlişkisinin Çerçeveselendirilmesi.....	359
3.3.5.2. Dijital Araçlar ve Performans Olgusuna Dair Güncel Yaklaşımlar .....	361
3.3.5.3. Yemeğin Bir Performans Alanı Olarak Dijital Çağdaki Yansımaları.....	363
3.3.6. Gastronomi Turizmi.....	389

3.3.6.1. Dijital Çağda Gastronomi Turizmi Faaliyetleri veya Gastro-Turlar .....	391
3.3.6.2. Gastronomi Turizminde Kullanıcıların ve Yemek Fenomenlerinin İşlevleri ..	396
3.3.7. Çevrimiçi Yemek Siparişi .....	400
3.3.7.1. Mekânın Dönüşümü Bağlamında Ev Mutfağı ve Lokantalar .....	400
3.3.7.2. Ürünün Dönüşümü Bağlamında Kodlamalar ve Göstergeler .....	411
3.3.8. Temiz Gıda ve Gıda Güvenliği .....	414
3.3.8.1. Dijital Araçlarda Temiz Gıda Etiketinin Sağlık ve Kültürel Ekonomisi.....	415
3.3.8.2. Temiz Gıda Üretimi, Postmodern Yereller ve Dijital Ortaklıklar .....	416
3.3.9. Toplumsal Cinsiyet ve Geleneksel Yemek Kültürü .....	418
3.3.9.1. Dijital Çağda Kadın ile Yemek İlişkinin Yeniden Çerçevenmesi .....	420
3.3.9.2. Sosyal Medya Aracılığıyla Mutfakta Erkekliğin Yeniden İnşası.....	426
3.3.10. Dijital Mutfak Teknolojisi ve Geleneksel Yemek Kültürü .....	429
3.3.11. Sentetik Biyolojik Gıda.....	440
<b>SONUÇ .....</b>	<b>443</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>454</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>498</b>
<b>EK 1: Orijinallik Raporu .....</b>	<b>498</b>
<b>EK 2: Originality Report.....</b>	<b>499</b>
<b>EK 3: Etik Kurul/Komisyon İzni ya da Muafiyet Formu .....</b>	<b>500</b>
<b>EK 4: Ethics Commission Form For Thesis .....</b>	<b>501</b>

## KISALTMALAR DİZİNİ

3D: Three Dimensional

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ARPA: Advanced Research Projects Agency

BBC: British Broadcasting Corporation

BIT-NET: Because It's Time Network

Bknz: bakınız

CERN: European Organization for Nuclear Research

COVID-19: koronavirüs

DARPA: Defense Advanced Research Projects Agency

DM: Direct Message

DNA: Deoxyribonucleic Acid

ENIAC: Electronic Numerical Integrator And Computer

EuroFIR: European Food Information Resource Network

eWOM: Electronic Word of Mouth

GDO: Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar

GIF: Graphics Interchange Format

KKTC: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

MİFAD *Milli Folklor Araştırma Dairesi*

MTV: Music Television

NASA: National Aeronautics and Space Administration

ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi

s.y.: sayfa yok

SCOT: Social Construction of Technology

SMS: Shot Message Service

SOKÜM: *Somut Olmayan Kültürel Miras*

TFA: Türk Folklor Araştırmaları

TGA: Türkiye Turizm Tanıtma ve Geliştirme Ajansı

TPE: Türk Patent Enstitüsü

TRT: Türkiye Radyo Televizyon

TRUEFOOD: Traditional United Europe Food

TV: Televizyon

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO: World Tourism Organization

URL: Uniform Resource Loader

USENET: User's Network

vb.: ve benzeri

vd.: ve diğerleri

WIPO: World Intellectual Property Organization

Wiki: Wikipedia

www: World Wide Web

YİH: Yaşayan İnsan Hazinesi

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: <i>Hanımlar Sizin İçin</i> .....	221
Şekil 2: İl İl Türkiye .....	221
Şekil 3: Gezelim Görelim .....	223
Şekil 4: Ekşi Sözlük'te Nuray Yılmaz Hakkında Yorumlar (URL 28): .....	227
Şekil 5: MasterChef (Türkiye) .....	233
Şekil 6: <i>Yemek.com</i> Adlı İnternet Sitesine Ait Yemek Kategorisi (URL34) .....	258
Şekil 7: <i>lezzetler.com</i> adlı sitedeki yemek kategorileri (URL36) .....	259
Şekil 8: (Solda) Amasya Yöresine Ait Mutfak Kültürü Hakkında .....	260
Şekil 9 (Sağda): Geleneksel Yemek Kültürüne Ait Atasözleri-Özdeyişler (URL37)...	260

## FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Foto 1: (Üstte Solda) Dila Hanım Filminde Erol Taş'ın Kuzu Budu Yeme Sahnesi (URL15).....	207
Foto 2 (Üstte Sağda). Tokatçı Filminde Kemal Sunal'ın Camekana Ekmek Batırdığı Sahne (URL 16) .....	207
Foto 3 (Altta Solda) Necdet Tosun'un Tombul Aşçı Tiplemesi (URL17) .....	207
Foto4: M. Boulestin'in programının bilenen tek fotoğrafı (URL20).....	209
Foto5: Philip Harben (URL21). .....	210
Foto 6: Kamera arkasından Dione Lucas yemek programı seti. (URL23) .....	210
Foto 7: Gezelim ve Görelim Programı Sunucusu Nuray Yılmaz (URL 27).....	226
Foto 8: Cenaze Yemeği İçin Hazırlanan Menüler (URL38).....	262
Foto 9: Tasteatlas Sitesine Ait Dünyadaki Geleneksel Lezzet Haritası (URL41). .....	264
Foto 10: Tasteatlas Sitesinde Türkiye'nin Geleneksel Yemek Kültürü Haritası (URL41) .....	265
Foto 11: (Solda) Tereyağının Su ile Ayranından Arındırılma işlemi (Instagram Hikayesi: Koy_mahsulleri/Nurhan Şentürk).....	305
Foto 12: (Ortada) Sirkenin Yapılış Aşamasından Bir Kesit ve Sirke Anası (Instagram Hikayesi: Seboşun Geleneksel Ürünleri) .....	305
Foto 13: (Sağda) Gül Reçelinin Yapımında Bir Temizleme Tekniği (Instagram Hikayesi: Seboşun Geleneksel Ürünleri) .....	305
Foto 14: Türk Patent ve Marka Kurumuna Ait Coğrafi İşaret Tescil ve Başvuru Sayıları (URL44).....	307
Foto 15: Tescil Edilmiş Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı (URL45). .....	308
Foto 16: Eski Sokak Satıcıları ve Lezzetleri .....	325
Foto 17: Yöresel Ürünleri Sağlık Temaları ve İçerikleriyle İşaretleyen Sosyal Medya Paylaşımları.....	332
Foto 18: <i>Yöreden Mutfağa/Kadir Çakır</i> Markalı Geleneksel Yemek Paketlerinden Örnekler (URL58). .....	335
Foto 19: Seboş'tan Markalı Yöresel Yiyecek Paketlerinden Örnekler (URL59) .....	335



Foto 21: (Solda) Instagram’da 306 Bin Takipçiye Sahip <i>Fatma’nın Bahçesi (Fatma Sezgin Daşkan)</i> Adlı Sayfanın Hikâye Paylaşımı .....	336
Foto 22: (Sağda) <i>Knorr</i> Adlı Uluslararası Gıda Firmasının Hazır ve Hızlı Tüketim Ürünü Olan Ezo Gelin Çorbası (URL60).....	336
Foto 23: Yöresel Mutfak Geleneğinin Fastfoodlaştırılmasına Dair Örnekler (Instagram Hikayesi: <i>Fatmanın Bahçesi</i> ). .....	347
Foto 24: Kültürel Melezleşme, Füzyon Mutfak Örnekleri veya Girişimleri/Denemeleri (Midyeli Kuru Fasulye, Patatesli Patlıcan Sufle, Meksika Salsalı Kokoreç Taco, Çi Börek Pizza, Çi Burger) (URL 61-62-63-64). .....	352
Foto 25: Geleneksel Köy Ürünleri Sayfasında Yassı Spagetti (URL67).....	355
Foto 26: Mesleki Bir Performans Örneğinden Kesitler (Adanalı Ciğerci Mehmet Usta) (URL68). .....	367
Foto 27: Kasap Nihat’ın Zırhla Gerçekleştirdiği Performans ve Hatay Usulü Kâğıt Kebabı (URL69).....	367
Foto 28: Zırhların Efendisi lakaplı Kasap Nihat Mesleki Performansına Ait Video (URL70) .....	368
Foto 29: Eski bir çamaşır makinesinin içini boşaltıp kuzine soba yapması (URL72) ..	371
Foto 30: Galata Kulesi biçimiyle kabak tatlısı (URL73) .....	371
Foto 31: Kemikli Etli Yaprak ve Biber Dolmasının Sunumu (URL74) .....	372
Foto 32: Czn Burak’ın Yemek Videolarından Kesitler (URL75).....	372
Foto 33: (Solda) Baruthane Pilavcısına Ait Logo, (Sağda) Mesleki Performansından Bir Video (URL77) .....	374
Foto 34: Baruthane Pilavcısının Gösterisinden Bir Örnek (URL78).....	374
Foto 35: Baruthane Pilavcısının Gösterisinden İkinci Örnek ve Bu Gönderilere Yorumlar (Aşağıda) (URL79-URL80). .....	374

## ÖNSÖZ

*Yemek yemeyi unuttuğunda hayatta olduğunu bilirsin*

*(When you forget to eat, you know you're alive)*

*Henry James*

Beslenme, Amerikalı psikolog Abraham Maslow'un *İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisinin* ilk basamağındaki fizyolojik ihtiyaçlar içerisinde kümelenen yaşamsal bir olgudur. Biyolojik olarak anne karnında başlayan beslenme periyodu, dünyaya geldikten sonra bebeklik, çocukluk, ergenlik, gençlik, yetişkinlik, yaşlılık gibi hayatın çeşitli ve ilerleyen safhalarında birtakım değişkenlere bağlı olarak sürdürülmektedir. Başka bir ifadeyle bu süreç, doğum-yaşam-ölüm çizgisi arasındaki fizyolojik bir döngüye karşılık gelmektedir. Beslenme veya yemek yeme fizyolojik gerekliliğin karşılanması ve bu husustaki kaygıların giderilmesinin ardından insan türünün kendini gerçekleştirebilmesinin göstergeleri arasına yerleşerek büyük bir kültür biçimine evrilmiştir. Bu doğrultuda yemek kültürü insan yaşamında sınıma, erginlenme, güç gösterme, zenginleşme-fakirleşme, intikam alma, ceza verme, boyun eğme, acıma, paylaşma, örgütlenme, eğlenme, sosyalleşme, inanma, kutsiyet atfetme, sakınma, cinsellikle özdeşleşme, toplumsal cinsiyet rolleri dağıtma gibi sayısız işlevleriyle yer alan ve son derece yapılandırılmış bir sistemdir. Yemek kültürünün bu işlevleri dünyayı, insanı ve toplumu anlamak/anlatmak için bilimsel çalışmaların gerçekleştirilmesinde büyük bir itici güç olmaktadır.

Diğer taraftan teknoloji ve insan birlikteliğinin şimdiki durağını temsil eden; bilgi, eğitim, haber, sağlık, ekonomi, siyaset, reklam, oyun, müzik, turizm ve yemek gibi insan yaşamının sayısız birimi içerisinde temel bir dönüşümün göstergesi olan dijitalleşme ise dünü, bugünü ve geleceği anlamak için çeşitli boyutlarda çözümlenmesi gereken büyük bir olgudur. Dijital kültür çağı olarak tanımlanan bu süreçte internet evrenine pasif alıcıların ötesinde içerik üretebilen aktif kullanıcıların katılmasına paralel olarak yeni alışkanlıkların, algıların, tutum ve davranışların yerleşmeye başladığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle hayatın ve kültürün farklı birimlerinde veya bölümlerinde bazen alternatif bazen de yerleşik yeni bir yaşam tarzının oluşmasına ve yaygınlaşmasına tanıklık edilmektedir. Yaşanan bu değişim ve dönüşüm içerisinde geleneksel Türk yemek

kültürünün de bilgi, beceri, yaratıcılık, üretim, tüketim, anlatım, gösterim, reklam, pazarlama gibi pek çok noktada varlık alanı bulduğu veya dönüşüm içerisine girdiği gözlemlenmektedir. Tüm bu olgular ise bu çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada geleneksel Türk yemek kültürünün sanal-dijital kültür çağına özgü iletişim araçlarındaki varlık alanı, ifade ediliş biçimleri ve değişim-dönüşüm boyutları incelenecektir. Sosyal medya ve yemek kültürü bağlamında son dönemlerde artmaya başlayan çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada, geleneksellik üzerine yoğunlaşılacak; geleneksel yemek kültürünün çeşitli birimleri ve dinamikleriyle sürdürülebilirliğinin önemi işaretlenecektir. Diğer taraftan internet ağlarında (geleneksel) yemek kültürünün izlerinin sürülmesinin ötesine geçmenin hedeflendiği bu çalışmada açılan başlıkların veya ele alınan konuların yemek kültürüyle bağlantısı teorik açıdan (veya çeşitli kuramlarla) kurulmaya çalışılacak; konunun amacından ve kapsamından çıkmayacak hususlara da değinilecektir.

Üç bölümden oluşan bu çalışmanın giriş bölümünde araştırmanın konusu, amacı, kapsamı ve yöntemleri hakkında bilgiler verilmektedir. Birinci bölümde araştırma alanının ve konusunun disiplinler çerçevesinde işaretlenmesinin yanı sıra teorik bir zemin oluşturmak amacıyla *sanal, dijital, dijital kültür, dijital kültür çağı, internet folkloru, gelenek, geleneksellik, geleneksel yemek kültürü* kavramları hakkında açıklamalar yapılmaktadır. Birinci bölümde ayrıca araştırma konusuyla ilgili temel kaynakların yanı sıra bu çalışma için çözümlene yaklaşımımız sıralanmaktadır.

İkinci bölümde ise geleneksel Türk yemek kültürünün bağlamsal düzlemde temel dinamiklerinin, değişim ve dönüşümlerinin yapısal ve işlevsel özellikleri çözümlenmektedir. Bu doğrultuda geleneksel yemek kültürünün dijital bağlamlarda incelenebilmesine zemin hazırlanmaktadır.

Üçüncü bölümde ise tarihsel bir arka plan çizmek amacıyla ilk olarak internet ve yemek kültürü ilişkisine değinilmekte; ardından sosyal medya ve geleneksel Türk yemek kültürüne dair mevcut durum tespiti yapılmaktadır. Olgusal çözümlenmeler kısmında ise yemek kültürüyle ve dijital platformlarla yoğun olarak ilişkilendirdiğimiz başlıklar - görece- seçilerek belirtilen yaklaşımlarla yapısal ve işlevsel analizlerde bulunmaktadır.

Sonuç olarak bu doktora tezinin halkbilimi ve diğer bilim dalları içerisinde gerçekleştirilecek farklı çalışmalara kaynaklık etmesi hedeflenmektedir.

## GİRİŞ

Dijitalleşme dil, bilgi, eğitim, edebiyat, ekonomi, haberleşme, reklam, eğlence, spor, sağlık, oyun, siyaset, turizm, müzik vb. pek çok unsuru kapsayan büyük bir dönüşümdür. Dijitalleşme ekseninde gerçekleşen bu dönüşüm, dijital kültür adı verilen büyük bir alan ortaya çıkarmaktadır. Yeni çağda içeriğe ulaşma, içeriği aktarma/öğretme/öğrenme, arşivleme ve pazarlama biçimleri ve yöntemleri- artan bir hızla- dijital tabanlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Yaşanan bu gelişim, değişim ve dönüşüm yeni düşünce yapıları ve yaşam şekilleri oluşturmaktadır. Dijital kültür çağı olarak tanımlanan bu süreçte geleneksel Türk yemek kültürü de bilgi, beceri, yaratıcılık, üretim, tüketim, anlatım, gösterim, reklam, pazarlama gibi pek çok noktada dönüşüm içerisine giren başlıca unsurlardan biridir.

Bu araştırmanın konusunu sanal-dijital kültür çağı içerisinde geleneksel Türk yemek kültürünün nasıl yer bulduğu sorunu oluşturmaktadır. Başka bir deyişle geleneksel Türk yemek kültürünün sanal-dijital kültür çağına özgü iletişim araçlarındaki varlık alanı, ifade ediliş biçimleri ve değişim-dönüşüm boyutları bu çalışmada çözümlenecek başlıca konulardandır. Yemek, bir materyal olarak sanal-dijital medyanın görsel altyapısını ve içeriğini oluşturmasının yanı sıra bir kültür biçimi olarak da dijital platformlar aracılığıyla tekrar biçimlendirilen ve dönüştürülen unsurların başında gelmektedir.

Sanal-dijital tabanlı kültür platformları ekseninde yeni etkileşimlere uğrayan öğelerden olan geleneksel Türk yemek kültürü geleneksel bilginin öğrenimi ve aktarımı, beceri ve yaratıcılığın sergilenmesi, üretim ve tüketim biçimleri, kültürel ekonomik içerik oluşturma, pazarlama, geleneğin markalaşması ve melezleşmesi, fabrikalaşma-tekstürleşme, toplumsal cinsiyet göstergeleri, kültür değişimleri, kuşak çatışmaları, değişen algı ve tutumlar vb. faktörler açısından çözümlenebilecek önemli çalışma alanı olarak öne çıkmaktadır.

Bu bağlamda iletişim araçları ve yemek kültürü ilişkisi temelinde geleneksel Türk yemek kültürünün sanal-dijital kültürü oluşturan boyutu ile sanal-dijital kültür platformlarının geleneksel Türk yemek kültürü üzerindeki biçimlendirici etkileri çok yönlü çözümlenmesi gereken konulardandır.

Sosyal ve kültürel açıdan pek çok işleve sahip göstergeler bütünü olarak nitelendirebileceğimiz yemek kültürü yeterince çalışılmamış alanlardan bir tanesidir.

Temelinde halkbilgisi olan ve çoğu niteliği bakımından da halkbilimi disiplininin çalışma kadroları arasında bulunan halk mutfağı/yemek kültürü alanında gerçekleştirilecek bu çalışma, geleneksel Türk yemek kültürünü yemek tarifleri düzeyinde ele almanın veya herhangi yöresel bir lezzeti/yemeği öne çıkarmanın ötesinde yemeğin kültür biçimi oluşturan boyutunu kuramsal açılardan irdeleme ve alandaki mevcut boşluğa katkıda bulunma amacı taşımaktadır.

Halkbiliminin “geçmişin kalıntıları yerine yaşayan olguları incelemeli” düsturundan da hareketle bugüne bakma ve yarını anlamaya çalışmanın yanı sıra dijital kültür çağı olarak adlandırılan günümüzde, yemek kültürü olgusunun dijital platformlarda etkin bir biçimde yaşandığının görülmesinden dolayı geleneksel Türk yemek kültürünün varlık alanının, geçirdiği dönüşümlerin, ifade edilmiş biçimlerinin tekno-kültürel ekseninde çok yönlü çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Başka deyişle günümüzde yemek kültürünün yeni çağın etkin iletişim şekilleri ve türleri arasında anlatım-gösterim biçimi ve kültürel ekonomik değer olması, bu çalışmanın dijital kültür merkezli seçilmesinin hareket noktalarından birini oluşturmaktadır. Tüm bu koşulları göz önünde bulundurarak sanal-dijital kültür araçları/platformları içerisinde geleneksel Türk yemek kültürünün *insan, mekân, sistem, ürün* temelinde her türlü bilgi ve beceri aktarımı, alışkanlıklar, tutum ve davranışlar, alışveriş ve üretim biçimlerinin incelenmesi hedeflenmektedir. Bununla beraber tezin temel amaçlarından birisi de dijitalleşme ve dijital kültür olgusu içinde yemek kültüründen hareketle halkbilgisinin veya geleneksel bilginin konumunu irdelemektir. Asırlar ve nesiller boyu atalardan ve analardan miras kalarak aktarılan her türlü bilgi, öğreti, beceri-yaratıcılık, deneyim dizisi olan (yemeğe/gıdaya dair) halkbilgisinin/geleneksel bilginin dijital çağdaki aktarım ve değişim/dönüşüm biçimlerinin nasıl olduğu önemli bir kültür olgusu olarak çözümlenmesi gerekmektedir.

Diğer taraftan dijitalleşme, bir dizi dönüşümü beraberinde getirmenin ötesinde kendi altyapısı ve kullanım amacına/şekillerine bağlı olarak kendi anonimliğini yaratmasının yanı sıra kendi verilerini kaybedebilmektedir. Kullanıcıların kapanan hesapları, ölen linkler, erişilebilirliğin sınırlandırılması gibi dijital dünyanın kendi kendisini boşa çıkarma özelliği ve hatta yok etme eğilimi de baş döndürücü hızla aktarılan verilerin akıbeti üzerinde endişeler yaratmaktadır. Dijitalleşme içerisinde üretilen/paylaşılan içeriğin çeşitli biçimler altında kimlik değiştirmesi veya dönüşmesi biçiminde ortaya çıkan bu durum, yeni çağın platformlarının ve içeriklerinin yeni alan araştırması anlayışı

kapsamında derlenmesini de gerektirmektedir. Bu durum halkbilimi disiplinin geleneklerin ölmekte olduğu ve bir an önce derlenmesi gerektiği şeklindeki eski paradigmaları çerçevesinde bir fikri çağrışırsa da -bu çalışmada olduğu gibi- temel ve tek amacın internet derlemesi olmadığına da belirtilmesi gerekir.

Bu araştırma her ne kadar sanal-dijital kültür platformları temelinde gerçekleştirecek olsa da çalışmanın konusunun ve asıl incelenecek/çözümünecek unsurun (geleneksel) yemek kültürü olduğunun altı çizilmelidir. Halkbilimi ve teknoloji (medya-kitle iletişim araçları) ilişkisinin günümüzdeki biçimini oluşturan ve *internet folkloru/dijital folklor/netlore/e-folklor* gibi kavramsallaştırmalar ve dolayısıyla kabuller çerçevesinde internet tabanlı gerçekleştirilen halkbilimi çalışmalarının bir yansıması olarak değişen/dönüşen paradigmalardan olan alan araştırması kavramı doğrultusunda, bu çalışmada sanal-dijital kültür platformları veya başka bir ifadeyle sosyal medya türleri (yeni) araştırma sahası olarak seçilmiştir. Başka bir ifadeyle günümüzün önemli olgusal/iletişimsel bir süreci olarak etkinliğini koruyan, niteliklerini sürekli ve hızla katlayan dijital kültür çağına organları kapsam belirme/sınırlama yöntemi bağlamında konumlandırılmış; *yemek kültürü* şeklindeki geniş bir başlığın ve inceleme alanının sınırları dijital platformlar içerisinde çizilmiştir.

Bu doğrultuda “*Bir İnternet Folkloru Olarak Yemek Kültürü*” şeklinde bir başlık ve sonuç çerçevesine sıkışmanın ötesinde bu çalışmada *Sanal-Dijital Kültür Çağı* kavramıyla günümüzün/bugünün ve yaşanan anın teknolojik iletişim biçimleri aracılığıyla ifade şekilleri, geleneksel bilgi aktarımları, kültürel-ekonomik göstergeleri ve değerleri, düşünce yapıları, güncellenen gelenekleri, alış-veriş biçimleri, zaman-mekân ve güzellik algıları gibi çok yönlü süreçler karşılanmaktadır. Dolayısıyla çalışma, internet ağlarında yemek kültürünün izlerinin sürülmesinin ötesine geçmeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan çalışmada yemeğin bir kültür biçimi oluşturan boyutunun kuramsal temelde çözümlemesi yapılacaktır.

Bu araştırmanın yöntemi bağlamında belirteceğimiz diğer bir nokta ise dijital kültür çağı kavramı etrafında ve onun platformları merkezinde bir araştırma-inceleme yürütüleceği için dijitalleşme ve folklor ilişkisinin kurulması açısından (veya dijital kültür alanının folklorun çalışma kadroları arasında bulunduğunu göstermesi bakımından) internet folkloru olarak da nitelendirilen alanın tarihsel ve teorik bir düzlemdeki gelişim ve

özelliklerini ele alma gerekliliğidir. Başka deyişle halkbilimi ile teknoloji-medya ilişkisinin bir yansıması olarak internet folkloru üzerindeki kavramlar, yaklaşımlar ve çalışmalar hakkında bilgi verilerek bir çatı oluşturulması konunun işlenişinde ve konuyu ele alış modeli açısından önemli bir basamak oluşturacaktır.

Diğer taraftan bu çalışmanın asıl inceleme alanını ve konusunu oluşturan yemek kültürünün halkbilimi disiplini ile ilişkisi bağlamında tarihsel bir çerçevesi çizilecek; halkbilimi ve medya ilişkisinin başka bir göstergesi olan ve yazılı, işitsel, görsel/işitsel medya türlerinin içeriğini oluşturan yemek (mutfak) kültürünün iletişim araçlarındaki varlık alanının izdüşümlerine genel hatlarıyla değinilecek; bu bağlamda sosyal medya platformlarına uzanan sürecin altyapısı sağlanacaktır.

Yemek kültürü, halkbilimi disiplini açısından temel inceleme alanı olmasına karşılık Türkiye’de *boş bırakılan ve terk edilen bir alandır*.<sup>1</sup> Temelinde halkbilgisi veya geleneksel bilgi olan, kültürün farklı ortam ve formlarda dışavurum biçimleri olarak da değerlendirilebilecek bu büyük ve önemli alanın hem disiplinler bir çerçevede hem de disiplinlerarası bir yaklaşımla incelenmesi ve çalışmalar yapılması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda *“folklor, sadece halk yaşayışının ilmi değil, bu halk hayatını ilham ve sevk ü idare eden düşüncenin ilmidir”* (Saintyves, 1951, s. 32-33) tespiti ve yaklaşımından hareketle bir kültürbilimci de kültürün ardındaki insan davranışını bilmesi gereken kişidir, denilebilir. Başka deyişle yemeği/gıdayı/besini, bir kültür biçimine dönüştüren ruh bilgisini/düşünce yapısını, davranış biçimlerini bilmek gerekmektedir. *“Düşünerek yemek”* (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 91) şeklinde ifade edilen bu olgunun biyolojik bir yönü olduğu kadar (örneğin zehirlenme endişesi) yine kaynağını biyolojiden alarak psikolojik bir düzlemde genişleyen bir yelpazenin sosyo-kültürel eksende bütüncül çözümlenmeleri ortaya konulmalıdır.

Dijital çağda geleneksel Türk yemek kültürü konusunu ele alan bu çalışmada araştırma alanı olarak seçilen sanal-dijital kültür platformlarındaki içerikler -belirlenen başlıklar ve konular doğrultusunda- çeşitli kuramlarla ve yaklaşımlarla çözümlenecektir. Halkbilimi

---

<sup>1</sup> Temelinde geleneksel bilgi olan yemek kültürünün, halkbiliminin temel çalışma kadrolarından biri olmasına karşılık bu alanda -disipliner özeleştirilme bağlamında- yeterince yoğunlaşmadığını ve çoğunlukla başka disiplinler tarafından çalışmalar yürütüldüğünü belirtmek için yer verilen ifadededir. Ayrıca disiplinler çerçevesinde yemek tarifleri odaklı bir anlayışın var olduğu görülmektedir.

kuramlarından *performans teori* ve *işlevsel kuram*; diğer taraftan göstergebilimsel yaklaşımlar, ilgili içeriklerin çözümlenmeleri için referans olarak kullanılacaktır.

Sanal-dijital ortamlara yansıyan geleneksel Türk yemek kültürüne yönelik her türlü yazılı/görsel/işitsel veri (içerik) *teknoloji/sistem*, *insan (topluluk, grup)*, *zaman ve uzam*, *olgu/süreç* ve *nesne/ürün* boyutuyla karşılaştırmalı bir yöntem dâhilinde analiz edilecektir. Başka bir deyişle bu araştırma, yemek kültürü bağlamında gerçekleştirilen bir çalışmaya halkbiliminin bazı kuramlarının (özellikle performans teorisinin güncellenmesi olarak) nasıl uygulanacağına veya yemek kültürü alanı çalışmalarındaki kuramsal eksikliğin halkbilimi kuramları ekseninde nasıl bir temele oturtulacağına da bir girişimi olacaktır. Bu noktadan hareketle dijital kültür/folklor merkezli yapılan çalışmalarda uygulanan yeni araştırma modelleri de göz önünde bulundurulacak ve yeni bakış açıları geliştirilecektir.

Diğer taraftan çeşitli birçok bilim dalının bazı amaç ve yöntemleriyle inceleme alanına giren yemek/besin/gıda ve bu merkezde oluşan büyük kültür örüntüleri disiplinlerarasılık çalışmalarına zemin hazırlayacak bir yapıya sahip görünmektedir. Başka bir ifadeyle biyolojik bir gereksinimden devasa bir kültür biçimlerine evrilen yemek unsuru, disiplinlerarası boyut taşıyan özel bir alan niteliğindedir. Arkeoloji, antropoloji, etnoloji, tarih, sosyoloji, psikoloji, teoloji, işletme, gastronomi gibi pek çok bilim dalının (hatta fen bilimleri alanında doğa bilimleri ve sağlık bilimlerinin çoğu dallarının) çeşitli zemin ve işlevlerde araştırma konusu olan yemek/besin/beslenme/gıda unsuru ve kültür biçimi üzerinde gerçekleştirilecek bir çalışma için disiplinlerarası bir yöntem geliştirilmesi ve uygulanmasının da söz konusu çalışmanın niteliğini artıracığı söylenebilir. İlerleyen bölümlerde değinileceği gibi teorisi üzerinde genel kabul gören görüşler olmakla birlikte metot ve işlev bakımından da çok çeşitli bir yapı görünümünde olan disiplinlerarasılık yaklaşımı, bu çalışmada temel bir yöntemden ziyade çalışmayı zenginleştirmek için kullanılacak; dinamik bir konunun ve olgunun incelenen unsurlarına ilişkin farklı disiplinlerin verileri *bilgi sentezi gerçekleştirme*, *bilgi zenginliği oluşturma*, *farklı arka planlara bakma ve bütünü görme* gibi temel işlevler doğrultusunda çözümlenecek ve çalışmaya eklenilecektir.



# 1. BÖLÜM: TEMEL KAVRAMLAR, KAYNAKLAR VE YAKLAŞIMLAR

## 1.1. TEMEL KAVRAMLAR

*Sanal-Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü* başlıklı bu çalışmanın temel kavramlar bölümünde, araştırma konusuyla ilgili tarihsel ve teorik bir altyapı oluşturmak adına, *dijital kültür ve internet folkloru* kavramlarının yanı sıra *gelenek ve modernlik*, *geleneksel yemek kültürü* kavramlarının açıklanması gerektiği düşünülmektedir. Bu noktada konunun işlenişinde tanım eksenli bir gelişimin ötesinde çeşitli tartışma ve yaklaşımlara da yer verilecektir. Geleneksel yemek kültürünü, dijital kültür çağının iletişim araçları çerçevesinde çözümleyecek bu çalışmada, halkbilimi ve teknoloji ilişkisi temelinde *dijital kültür ve internet folkloru (e-folklor)* olgusuna uzanan süreç ile birlikte *geleneksel yemek kültürünün* dünya ve Türk halkbilimi tarihindeki yerinin ve öneminin incelemesi yapılacaktır.

İnternet folkloru, e-folklor, netlore gibi kavramlar etrafında çalışmalar gerçekleştirilen dijital kültür alanının tarihsel ve teorik zeminde incelenmesinin bir başka nedeni de dünyada bu alanda hangi çalışmaların olduğuna ve bunların nasıl bir yöntem ve yaklaşımlar doğrultusunda gerçekleştirildiğine ilişkin bir fikir edinmektir. İlerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak değinileceği gibi internet tabanlı gerçekleştirilen çalışmalarda yeni çağın iletişim araçları ve yeni davranış biçimlerine ilişkin disiplinlerarası bazı yaklaşımların yanı sıra bazı halkbilimi kuramlarının uygulanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada dijital çağın bir ürünü olarak yeni iletişim biçimlerinin işlevlerinin anlaşılmasında ve yeni kültür yapısının çözümlenmesinde tarihsel ve teorik zemin, halkbilimi ve teknoloji ilişkisinden yola çıkılarak kurulacaktır.

Diğer taraftan pek çok disiplin tarafından tartışma konusu olarak güncelliğini yitirmeyen *gelenek/geleneksel* kavramına dair temel yaklaşımlar açıklanarak *geleneksel yemek (kültürü)* kavramının tanımlanışı ve açıklanışına ilişkin fikirselsel bir altyapı oluşturulacaktır. Başka bir deyişle *gelenek/geleneksellik* kavramının etraflıca anlaşılması ve yeni yaklaşımlarla da beslenmesiyle *geleneksel yemek kültürü* kavramının- bu çalışmada ele alınacak olgular çerçevesinde- daha nitelikli çözümleneceği düşünülmektedir.

Yemek kültürü alanının daha önceden de değindiğimiz gibi halkbilimi disiplini açısından boş bırakılan bir alan olması dolayısıyla -yemek kültürü üzerine yapılan nitelikli ve özgün çalışmaların sayıca azlığı meselesinin dile getirilmesi bir yana- disiplin içerisinde yemek kültürü alanının nerede konumlandığı ya da (soruyu tersten soracak olursak) yemek kültürünün halkbilimi disiplininin neresinde olduğuna dair bu ilişkiyi tarihsel ve teorik düzlemde çözümleyen bir çalışmanın olması gerektiği açıktır. Bu doğrultuda *geleneksel yemek kültürü* kavramına ilişkin tanım ve görüşlere yer verilmesinin ardından *geleneksel yemek kültürü* alanının halkbilimi disiplini tarihi içerisindeki yeri, tarihsel ve teorik olarak temel çalışmalardan hareketle işlenecektir.

### 1.1.1. Sanal-Dijital Kültür Çağı

Dijital sözcüğü, -etimolojik olarak- “parmağı karşılayan, ayrı saymayı öneren, gerçek dünya bilgilerini ikili sayısal forma dönüştüren Latince digitus’tan gelmektedir” (Bronner, 2009, s. 37). Cambridge Sözlüğünde ise “bir sinyalin mevcut veya yok olduğunu göstermek için bilgileri 1 ve 0 sayılarının bir dizisi olarak kaydetmek veya depolamak” şeklinde tanımlanmıştır. (URL1). Başka bir bilgiye göre “teknik olarak ayırık elemanlar halinde bulunan veriye atfen kullanılan dijital sözcüğü, yalnızca veriyi araştıran ya da ayrıştırılmış veri kullanan makinelerden daha fazlasını karşılamaya başlamış; artık dijital demek dijital teknolojilerin oluşmasını ve gelişmesini sağladığı her olguyu (sanal gerçeklik, dijital özel efektler, bilgisayar oyunu, internet, vb.)” içine alacak şekilde genişlemiştir. (Gere, 2019, s. 17).

Dijital kültür kavramının tanımlanmasından önce bu kültürel olgunun ortaya çıkmasına zemin hazırlayan gelişmeler hakkında tarihsel ve teorik bilgiler vermek gerekmektedir. Teknoloji ile kültür ilişkisi tarihinde ortaya çıkan pek çok gelişmelerin yanı sıra özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerinin dijital kültür olgusu üzerinde belirleyici ve biçimlendirici etkilerinin olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda dijital kültür kavramının zihinlerdeki ilk çağrışımı- hatta akademik veya felsefik düzeyde büyük de bir karşılık bulan yaklaşımlardan biri- teknolojik determinizm bağlamındadır.

Teknolojik determinizm -çeşitli cepheleri olmakla beraber- genel bir bakış açısıyla teknolojinin, -başka faktörlere kıyasla- toplumsal dönüşümün en temel belirleyicisi ve dinamiği olduğu tezinden hareketle teknolojik koşulların, yeniliklerin, altyapı ve gelişmişlik düzeyinin toplumsal yapıyı biçimlendirdiği; teknolojinin toplumsal

hareketleri belirleyen, kendi dinamikleriyle işleyen, öngörülebilir ve sistematik bağımsız/yarı bağımsız bir güç olduğu; insan eyleminin biçimlerinin, yapılarının hatta sınırlarının teknolojik çerçevede çizildiği bir yaklaşımdır. (Kılıçbay, 2005, s. 18-19; Kara, 2020, s. 216; Berksun, 2020, s. 74). Başka bir deyişle toplumsal yapının ve ölçeklerin teknoloji üzerindeki etkilerinin görmezden gelinmesi ve araştırma dışında tutulması söz konusudur. Bu bağlamda toplumsal-kültürel değişimin temel belirleyiciliği noktasında insan faktörü, mekanik bir nedenselliğin edilgen bir unsuru olarak düşünülmektedir.

Buna karşılık sosyo-kültürel olguları açıklamada teknolojik determinizmin yetersiz veya tutarsız kaldığına yönelik geliştirilen “*teknolojinin sosyal inşası (Social Construction of Technology, SCOT) kuramı*” ise teknoloji ve toplumun birbirinden bağımsız olamayacağından hareketle teknoloji ve toplumsal değişim ilişkisinin karşılıklık esasına dayandığı; bunun da ötesinde teknolojinin kendi toplumundan (veya kullanıldığı toplumdan) bağımsız olarak işleyemeyeceği yaklaşımlarını içermektedir. (Kara, 2020, s. 216). Kuramın geliştiricilerinden olan W. Bijker (1995, s. 274) toplumun, teknoloji tarafından belirlenemeyeceği gibi teknolojinin de toplum tarafından belirlenemeyeceğini; her ikisinin de insan eliyle yapılan eserlerin, olguların ve ilgili sosyal grupların inşa sürecinde sosyoteknik madalyonun iki yüzü olarak ortaya çıktığını savunmaktadır. Kuramın bazı savunucuları ise fikirlerini teknolojik determinizmin bütün varsayımlarının hatalı olduğu noktasına değil, (aksine) teknolojik değişim süreçlerinde toplum dışı faktörlerin de olabileceği düşüncesi üzerine kurmaktadır.<sup>2</sup> (Berksun, 2020, s. 76).

Toplumsal-kültürel değişimlerde iç dinamiklere dikkat çeken *teknolojinin sosyal inşası kuramı*, teknolojik determinizm kuramının tek veya makro seviyeli, insan faktörünü dışarıda bırakan veya insan etkilerini minimum düzeye indirgeyen çözümlmelerine karşılık bağlam (context) vurgusu yapmakta; bağlamsal faktörlerin belirleyiciliğinin altını çizmektedir. Buna göre teknolojinin, kullanıldıkları sosyal bağlam çerçevesinde şekillendiği ve anlam kazandığı ileri sürülmektedir. Dolayısıyla sosyal bir kullanıma erişemeyen teknolojik bir unsurun başarısının ve toplumu değiştiren işlevlerinin nasıl olacağı sorulmaktadır. Bununla beraber aynı teknolojik unsurun farklı toplumlarda benzer sonuçlar yaratamayabileceği de önemli bir hareket noktası oluşturmaktadır. Bu kuramda

---

<sup>2</sup> Genellemeci ve mekanik nedensellikte örülü teknolojik determinizm kuramının toplumsal inşacı yaklaşımlardan aldığı sert eleştirilere ve kuramsal boşluklarının ortaya konulmasına rağmen temel paradigmasının canlılığının korunduğu da ayrı bir tartışma konusu olmuştur. (Bakınız, Berksun, 2020, s. 77-78).

“teknolojik bir ürünün nihai şeklini alması, basitçe teknik yeterliliklerle ilgili olmaktan ziyade sosyal grupların mutabakatına bağlı” (Kara, 2020, s. 217) fikirleri çerçevesinde tanımlanan *yorumsal esneklik* kavramıyla açıklanmaktadır. Bu doğrultuda teknolojik bir yeniliğe ait mevcut sonucun ve yapının ortaya çıkmasında veya gelişim çizgisi içerisinde öngörülebilirlik faktörünün sürecin en başında devre dışı kalabileceği ileri sürülmekte; teknolojik araçların üretilme amacının gelişimsel süreç içerisinde farklı kanallara girebileceği belirtilmektedir. Başka bir deyişle teknolojik araç, girdiği kabın şeklini alabilir tezi bu kuramın temel yaklaşımlarından birisini oluşturmaktadır. Bu bağlamda sosyolog Claude Fischer teknolojinin özelliklerinin toplumun özellikleriyle karıştırılmaması gerektiği uyarısında bulunmuş ve kullanıcıların teknolojik tasarımın yörüngesini nasıl değiştirebileceğini göstermiştir. (Fischer, 1992’den akt. Zaloom, 2004, s. 210). Bu konuya en önemli örnek ise Amerika’da askeri savunma stratejileri bağlamında geliştirilen ama sivilleştirilmesiyle beraber farklı bir yapıya sahip olan internettir. İnternetin tarihsel gelişimine değinmeden önce üzerinde duracağımız teorik nokta Manuel Castells’in geliştirdiği yaklaşımlardır.

İspanyol sosyolog ve iletişim kuramcısı M. Castells (2004, s. 7-8) görüşlerini Thomas Kuhn’un bilimsel devrimlerin yapısı yaklaşımıyla formüle ederek teknolojik sistemlerin aşamalı olarak gelişmesine karşılık bu evrimin büyük süreksizliklerle kesintiye uğradığını ileri sürmüştü; bu süreksizliklerin, yeni bir teknolojik paradigmayı başlatan teknolojik devrimlerle<sup>3</sup> işaretlendiğini belirtmiştir. Başka bir deyişle teknolojinin, toplumun diğer boyutlarıyla etkileşim içinde geliştiğini; ancak bilimsel keşif, teknolojik yenilik ve genel olarak toplumda uygulama ve yayılma koşullarına bağlı kendi dinamiklerinin olduğunu dile getirmiştir. Yine bu doğrultuda Castells (2004, s. 9) tarafından “mikroelektronik, yazılım ve genetik mühendisliğindeki devrimlerin mümkün kıldığı, insanın bilgi işleme ve iletişim kapasitesinin arttırılmasına dayanan teknolojik bir paradigma” olarak tanımlanan *enformasyonizm*<sup>4</sup>, bir önceki sanayi devriminin yerini almış ve

<sup>3</sup> Diğer taraftan alanın önemli isimlerinden J. Van Dijk (2016, s. 28-29) ikinci iletişim devrimi olarak nitelendirdiği yeni medya teknolojisinin devrimsel; toplum üzerindeki etkilerinin ise daha çok evrimsel olduğunu ileri sürmüştür. Herhangi bir iletişim devriminden bahsedebilmek için onun kendine özgü yapısal ve teknik gelişmelere sahip olmasının gerektiğini belirten Dijk (2016, s. 12-14) zaman ve uzam sınırlarının önemsiz boyutlara indirgenmesi ile küresel köy ölçeğinde iletişim ağlarının kurulmasının bu devrimin esas karakteri olmadığını altını çizmiştir. Ona göre bahsedilen nitelikler daha önce (19’uncu yüzyılda) gerçekleşmiş olup “şimdiki devrimin özünün bütünleşme ve etkileşim gibi yapısal terimler ile -yeni medyanın belirleyici özellikleri olarak- dijital kod ve hiper metin gibi teknik terimlerle” çerçevesini vurgulamıştır.

<sup>4</sup> Enformasyonizm, yirmi birinci yüzyılın başlarındaki toplumların maddi temelini oluşturan teknolojik paradigma. (Castells, 2004, s. 9).

sanayileşmeyle ilişkili süreçlerin temel bileşeni olmuştur. Başka bir deyişle sanayicilik ortadan kalkmamış ve enformasyonizm tarafından kapsanmıştır. Bu bağlamda bilimsel bilgi ve teknolojik yenilik yapılanmasının, yeni enformasyonizm paradigması altında gerçekleştiğini belirten Castells, bilgisayarlar ve dijital iletişimin, bu devrimin en doğrudan ifadeleri olduğunu vurgulamış; teknolojik devrim olarak nitelendirdiği bu süreci ise temel ayırt edici özellikleriyle işaretlemiştir. Buna göre “bu teknolojilerin yardımıyla üretilen bilginin, teknolojik yenilikler üzerinde sürekli bir geri bildirim etkisi içinde bulunduğunu; bu teknolojileri ortaya çıkaran özellikler doğrultusunda sonsuz yeniden yapılandırma yoluyla yeni, öngörülemeyen yenilik süreçleri türetme yeteneğinin” bu devrimin baskın karakterini oluşturduğunu dile getirmiştir<sup>5</sup> (Castells, 2004, s. 10). Bu doğrultuda enformasyon teknolojilerinin süreç içerisinde üreticisinden bağımsız hale gelmesi ve üretiliş amacı dışında farklı boyutlar kazanması söz konusu olmuştur.

Bu hipotezin doğruluğu ise internet örneği üzerinden yapılmıştır. Castells’e (2004, s. 13-14) göre, “*ağ toplumunun*<sup>6</sup> can alıcı teknolojisi olan *internet*” Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırmalar Projeleri Kurumu’nun (Advanced Research Projects Agency/ARPA) nükleer savunma amaçlı askeri stratejileri çerçevesinde geliştirilmiş olmasına karşılık; daha sonraki sivilleştirme hamleleri ile kullanım ağının genişlemesi ve 1990’lardaki World Wide Web (www) icadı ile kullanıcıların içeriğe erişme ve içerik belirleyebilme/üretebilme gibi temel kazanımları doğrultusunda küresel özgür bir iletişim ağı olmuş ve yapı değiştirmiştir.

Teknolojik determinizme karşıt bir bakış açısı içeren ve gelişim çizgisinin tek yönlülüğüne farklı kanallar açan bu fikirler bağlamında Castells (2004, s. 22), üniversite temelli toplumsal hareketlerden kaynaklanan kişisel özgürlük kültürünün, teknoloji devriminin gerçek şeklini tasarlayan yenilikçilerin zihinlerinde yer ettiğini; böylelikle

---

<sup>5</sup> Bilgi ve iletişim teknolojisi devriminin izlediği yörüngeyi hiçbir şeyin önceden belirlemediğini ve teknolojinin, sosyal bağlamından bağımsız olarak düşünülmemeyeceğini ifade eden Castells (2004, s. XVIII) teknolojik determinizmi reddetmiş; buna karşılık bu yeni teknolojik paradigmanın ortaya çıkışıyla ilgili belirli sosyal süreçlere odaklanarak, maddi bir kültür çerçevesinde gördüğü teknolojinin önemini de altını çizmiştir.

<sup>6</sup> Castells’e (2004, s. XVIII) göre *ağ toplumu* sosyal organizasyon, sosyal değişim, dijital bilgi ve iletişim teknolojileri etrafında oluşturulan teknolojik bir paradigma arasındaki etkileşimden kaynaklanan sosyal yapıdır”. Başka bir ifadeyle “insan etkinliğinin yeni bir toplumsal örgütlenme biçimidir”.

kişisel bilgisayarın, kurumsal endüstrinin programlanmış yörüngesine doğrudan aykırı olarak tasarlandığını vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle teknolojinin, bağlamsal şartlar içerisinde kabuk değiştirebilecek yapısına dikkat çekilmiştir.

Dijital kültür kavramının tarihsel ve teorik altyapısının kurulmasında internet teknolojisinin kısaca bir tarihine göz atmak gerekmektedir. Dijital kültür olgusunu ortaya çıkaran bileşenleri teknoloji tarihi bağlamında inceleyen Charlie Gere (2019, s. 23-53) Turing'in kavramsal makinesinden, daktilo, dokuma makineleri, telgraf, Mors Alfabeti, fotoğraf makinesi, tablola makinesi, hesap makinesi, radyo, Enigma makinesi, Manchester bilgisayar, ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer), SAGE (Amerikan hava savunma sistemi), Whirlwind gibi icatlara ve gelişmelere kadar tüm teknolojik birikimin bu süreçte etkilerinin olduğunu belirtmiştir. Bu uzun tarihsel süreci iki cepheli zemine oturtan Gere'ye (2019, s. 67) göre "19'uncu ve 20'nci yüzyılların başındaki kapitalizm modern bilgisayarların icadı için gerekli çerçeveyi sunmuş; Soğuk Savaş da bunların nasıl geliştirilip kullanılacağını belirlemiştir". Soğuk Savaş döneminde iletişim ağlarını hedef alabilecek nükleer bir saldırıdan korunma amacına yönelik Amerika'da askeri kaygılar ve amaçları doğrultusunda geliştirilen internetin öncülü sayılan ARPANET'in (Advanced Research Projects Agency-Net) kurulması ve ilk bilgisayar ağı bağlantısının 1969'da Los Angeles'ta California Üniversitesi, Stanford Araştırma Enstitüsü, Santa Barbara'da California Üniversitesi ve Utah Üniversitesi arasında sağlanması<sup>7</sup>; E-posta teknolojisinin 1970'te oluşturulması; 1980'li yıllar içerisinde düzenlenen çeşitli protokoller; 1990 yılında Cenevre'deki Avrupa Nükleer Araştırmalar Merkezi'nde (CERN) World Wide Web'in<sup>8</sup> (www) tasarlanması; 1992'de internet kamuya açılması internet teknolojisinin günümüzdeki biçimini almasında temel gelişmeler arasında gösterilmiştir.<sup>9</sup> (Castells, 2008, s. 58-65; Blank, 2009. s. 2-3; Özdemir, 2008, s. 289). Özetle, Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği'nin Sputnik

<sup>7</sup> Castells'e (2008, s. 472) göre "internetin üniversite kökeni, elektronik iletişimin gelişiminde ve dünya çapında yayılmasında belirleyici olmuştur".

<sup>8</sup> "İnternet sitelerinin içeriklerini yerlerine göre değil de bilgiye göre düzenleyen, sonra da kullanıcılara istedikleri bilgiyi bulabilmeleri için kolay bir arama sistemi sunan yeni bir uygulama. (Castells, 2008, s. 64-65).

<sup>9</sup> Türkiye'de ise internetin gelişimi Amerika'daki akademik tabanlı çizgiyi takip etmiştir. 1987 yılında Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı aracılığıyla ülke içinde akademik tabanlı gerçekleştirilen öncü girişimin ardından 1991 yılında ODTÜ-TÜBİTAK işbirliği çerçevesinde TR-NET projesi oluşturulmuş; ilk bağlantı ise 1993 yılında ODTÜ-Washington arasında gerçekleştirilmiştir" (Özdemir, 2008, s. 289).

füzesini uzaya göndermesinin ardından 1958’de ARPA (Advanced Research Projects Agency) ve sonradan değiştirilen adıyla DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) bilgisayar teknolojinin geliştirilmesinde öne çıkan kurum olmuştur. Geliştirilen modellerle kullanıcıların bilgisayarla etkileşimlerinin kişisel düzeye indirgenmesinde; başka deyişle bilgisayar cihazının kullanıcı tarafından sahiplenilmesinde ve bununla beraber görsel kullanıcı arayüzünün simgelerle gösterilmesi gibi önemli bir geçiş sağlayan bu çalışmalar yıllar sonra Apple ve Microsoft teknolojisine önyak olmuştur. (Gere, 2019, s. 72-73). Gere’ye (2019, s. 83) göre çoğunlukla Soğuk Savaş’ın gerektirdiği gerçek zamanlı ve görüntülü bilgi işlem ve bilgi ağları, bilgisayarların doğasını köklü bir şekilde değiştirerek bugün kullandığımız kişisel bilgisayarlar ve internetin, dolayısıyla dijital kültürün geleneğinin temellerini atmıştır.

Dijital kültür olgusunun tanımlanmasında teknolojik determinizmin sınırları dışına çıkarak farklı etkenleri bütüncül bir yaklaşımla çözümleyen Gere (2019, s. 19-20) teknolojik belirlenimciliği tersten okuyarak kültürden, teknolojiye doğru gidiş de içeren şöyle bir hat çekmiştir:

Bir kültür, ne görüldüğü kadar yenidir ne de gelişimi yalnızca teknolojik gelişmelerle belirlenir. Aksine dijital teknolojinin, dijital kültürün bir ürünü olduğunu göstermek daha isabetlidir... Dijital, yalnızca belli bir teknolojinin malları veya olanakları demek değildir. O teknolojinin gelişmesini sağlayan, onu şekillendiren düşünce ve eylemleri de kapsar... Teknoloji, dijital kültürün gelişiminde rol oynayan kaynaklardan yalnızca biridir. Bunlar arasında soyutlaştırma, kodlama, öz-düzenleme, sanallaştırma ve programlama vardır.... Dijital kültür, bu unsurların arasındaki karmaşık ve eytişimsel (diyalektik) etkileşimlerin ürünüdür.

Yine bu bakış açısıyla insanların kendi çevresel bağlamıyla etkileşime girip gerçekliklerin yeni şekiller aldığını ve teknoloji gibi unsurların da yeni anlamlar kazanarak kültürün bir parçası haline geldiğini öne süren Kristen M. Snyder, (2007, s. 3-5) insan ve teknoloji arasındaki ilişkinin yapısının tek yönlü bir belirlenimden ziyade şekillenme/şekillendirme düzleminde gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda “teknolojinin insan iletişimine entegrasyonu” şeklinde nitelendirdiği bu süreç ve olgunun teknolojiyi hem iletişim eyleminin hem de anlam yaratma sürecinin bir parçası olarak devreye soktuğunu; davranış, normlar, değerler ve anlam yaratmanın etkileri konusunda bir farkındalık geliştirmenin dijital kültürü anlamının ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgulamaktadır. Başka bir ifadeyle “teknolojinin insan iletişim sisteminin bütünleşik bir parçası haline geldiğini ve dolayısıyla anlam şekillendirme sürecinin bir bileşeni olduğunu” ileri süren

Snyder (2007, s. 4) dijital kültür olgusunu “teknoloji ve insanlar arasındaki ilişkinin yeniden çerçevesi” olarak tanımlayarak her iki boyutun da kültürel bir tezahür içinde birbirinin yerine özne ve nesne olarak geçtiğini dile getirmektedir. Bu fikirlere paralel olarak “teknolojinin hem tanımlayıcı hem de olanak tanıyıcı olduğu ve teknoloji ile insanların da karşılıklı olarak birbirlerini şekillendirdiği” yönünde görüş bildiren J. Van Dijk (2016, s. 27-28) ise “iletişim araçları ve teknolojilerinin birer sosyal çevre olduklarını; bunun en açık örneğinin ise bizzat bir topluma dönüşen internet” olduğunun altını çizmekte ve bu birbirini şekillendiren süreçlerin ağ toplumunu<sup>10</sup> oluşturduğunu savlamaktadır.

Dijital kültür olgusunu ortaya çıkaran bileşenleri teknolojik belirlenimcilik (determinizm) yaklaşımının dışına çıkararak arayan ve insan faktörünün belirleyiciliğini de ana etmenlerden biri kabul eden bu düşünceler, araştırmacılara genel ve teorik bir perspektif sağlamasının yanı sıra çok yönlü çözümlene yapmanın gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan dijital kültür olgusunun kavranması için ise “bütünün düşünülüp parçanın incelenmesi” (Pau, 2010, s. 1) şeklinde bir yaklaşım sergilenmesi önem oluşturmaktadır. Başka bir deyişle dijital kültür olgusu her ne kadar bir tekno-kültür bileşkesi olsa da spesifik olarak bilgisayar ve internet teknolojisi içinde kimliğini kazandığından çok yönlü çözümlenmesi gereken bir süreç görünümündedir. Daha önceden de değinildiği gibi dijital kültürün yeni bir olgu olmadığını, gelişiminin ve oluşumunun sadece teknolojik ilerlemelerle belirlenmediğini savunan Gere'nin (2019) aynı zamanda dijital kültürün, teknolojinin biçimlendirdiği düşünme ve eylem tarzları çerçevesinde nitelik kazandığını vurgulaması da bu bağlamda önemli görülmelidir. Bu bağlamda *dijital kültür nedir? Sadece dijital medyayı kullanan kişilerin kendini ifade ettiği bir kültür müdür? Yoksa dijital medyanın kullanımı genel olarak kültür ve medya açısından özel sonuçlar yaratan bir süreç midir? (Dijk, 2016, s. 228); “dijital kültürün kendine özgü bir dizi ayırt edici özelliği var mı? Dijital kültür, kültürün geri kalanından ayrı mı ele alınmalı? Dijital kültür, kültüre ek özellikler kazandıran bir çalışma biçimine ve belirli bir öze mi atıfta bulunur?”* (Pau, 2010, s. 1) soruları gündeme gelmektedir.

<sup>10</sup> Konuşmanın icadından beri bütün toplumların belirli ağlar etrafında örgütlendiğini ve bu açıdan da ağ fikrinin yeni bir yaklaşım olmadığını belirten J. V. Dijk'e (2016, s. 30) göre “ağ toplumu, sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının bir toplumun her seviyesindeki –bireysel, grupsal, örgütsel, sosyal- örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türüdür”.



Dijital kültür olgusunu ortaya çıkaran özel faktörler bağlamında bilgisayar ve internet teknolojisi tarihi içerisinde ikinci nesil internet hizmeti olarak tanımlanan Web 2.0 sisteminin belirleyici etkileri olmaktadır. Bu doğrultuda Web 2.0 “-kullanıcının bilgi arayabildiği veya bilgi edinebildiği- tek yönlü bir ilişkiden -çeşitli içerik türlerine erişmenin yanı sıra içerik üretilebildiği- çift yönlü bir ilişkiye geçişi sağlanarak kullanıcı deneyimi pasif olmaktan çıkıp aktif bir ilişkiye dönüşmektedir”. (Levin ve Mamlok, 2021, s. 3). “Bloglar, wikiler, sosyal ağ siteleri, video ve fotoğraf paylaşım siteleri ve farklı eşler arası hizmetler, oldukça popüler olan bu tür bir eğilimin örnekleridir. Bu açıdan dijital kültür, kullanıcıların yalnızca bilgi tüketmediği, aynı zamanda çeşitli şekillerde katkıda bulunduğu katılımcı bir kültür olarak tanımlanmaktadır” (Uzelac, 2008, s. 17-19). Dijital kültür alanı içerisinde sürekli güncellenen içerikler, şekiller ve sistemler ise ucu açık bu sürecin önemli göstergeleridir. Uzelac (2008, s. 19) “dijital kültürün, kurumsal ekolojinin hala sağlam bir şekilde belirlenmediği sürekli değişen dinamiklerle işaretlendiğini” belirtmektedir.

Bu aktif katılımın bir yansıması olarak dijitalleşme, yaşamın çoğu alanını kapsayacak bir altyapıya bürünmektedir. Dijitalliğin/dijitalleşmenin bir kültür işareti olarak kabul edilebileceği tezini, insanın çağdaş yaşamının sınırlarını çizmesinin ve iletişim sistemlerini kapsamamasının üzerine kuran Gere (2019), dijitalliğin sosyal yaşamın tüm alanlarında (eğitim, müzik, film, bankacılık, oyun, sosyal hizmetler vb.) artan egemenliğine dikkatleri çekmektedir. Başka bir deyişle Gere (2010, 2019) dijital teknolojilerin insan yaşamındaki etkenliğinin dijital bir kültürün varlığına işaret ettiğini; bu bağlamda “teknolojinin kendisinin, varoluşun dokusunun ayrılmaz bir parçası haline geldiğini” (Gere, 2010, s. 6) ileri sürmektedir.

Teknolojik çerçevede değerlendirildiğinde ise dijital kültürün “önceden programlama ve yaratıcılık, parçalanma (kolaj), yeniden birleştirme, kullanıcı üretimi, hızlanma, görselleştirme, nicelleşme” (Dijk, 2016, s. 229) gibi özelliklerinin olduğu belirtilmektedir. Başka bir ifadeyle “*dijital medya araçlarıyla meydana getirilen yaratıcı bir süreç ve bir dizi ürün*” (Dijk, 2016, s. 252, 228) şeklinde tanımlanan dijital kültür, “yöndeşme (multimedya), hipermedya ve kullanıcıların ürettiği içerik ile özdeşleştirilmektedir. Bu bağlamda dijital kültür, bilgisayar ve internet teknolojisinin altyapı olanakları ekseninde *kullanıcı* olarak kavramsallaştırılan kitlenin algılama, tarama, içerik üretme, içerik belirleme, hızlanma, ekrana bağlanma, klasik zaman ve

uzam algısı dışında iletişim kurabilme vb. yetenekleri ve eylemleri doğrultusunda varlık gösterdiği bir alan olarak görülmektedir.

Yukarıdaki sorulara dönecek olursak dijital kültürün tekno-kültürel bir bileşke olduğunu ama kendine özgü bir bağlam içerisinde ve belirli araçlar çerçevesinde icra edilen, etkileri ve sonuçları olan dinamik yapısının da göz ardı edilmemesi gerektiğini söyleyebiliriz. Başka bir deyişle dijital kültür olgusu, bilgisayar ve internet teknolojisi içerisinde kendi kimliğini ve sesini bulmuştur denilebilir. Bu bağlamda dijital teknolojilerin etkisinin “hem çevrimiçi hem de çevrimdışı kültürün tüm yönleri üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu” (Uzelac, 2008, s. 27) vurgulanmaktadır.

Teknoloji tabanlı oluşan ve gelişen kültür biçimini ifade etmek için kullanılan bir kavram olan dijital kültür, “çağ” kavramı doğrultusunda da incelenmektedir. Tarihin çağlara ayrılışında dünyayı etkileyen büyük olayların ve olguların yanı sıra insanlığın sosyal ve kültürel yaşamını biçimlendiren teknolojik gelişmelerin de göz önünde bulundurulduğu bilinmektedir. Tarihte insanların taş kullanma becerisinden başlayarak madenleri bulma ve işleme, yazıyı bulma, sanayileşme gibi temel süreçlerin ve bu doğrultuda bağlamsal şartlarda yaşanan her gelişmenin kendi dönemleri içerisinde birer teknolojik yenilik olduğu ve kültürel evrim sürecini şekillendirdiği söylenebilir.

Diğer taraftan bu olgular, çağ kavramının telaffuz edilmesi veya vurgulanmasında tarihi bir sayfanın açılması-kapatılması veya bir devrin kapatılması-açılması denkleminden ziyade yaşanan dönemin belirli teknolojik ve kültürel özelliklerinin gözetilerek de bazı kavramlaştırmaların ortaya atılabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda teknoloji ile kültür tarihi ilişkisine bakıldığında sözün teknolojileşmesi (yazı), yazının teknolojileşmesi (matbaa), mesajın teknolojileşmesi (telgraf, telefon vb.), sesin teknolojileşmesi (fonograf, gramofon, kaset vb.), görüntünün –sesli sessiz- teknolojileşmesi (fotoğraf, kamera, televizyon vb.) gibi temel gelişmeler doğrultusunda kültür çağı/çağları kavramsallaştırmalarının yapıldığı da söylenebilir. Örneğin W. Ong’un (2013, s. 15) yazı ve matbaa teknolojisine dayanan telefon, radyo ve televizyona özgü çağ olarak *elektronik çağ* kavramını işaret ettiği ve bunu da sözlü kültür çağına benzeşen özellikleri nedeniyle “*ikincil sözlü kültür çağı*” olarak nitelendirdiği belirtilebilir. Bu doğrultuda Ong’un (2013) sözlü kültürden yazıya ve sonra da elektronik bilgi işlemine geçişin toplumsal, ekonomik, politik ve dini yapıları kapsayıp zihniyet

farklılıklarını da ortaya çıkardığını belirtmesi dikkat çekicidir. Başka bir deyişle kültür tarihinin teknolojik gelişmelerle bütünleştirilmesi anlayışının bir yansıması olarak hayatın temel işleyişinde önemli bir yenilik ve bu yeniliğe bağlı olarak algılama, kodlama, çağırma, tekrarlama gibi bilişsel süreçler açısından farklılaşmaların ve yeni gelişmelerin yaşanmaya başlamasıyla birlikte kültürün de dönüştüğü tezi doğrultusunda tekno-kültürel düzlemde çağ belirleme anlayışının da olduğu görülmektedir. Bu temel bakış açısı doğrultusunda kavramsallaştırılan ve incelenen başka bir terim ise günümüzdeki süreci karşılayan dijital çağ ya da bütünleşik olarak dijital kültür çağıdır.

Genel olarak *dijital çağ* “birçok şeyin bilgisayar tarafından yapıldığı ve bilgisayar teknolojisi sayesinde büyük miktarda bilginin mevcut olduğu şimdiki zaman” (URL2); 1950’lerden günümüze uzanan bilgisayar teknolojisinin katlanarak büyümesiyle ilgili bir dönem” (Blank, 2013a, s. 115); “bilgisayar tabanlı teknolojiadaki gelişmelerin getirdiği bilgi ve iletişim sistemlerinin hızlı ve paradigmatik dönüşümü ile karakterize edilen insanlık tarihindeki mevcut dönem” (Borowiecki ve diğerleri, 2016, s. 301) şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle bilgi ve iletişim teknolojileri ekseninde insanlık tarihinde yeni bir evrenin başladığının ifadesi olan bu tanımlar, başka bir kültürel boyuta geçildiğinin de üstü kapalı ifadeleri olmaktadır. Bu doğrultuda dijital çağa özgü temel çözümlenmeler içerisinde insan faktörünün teknolojik kullanım önceliği, yatkınlığı, alışkanlığı, becerisi gibi nitelikleri çerçevesinde kavramlaştırmaların da yapıldığı görülmektedir. “*Dijital yerli, dijital göçmen<sup>11</sup>*” (Prensky, 2001a, 2001b) “*milenyum kuşağı, yeni bin yılın öğrencileri, anında mesaj kuşağı, oyun nesli, zaplayan insan, dijital kuşak, google kuşağı, internet nesli, gelecek kuşak, www kuşağı, e-kuşağı, eko nesil, n-nesil, net kuşağı, ağ kuşağı* (N. Özdemir, 2019, s. 135) sürekli güncellenen kavramların bazılarıdır. Bununla birlikte geleneksel kuşak/sessiz kuşak (1927-45); “1946-1964 doğumlarının *bebek patlaması kuşağı* [radyo]; 1965-1979 doğumlarının *X kuşağı* [merdaneli çamaşır makinesi, bantlı teyp ve pikap, kişisel bilgisayar, e-mail, SMS]; 1980-1999 doğumlarının *Y kuşağı* [tablet, akıllı telefon, sosyal medya]; 2000-2012 doğumlarının *Z Kuşağı* [Google, 3D yazıcı, sürücüsüz araba, giyilebilir teknoloji]; 2012

<sup>11</sup> Marc Prensky tarafından oluşturulmuş bir terim olan *dijital yerli*, 1980’den sonra doğmuş ve bu nedenle doğası gereği, yaşamı boyunca gelişen iletişim teknolojilerinin sosyal etkilerine maruz kalmış bir bireydir. Dijital göçmen, internetin ve yeni medya teknolojisinin her yerde yaygın olarak benimsenmesine ilk tanık olan nesilde doğmamış, ancak yine de bu tür teknolojilerin etkisinden kaçınarak veya bunu kabul ederek ve benimseyerek adapte olmuş bir bireydir. (Blank, 2013a, s. 115). Prensky (2001a, s. 1) “internetin dijital dilinin anadili olan kişiler” şeklinde nitelendirdiği dijital yerlilerin düşünme kalıplarının (beynin algılama biçimlerinin) da teknolojik kullanıma paralel olarak değiştiğini ileri sürmüştür.

ve sonrasında Alfa Kuşağı [robot, hologram, artırılmış gerçeklik ve nesnelerin interneti] şeklindeki (N. Özdemir, 2019: 129) kavramların “sınıflandırılması ve nitelendirilmesinde büyük ölçüde teknolojik gelişmelerin nesiller üzerindeki sosyo-kültürel etkilerinin baz alındığı” (Alpyıldız, 2020, s. 222) belirtilebilir.

Diğer taraftan dijital çağda ve bu çağın iletişim araçlarında/ortamlarında bir kültür varlığı olduğunun bilincine varılması aynı zamanda o kültürü yaşayan insan topluluklarının da bulunmasını gerektirmektedir. Bu doğrultuda *ağ toplumu* (Castells, 2004; Dijk, 2016); *sanal cemaat/virtual communities*<sup>12</sup> (Rheingold, 1994); *elektronik kabile ya da e-kabile/e-tribal* (Adams ve Smith, 2008’den akt. Gülüm, 2020, s. 37); *dijital kabile* (Varnalı, 2013); *netizen/net vatandaş* (Hauben, 1992); *nettaş* (Narmanlıoğlu, 2016); *çevrimiçi yurttaş, siber yurttaş* gibi süregiden kavramsallaştırma ölçütlerinin bir işlevi de dijital dünyanın keşfiyle beraber bu yeni ortamda yaşayan insan gruplarının varlığını ve yapısını ortaya çıkarmaktır. Böylelikle hem farklı olanın belirtilmesi hem de onların yakından tanınması amacıyla dijital sınırlar içerisinde nefes alan topluluklar işaretlenmektedir. Dijital iletişim ortamları içindeki bağlamsal şartlar çerçevesinde de bu toplulukların hareket dökümlerinin incelenmesi hem yukarıdaki kavramların ortaya atılmasına hem de dijital kültür adı verilen alanın kabulüne işlev sağlamaktadır.

Bilgisayar ve internet aracılı iletişim biçimlerinin yaygınlık kazanmasıyla daha görünür hale gelen ve dönüşüme uğrayan kavramlardan biri de gerçekliktir. İnsanlık tarihindeki gerçeklik düzeylerinin felsefi temelde sorgulanmasından başlayarak dijital çağın sanallığına/sanal gerçekliğine evrilen bu anlayış, gerçeğin anlamı veya gerçekliğin temsili ekseninde çözümlenmelere konu olmaktadır. Castells (2008, s. 497) -Roland Barthes ve Jean Baudrillard gibi düşünürlerin göstergebilimsel çözümlenmelerine atıf yaparak-insanlık tarihindeki bütün iletişim biçimlerinin “göstergelerin üretimi ve tüketimine dayalı” olduğunu belirtmekte; gerçeklik ile sembolik temsil arasında bir ayrım” bulunmadığını vurgulamaktadır. Gerçekliğin, deneyimlediğimiz biçimiyle hep sanal olduğunu ileri süren Castells’in (2008) işaret ettiği üzere bütün toplumlar sembolik bir ortam içinde var olmuş ve bu ortam aracılığıyla hareket etmiştir. Başka bir deyişle

---

<sup>12</sup> Howard Rheingold, öncü çalışması *Virtual Communities*’de insanları ortak değerler ve çıkarlar etrafında online bir araya getiren yeni bir tür cemaatin doğduğunu savunarak tartışmanın tonunu belirlemiştir. (Castells, 2008, s. 475).

“gerçekliğin<sup>13</sup>, daima tasarlanan yan anlamlar taşınması ve toplumsal pratiği çevreleyen semboller aracılığı ile algılanması” (Timisi, 2005, s. 89) söz konusudur. Dolayısıyla “tipografik iletişimden, çok duyulu iletişime dek bütün iletişim biçimlerinin elektronik olarak bütünleşmesi etrafında örgütlenen yeni iletişim sisteminin tarihsel özgüllüğünün, sanal gerçekliği başlatması değil, gerçek sanallığı inşa etmesi” (Castells, 2008, s. 497) niteliğinin altı çizilmektedir.<sup>14</sup> Bu doğrultuda dijital çağın iletişim ortamlarının “sanal gerçekliğin yaratıcılığı yerine gerçek sanallığın kuruculuğu” (Timisi, 2005, s. 90) görevini üstlendiği ve bu doğrultuda bir işlev gördüğü belirtilebilir.

Pierre Levy ise *Becoming Virtual, Reality in the Digital Age* (1998) adlı ünlü eserinde insan türünün sanallaştırma süreciyle oluştuğu ve kendini yaratmaya devam ettiği tezi etrafında konuyu çözümlenmiştir. Levy’ye (1998) göre sanallık ve gerçeklik yalnızca iki farklı varoluş biçimidir. Bu bakımdan sanal, hiçbir şekilde gerçeğin zıttı değildir. Sanallaştırma, “yaratma sürecini genişleten, geleceği açan, dolaysız fiziksel mevcudiyetin yavanlığının altına bir anlam çekirdeği enjekte eden verimli ve güçlü bir varlık modudur” (s. 16). Levy’ye göre mevcut mutasyon insanlığın kendi kendini yaratmaya yönelik dürtüsünün yeniden başlamasıdır. (s. 91).

Yukarıda belirtilen olgu, aslında insanlık tarihinde sanallık algısı ve sanallaştırma eğiliminin, psiko-dinamik iletişimsel bir döngü olduğu gerçeğinden hareketle alternatif dünyaya kaçış biçiminin farklı araçlarla gerçekleştirildiğini göstermektedir. Görünürlüğü değiştirme, bilineni dönüştürme, zamanın dışına çıkma, mekândan sıyrılma gibi amaçlar psiko-kültürel ihtiyaçlar temelinde şekillenmektedir. Bu açıdan zihinsel tasarımın ve yaratımın sanal gerçeklik düzleminde sözlü, yazılı, görsel formlarla ifade edilmesine ek olarak dijital araçlar da bu sürecin günümüzdeki yapısını ve şeklini karşılamaktadır. Bu bağlamda N. Timisi (2005, s. 90) gerçekliğin temsilindeki son aşamanın dijital teknolojilerin keşfi olduğunu dile getirmektedir. Başka bir açıdan yorumlanırsa aslında

<sup>13</sup> Timisi’nin (2005, s. 104) belirttiği üzere “gerçek yaşamın kendisinin başka türlü bir sanal gerçeklik alanı olarak sorgulanması söz konusudur.

<sup>14</sup> “Kültürel ifadeleri formel/ mantıksal/matematikselsel akıl yürütmeden farklı kılan, tam da bütün biçimleriyle dilin belirsizliğin şifresini çözme ve farklı yorumların kapısını aralama becerisidir..... İnsani, interaktif iletişimde, ortamdan bağımsız olarak, bütün semboller kendilerine atfedilen semantik anlamla ilişkili olarak biraz yerlerinden kaymıştır. Bir anlamda bütün gerçeklik, sanal olarak algılanır.... Gerçek sanallık sistemi, gerçekliğin kendisinin (insanların maddi/sembolik varlığının) tümüyle yakalandığı, tamamen sanal bir görüntü ortamına, görüntülerin yalnızca deneyimlerin iletildiği ekran üzerinde kalmadığı ama bizzat deneyim haline geldiği bir farz etme dünyasına yedirildiği bir sistemdir” (Castells, 2008, s. 497-498).

gerçekliğin başka bir vücut bulmuş hali olan sanallık, teorik olarak özünde budur ama – bağlamsal şartlar bakımından- özelinde bu değildir denilebilir. Günümüzde sanallık algısının özel niteliği ise dijital araçlar içerisinde aranmaktadır.

Sanallık (virtuality) genellikle aktüalite veya gerçeklik fikrine karşıt bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan sanal kavramının gerçek bir nesneyi, fenomeni veya gerçek bir fenomen nesnesinin potansiyelini etkili bir şekilde temsil ettiği belirtilmektedir. Başlangıçta felsefede incelenen bu kavram, teknoloji araştırmalarına da taşınarak *sanal gerçeklik*, *sanal çevre* ve *sanal dünya* şeklinde de kullanım biçimlerine sahip olmaktadır. Bu terimlerin, “kullanıcı etkileşimlerinin bilgisayar grafik arayüzleri veya stereoskopik görüntüler tarafından desteklendiği fiziksel gerçekliğin ve duysal deneyimlerin simülasyonunu sağlayan süreçleri ve teknolojileri kapsadığı” dile getirilmektedir. (Borowiecki ve diğerleri, 2016, s. 322). Bu bağlamda bilgisayar aracılı iletişimin dolayimli özelliğinden kaynaklı olarak birbirleriyle ilişkili ve bir diğerini tanımlama üzerine kurulu “*sanal gerçeklik (virtual reality)* ve *siber-uzam (cyberspace)*” şeklinde iki farklı kavramın olduğu belirtilmektedir. (Timisi, 2005, s. 91).

*Sanal gerçeklik* “bir fiziksel obje ya da yerleşimden ziyade bir bilgisayar sisteminde yer alan veriler aracılığıyla kullanıcıya görsel, işitsel ve dokunma duygusu, gerçek bir fiziksel uzamdakine benzer hareket yetisi ve manipüle etme gücü veren deneyimler ortamı” (Ried, 1995’den akt. Timisi, 1995, s. 91); “izleyicinin etkileşimde bulunabileceği üç boyutlu bir alanın bilgisayar simülasyonu” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda sanal dünya ise bir ve daha fazla kullanıcının veya oyuncunun etkileşimde bulunabileceği, fiziksel olmayan, dijital olarak oluşturulmuş bir ortam” (Underberg ve Zorn, 2013, s. 96) olarak görülmektedir.

*Siber uzam*<sup>15</sup> ise “bireylerin dijital bağlantılar aracılığıyla diğer bireylerle veya bilgi ve eğlence setleriyle etkileşime girmesini sağlayan fiziksel olmayan bir ortam” (Underberg ve Zorn, 2013, s. 94); “elektronik olarak dolayımlanmış ya da benzeşmiş bir uzamda karşılaşma olanakları olan gerçek ya da hayali ilişkiler ortamı” (Timisi, 1995, s. 91) biçiminde tanımlanmaktadır. “*Sanal gerçeklik* bir benzeşim ortamı, gerçekliği olmayan

---

<sup>15</sup> Siber uzam terimi ilk olarak William Gibson tarafından ünlü bilim kurgu romanı *Neuromancer*’da (1984) ortaya atılmış ve kolektif hayal gücü tarafından başarıyla benimsenmiştir. (Combi, 2016, s. 5). Siber uzam ile ilgili tanımlar ve yaklaşımlar için ayrıca bakınız: Gülüm, 2020.

bir gerçekken; *siber uzam*, gerçekliğin farklı bir tarzda deneyimlendiği toplumsal bir mekân” (Timisi, 2005, s. 91) olarak görülmektedir. Bu yaklaşımlar doğrultusunda siber uzamın, sanal gerçekliğe zemin sağladığı veya sanal gerçekliğin siber uzamın üzerine inşa edildiği de söylenebilir. Başka bir ifadeyle sanal gerçeklik, siber uzam üzerinden yaşanmaktadır. Fiziksel olmayan ve simüle edilmiş (benzeştirilmiş) bir ortamda/mekânda –siber uzamda- insan topluluklarının dijital sınırlar içerisindeki hareketleriyle varlıklarını gerçek veya gerçekmiş hissi verecek şekilde aktarmaları söz konusudur. Bu bağlamda çevrim içi yaşamla çevrimdışı yaşam arasında farkın bulanıklaştığı görülmekte; sanal ve gerçeğin sınırları da karışmaktadır. Zizek’e (1996) göre “siber uzam, sembolik düzeni kuran aralığı/uçurumu yalnızca radikalize etmektedir. Gerçeklik zaten hep sanaldır” (Akt. Nalçaoğlu, 2005, s. 71). Başka bir deyişle sanal gerçeklik ve siber uzam ilişkisinde siber uzamın, sanallığı temellendirdiği veya köklendirdiği vurgulanmaktadır. Bu doğrultuda siber uzam, yalnızca bilgisayarlar aracılığıyla etkileşimler yoluyla var olan bir dünya, bazen ütöpik bir alan, bazen de insanların bedenlerinden ayrı yaşayabilecekleri yeni sınır olarak kabul edilmektedir. (Smith, 2009, s. 96-97).

Özetle “iletişimin dolaysızlığı/doğrudanlığı, zaman ve uzam kavramlarının değişmesi, gerçeklik ve sanallık arasındaki ayrımın bulanıklaşması, insan, makine ve doğa arasındaki ayrımın belirsizleşmesi ve bilgi kıtlığından bilgi bolluğuna dönüş” dijital çağda yaşadığımız kültürel değişimin parçaları (Levin ve Mamlok, 2021, s. 3-4) olmaktadır.

### 1.1.2. İnternet Folkloru

Giuseppe Cocchiara, *The History of Folklore in Europe* (Avrupa’da Folklor Tarihi) adlı çalışmasında folklor tarihinin incelenişinde ve yazılışında folklor disiplininin özünü ortaya çıkaran gelişmeleri ele almadan gerçekleştirecek bir girişimin başarısızlığa uğrayacağını vurgulamıştır. Bu doğrultuda Cocchiara (2017) -Fransız folklorist Pierre Saintyves’in bu hususa dikkat çeken ilk kişi olduğunun da altını çizerek- dünya halkbilimi tarihinde disiplinin ortaya çıkışına ve temel paradigmalarının oluşturulmasına zemin hazırlayan dinamiklerin başında Amerika Kıtası’nın keşfi ile birlikte soylu vahşi algısının (tanıma, yüceltme, idealleştirme) oluşmasını ve buna bağlı olarak Avrupalıların kendi geçmişlerini ve halklarını incelemelerini; seyyahlık veya misyonerlik gibi faaliyetlerin çerçevesinde yeni fikirlerin/kökenlerin kaynağı olarak Doğu’ya yönelişin başlamasını önemli bir basamak olarak göstermiş ve karşılaştırmalı çözümleme metodunun

doğduğunu vurgulamıştır. Cocchiara'nın (2017, s. 20) işaret ettiği üzere bu gelişmeler folklor disiplininde eleştirel ve tarih bilinci oluşumunun başlangıcının Aydınlanma döneminin de öncesine götürülmesi; özellikle 16'ncı yüzyıldaki Coğrafi Keşifler ile ortaya çıkan gelişmelere (örneğin Yeni Dünyanın Keşfi) bağlanması açısından önem oluşturmuştur.

Bu bağlamda *internet folkloru*, *dijital folklor*, *netlore*, *sanal ortam folkloru* vb. kavramlaştırmalar etrafında incelenen dijital çağın kültürel alanı içerisinde, halkbilimi ve internet teknolojisi ilişkisi kurmaya veya internet folkloru kavramını ele almaya başlamadan önce teorik bir hareket noktası olarak Cocchiara'nın (2017, s. 15, 21) “folklor araştırmalarını birbirinden farklı ve her biri ayrı iplikler veya birbirinin içine geçmiş ayrı iplik sırası şeklinde değil daha çok bütün bir kumaş” olarak nitelendirdiği bakış açısı ve “folklor disiplininin özünü ortaya çıkararak gelişmelerin göz önünde bulundurulması” ilkesi düzleminde çözümlenmeler oluşturmak gerekmektedir.

Folklor disiplininin oluşum ve gelişim tarihi açısından ileri sürülen birçok teori içerisinde folklorun “kulaktan kulağa, kuşaktan kuşağa, yüz yüze iletişim ve ilişki ortamında sözlü niteliğini ve sözlü olmanın eşsizliğine dayalı paradigmasını tam olarak yıkmaya da” (Çobanoğlu, 2018, s. 122) erken dönem halkbilimi kuramları arasında bulunan Teodor Benfey'in Kültürel Ödünçlenme Teorisi'nin önemi, dönemin kültürel köken arayışları tartışmaları etrafında dikkat çektiği temel görüşlerin yanı sıra yayılmanın (diffusion) şeklinin nasıl olduğuna ilişkin çözümlenmelerinin, yeni paradigmanın oluşmasına zemin hazırlamasıdır. Buna göre masallardan hareketle kültürel benzerliklerin kaynağını Hindistan olarak belirleyen ve tarihi-kültürel ilişkiler çerçevesinde ödünçlenme yoluyla buradan Avrupa'ya yayıldığını belirten T. Benfey'in, bu yayılmanın sözlü olarak gerçekleşmesinin yanı sıra yazılı eserler (edebiyat) yoluyla da meydana geldiğini savunması (Cocchiara, 2017, s. 264; Sokolov, 2018, s. 73-74; Çobanoğlu, 2005, s. 105-107) önemli bir kabul olmuştur. Özkul Çobanoğlu'na (2018, s. 122) göre bu süreç “duyguyu, düşünceyi ve tecrübeyi aracılık ederek nakleden bu medium veya medya ile halkbiliminin ilk hesaplaşması/duruşması ve zaman içinde de son olmayan kaynaşmasıdır”. “Folklorun yayılmasında yeni bir eş ve ortak olan yazılı medyanın, folklorun kaynağı olarak görülüp meşruiyetinin kabul edilme süreci” (Çobanoğlu, 2018, s. 123) olarak da görülen ve bir basamak teşkil eden bu durum –halkbilimi tarihinde birçok tartışmaları beraberinde getirdiği gibi- folklor ve teknoloji ilişkisinde her türlü



icadın (telsiz, telefon, fotokopi, faks, fonograf, gramofon, radyo, teyp, televizyon, internet), (Bronner 2009) kültürün/folklorun kaynağı olabileceğinin, bir kültür biçimi oluşturabileceğinin veya kültürün/folklorun teknolojik araçların temel unsurları olarak kullanılabilmesinin düşünsel temellerinin atılması bağlamında kritik konumunda bulunmuştur.

Yukarıda ifade edilen süreç, disiplinler tarihin yapıtaşlarının teorik düzlemde uyumluca birbiri ardınca dizilmesi şeklinde olmayıp günümüzdeki bir kültür olgusunu ve bunun disiplinler tarihle ilişkisini kavrama noktasında yapılan teorik ve bütüncül çözümlenmelerdir. Bu doğrultuda bilim felsefecisi ve tarihçisi Thomas Khun'un (1995) bilim tarihinde bilimin kesintisiz birikerek ilerleme ilkesinin aksine büyük kopmalara ve kırılmalara uğrayarak devrim niteliğindeki dönüşümlerle geliştiğini ileri süren teorisinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle T. Khun'un *paradigma öncesi evreden olağan bilim dönemine oradan da bilimsel bunalım ve bilimsel devrim sürecine ve tekrar olağan bilim dönemine* sıçrayışlar-geçişler tarihi ve döngüsünün yansımaları şeklinde formüle ettiği düşünceleri çerçevesinde folklor tarihinde de benzer döngülerin bazı devirlerde yaşandığı söylenebilir.

Diğer taraftan folklorun –daha önce değinildiği gibi- sözlü oluşum/aktarım/yayımlı şekillerinin yazılı olarak da hatta ilerleyen yüzyıllarda medya aracılığı ile gerçekleştirilebileceğinin tespiti ve kabulü, ilgili sürecin internet folkloru paradigmalarına dönüşümünde teorik bir temele karşılık geldiğini de göstermektedir. Başka bir deyişle folklorun teknoloji ile ilişkisini tarihsel düzlemde ortaya çıkaran her gelişme, bu düşünsel zincirin halkaları niteliğinde konumlanmaktadır.

Dünya folklor tarihinin gelişimi içerisindeki faaliyetlere geriye dönük olarak bakıldığında ossiancılık, fakelore, folklorismus, icat edilmiş gelenek(ler), uygulamalı halkbilimi gibi temel tartışmaların odağında folklorun bir disiplin olarak kimi zaman –varlığının ve geleceğinin- sorgulanmasının sebepleri arasında folklorun çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılabilirliği ve çağın bağlamsal şartlarına göre kimlik kazanması yatmaktadır. Bu doğrultuda folklorun çok yönlü gelişim çizgisi içerisinde halk tanımları, köy-kent algısı, alan araştırması kavramı gibi temel bileşenlerin değişip dönüşmesinde de iç ve dış faktörlerin bütüncül etkileri söz konusudur. Başka bir ifadeyle folklorun bir bilim dalı olarak ortaya çıkışı ve uygulama şekilleri tarihi, coğrafi, siyasi ve ekonomik sebeplere dayandığı

kadar gelişim itibariyle teknolojiyle kol kola yürüdüğünü de açığa çıkarmaktadır. (Alpyıldız, 2020, s. 208).

Yine bu düzlemde folklorun yok olduğu savı<sup>16</sup> (veya folklorun çeşitli koşullar altında varlığının tehlikeye girdiği düşüncesi), zaman zaman çıkan folklor krizleri, disiplinin adının tartışmaya açılması (folklor-folklife<sup>17</sup>, gelenek bilimi vb.) gibi olguların çeşitli zeminlerde sebepleri olmasının yanı sıra özellikle teknolojinin insan yaşamına katılımının artmasına paralel olarak yaygınlık kazandığı da söylenebilir. Başka bir deyişle disiplinin tarihsel süreci içerisinde çoğu tartışmanın bir ayağını/köşesini (veya bir şekilde bütünü) teknolojinin halk kültürüne katılması ve halk kültürünün teknoloji düzleminde ifade edilmesi/varlık alanı bulması teşkil etmektedir. Bu açıdan Richard Dorson'un "aslında şahıslar veya kurumsal çıkarlar tarafından icat edilen ve daha sonra kitle iletişim araçları tarafından yayılan görünürdeki folklorun popüler biçimleri için *fakelore* terimini türeterek bir özgünlük duygusuna başvurması" (Howard, 2008, s. 200); 1972'de "birkaç yıl içinde artık folklor olmayacağından ve hiçbir halkbilimciye ihtiyaç olmayacağından" yakınması<sup>18</sup>, Amerika'da popülerleştirmenin, ticarileştirmenin ve kitle iletişim araçlarının kültürü yuttuğu endişesi (Bronner, 1998, s. 370); Richard Bauman ve Charles L. Briggs'e (2003, s. 306) göre "geleneğin, üç yüzyıldan fazla bir süredir ölmenin eşliğinde olduğunun bildirilmesi"; "folklorun ölüm ilanlarının yayınlanması" (Dorson, 2005) ve "ölüm çanlarının çalınması" (Kirshenblatt-Gimblett, 1998a, s. 281) gibi

<sup>16</sup> T. Blank'a göre (2009, s. 1) folklor öz-bilinçli bir disiplindir ve folklor biliminin geleceği hakkındaki spekülasyonlar -folklorun akademik çalışması- en iyi ihtimalle kötümserdir. Diğer taraftan T. W. Adorno-M. Horkheimer, J. Habermas, H. Marcuse gibi kültür eleştirmenleri ise kitle iletişim araçlarının genellikle topluluklar yerine kurumların çıkarlarına hizmet ettiği eleştirisinde bulunmuşlardır. (Howard, 2008, s. 200).

<sup>17</sup> Dorson'un (1972, s. 2) aktardığına göre halk yaşamı (folklife) araştırmalarının destekçileri, halkbilimcilerin sözlü biçimlerle çok dar bir şekilde meşgul olduklarını, halk zanaatkarlarının somut ürünlerini ihmal ettiklerini ve halk hayatının sözlü folklor dahil geleneksel kültürün tüm panoramasını kucakladığını iddia etmişlerdir. Buna karşılık folklor savunucuları, terimlerinin geleneksel sanatları ve zanaatları da içerdiğini şiddetle savunmuşlardır.

<sup>18</sup> "...Yirminci yüzyılın derinliklerinde kentsel, teknolojik, seri üretim ve kitlesel tüketim kültürü ile kırsal-köylü halk kültürü arasındaki savaş devam ediyor. Her zaman çığlık, geleneğin çiçeklerinin endüstriyel uygarlığın buharlı silindiri tarafından amansızca ezilmesidir" (Dorson, 1972, s. 41).

B. Kirshenblatt-Gimblett'a (1998a, s. 302) göre Dorson, meseleye başka yere bakarak yanıt vermiş ve (daha sonra) "medyada folklor ve şehirde bir halk bulmuştur". Buna paralel olarak B. Kirshenblatt-Gimblett, Dorson'un ilk olarak folklorun televizyondaki varlığını belirleyen folklor çalışmalarına işaret ettiğini; ikinci olarak kentsel yerleşim bölgelerinde folklor çalışmalarını -özellikle de folklor ve kitle iletişim araçları üzerinde çalışan Linda Degh'in Doğu Chicago'daki Macarlar hakkındaki çalışmasını- övdüğünü; son olarak Hermann Bausinger'den alıntı yaptığını belirtmiştir. Kirshenblatt-Gimblett (1998a, s. 306-307) Bausinger gibi Dorson'un da folklorun kitle kültürüyle ilişkisini yeniden ifade ederek, -ancak Dorson'un bu ilişkiyi nasıl tanımladığına dair önemli farklılıklar olsa da- bir folklor kavramını çağdaş bir özne olarak formüle etmeye çalıştıklarını ifade etmiştir.

savunmacı ve karamsar yaklaşımların/çıkarımların bu alanda çalışma yapan diğer kişiler tarafından eleştirildiği ve aksinin iddia edildiği görülmektedir.

Hermann Bausinger “*Volkskultur in der technischen Welt*” (1961) adlı çalışmasında “*sanayileşmenin zorunlu olarak belirli bir halk kültürünün sonunu ima ettiğine artık inanmıyoruz; bunun yerine, sanayileşmiş ve kentleşmiş dünyada halk kültürünün geçirdiği değişikliklerin ve mutasyonların izini sürmeye çalışıyoruz*” şeklinde fikrini belirtmiş ve “romantik antika arayışından vazgeçerek ve modern yaşam fenomenini benimsemiştir” (Dorson, 1972, s. 43). Kirshenblatt-Gimblett’in (1998a, s. 306-307) dikkat çektiği üzere Amerikalı halkbilimcilerin, o dönemde Bausinger’in konuyla ilgili çalışmasından bildikleri tek şey, Dorson’ın alıntı yaptığı makaledir. (Dorson 1968’de bu çalışmanın Journal of the Folklore Institute’da tercüme edilmesini ve yayımlanmasını sağlamıştır). Anlaşıldığı kadarıyla Alman halkbilimci Hermann Bausinger’in çalışmasında ileri sürdüğü fikirler hem dönemin tartışmalarının hem de Amerikalı halkbilimcilerin folkloru ve disiplinin genel sorunlarını ele alış yöntemlerinin çok ilerisindedir. Dorson’a göre (1972, s. 43) “bu yeni halkbilimci türü, yöntemleri ve amaçları bakımından sosyologdan farklıdır ve turizmin, gönüllü derneklerin, küçük ölçekli sanat ve zanaat üreticilerinin, kentsel halk şarkısı canlanmasının, popüler tiyatrunun, kitle edebiyatının ve tatil âdetlerinin toplumsal etkilerini araştıracaktır”.

“Avrupa’da Herman Bausinger ve takipçilerinin 1960’ların başından beri şehri ve modernleşmeyi, turizm, kültürleşme ve değişip dönüşmeleri halkbilimi çalışmalarına katışları” (Çobanoğlu, 2018, s. 122); R. Dorson’un (1970) “*Is There a Folk in the City (Şehirde Halk Var mı?)*” başlığı/olgusu/sorunu etrafında şehirde bir halk varlığı olduğunu itiraf etmesi<sup>19</sup> ve kent merkezli araştırmaların olması gerektiğini vurgulaması; Macar halkbilimci Linda Degh’in Macar çelik işçileri ve onların aileleri ile Doğu Chicago’daki saha çalışması (Dorson, 1972, s. 43) ve bunları takiben Alan Dundes’in “*Who Are The Folk*” (1977) adlı çalışmasındaki çığır açan halk tanımı halkbilimi tarihinde yeni paradigmalara oluşmaya başladığının göstergeleridir. Ö. Çobanoğlu’na göre (2018, s. 122) “bu aşamadan sonra halkbilimi çalışmaları, toplumun sadece kırsalda yaşayan bir

<sup>19</sup> “Şehirde bir halk var mı? orijinal sorusunun yanıtı açıkça evet olmalı. Belki de Gary, East Chicago’da bir şehir halkı haline gelen birçok insan grubunun olduğunu söylemek en iyisidir. Ancak şehir halkı, geçmişin taşra halkından farklıdır ve onların yollarını araştıran halkbilimci, kendi geleneksel halk kavramlarını ve onların bilgisini derinlemesine gözden geçirmelidir. Yine de şehir onun kültürleşmesi için gerçekten uygun bir alandır” (Dorson, 1970, s. 215-216).

kesimini değil tamamını ele alan bir sosyal hatta davranışsal bilimsel disipline dönüşmesi sürecini hızla tamamlamıştır”.

Halkbiliminin yeni paradigmalara kazanmasındaki temel şartların ve olguların başında gelen sanayileşme ve kentleşmenin, halk kültürü üzerindeki olumsuz etkilerinin belirtilmesine ve bu doğrultudaki savunmacı yaklaşımlara karşılık geleneğin başka bir evrede/düzlemde dönüşerek devam ettiği düşüncesi disipline yeni kimlikler kazandırmıştır. Sanayileşme ve kentleşme olgusu etrafında ortaya çıkan kültür sorunlarının ve yeni kabullerin bir ayağını yine teknoloji oluşturmuştur. Çünkü sanayileşen şehirler, teknolojinin ve bu temelde kitle iletişim araçlarının yoğun ve öncelikli kullanıldığı bölgelerdir. Kentte halk varlığının kabulü<sup>20</sup> aynı zamanda -kent merkezli yaygınlaşan ve kullanılan- kitle iletişim araçlarında da (radyo, televizyon, vb.) bir halk kültürü olduğunun kabulünü gerektirmektedir. Kentte halkın varlığını kabul edip, sanayileşmeyi ve teknolojiyi göz ardı etmek veya dışlamak teorik zeminde çatlaklar oluşturacaktır. Başka bir deyişle bu dönemdeki kent merkezli çalışmalar ile kitle iletişim araçlı (medya temelli) çalışmalar bir bütün haline gelmiştir. Söz konusu çalışmalarda fabrika işçileri arasında anlatılan efsaneler ve yapılan şakalar; ofis çalışanlarının faks ve fotokopi makinesiyle kurguladıkları mizah, ev hanımların telefon ile dedikodularına devam etmesi gibi örnekler sanayileşen kentlerde teknolojik araçlarla kültürün dönüştürüldüğünün ve yaşatıldığının göstergeleri olmuştur.

Bu doğrultuda kitle kültürünün halk kültürünü kullandığını belirten Kirshenblatt-Gimblett (1998a, 307) “halk kültürünün teknoloji dünyasında değişmesine karşılık sözlü gelenekleri yerinden etme tehdidinde bulunan teknolojilerin aynı zamanda onları korumanın araçları olduğunun” (Blank, 2009, s. 12) altını çizmiş; halkbiliminin teknoloji ve özellikle iletişim teknolojileri tarafından yapılan ve tanımlanan bir disiplin olduğunu ileri sürmüştür. (Kirshenblatt-Gimblett, 1998a, s. 309). “Yaşanılan çağdaki iletişim patlamasına rağmen bazı halkbilimcilerin internet gibi kitle iletişim araçlarının -onu medya aygıtını harekete geçiren kurum gündemiyle kirleterek- folklorun bütünlüğünü

<sup>20</sup> R. Frank’a (2011, s. 7-8) göre okuryazarlık, içeriye ve dışarıya göç, saf gelenek akışını dış kültürel etkilerle bulanıklaştırmış; “halkbilimciler -kaçınılmaz olarak- işçilerin çiftlikten fabrikaya doğru ve eski dünyadan yeniye kitlesel göçünü hesaba katmak zorunda kalmışlardır. Bu durum aynı zamanda bu topraklarda nesiller boyu çalışmış bir köylü nüfusundan yoksun olan Amerika Birleşik Devletleri’nde özellikle hoş bir değişikliktir. Buna göre, Amerikan halkbilimcileri, katıksız haliyle geleneği incelemek için en iyi laboratuvarlar olduğu düşünülen izole edilmiş meslek grupları olan kovboyların, madencilerin, ağaç kesicilerin ve tüccar denizcilerin geleneklerine yönelmiştir.

tehlikeye atması konusunda temkinli davranmalarına karşılık” (Gillis, 2011, s. 148) Linda Degh gibi halkbilimciler ise medyanın, ortak çıkar gruplarını fiziksel yakınlık olmadan birleştirdiğini ve onlara tereddüt etmeden -neredeyse aynı anda- uygun bilgi ve doğru folklor sağladıklarını vurgulamışlardır. Degh’e göre (1994, s. 23-24) “kitle iletişim araçlarının müdahalesi, yalnızca folklor sürecini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda sayısal bir büyümeye ve aslında daha önce hiç görülmemiş bir folklor enflasyonuna katkıda bulunur”. Bununla beraber Linda Degh (1994, s. 10) yazılı veya işitsel/görsel medya aracılığıyla yayılanın folklor olarak kaldığını belirtmiş; geleneksel söylemin televizyon ve gazetelerin etkisiyle kirletildiği ve yok edildiği fikrine şiddetle karşı çıkmıştır. B. Ellis’e göre (2012, s. 172) Linda Degh, “üstün yetenekli anlatıcıların her zaman sözlü ve basılı kaynaklardan gelen materyalleri birleştirdiğine işaret ederek folklorun gerektiği gibi okuma yazma bilmeyen kültürlerin alanı olduğu fikrinin yanlış ve dar görüşlü olduğunu göstermiş; basılı şekilde ve televizyonda yayınlandığında bile folklor olarak kalan türlerin olduğunu öne sürerek Ben-Amos’un (1971) çığır açan folklor tanımının ötesine geçmiştir”.

Sonuç olarak Degh (1994, s. 25) “modern folklorcuların, kitle iletişim araçlarının folklor aktarımında rol oynadığını kabul etmeleri yeterli değildir. Medyanın folklorun bir parçası haline geldiğini kabul etmek gerçeğe daha yakındır” şeklinde net bir görüşü dile getirmiştir. Diğer taraftan Dorson’dan sonraki birçok folklorcu, kitle iletişim araçlarının daha otantik geleneklerden daha homojen ve daha geniş bir alana yayılmış yeni folklor biçimleri yarattığını savunmuşlardır. (Howard, 2008, s. 200). [T. Burns *Folklore “In the Mass Media: Television (1969)”*; William M. Clements *“The Rhetoric of the Radio Ministry” (1974)*; P. Denby *“Folklore in the Mass Media” (1971)*; A. Dundes, *“Advertising and Folklore (1963)”*; A. Grreen, *“Only a Miner: Studies in Recorded Coal Mining Songs” (1972)*; Tom E. Sullenberger *“Ajax Meets the Jolly Green Giant: Some Observations on the Use of Folklore and Myth in American Mass Marketing” (1974)*].

Halkbilimi tarihi içerisinde disiplinin teknoloji ile ilişkisinin irdelendiği görüşlerin bir başka yansıma alanı ise bilgisayar ve internet teknolojisi düzleminde gerçekleşmiştir. Disiplinin tarihi penceresinde bu noktada vurgulanması gereken husus ise internet teknolojisinden önce bilgisayar cihazının nasıl kullanılacağına ilişkin meseledir. Başka

bir deyişle önce maddenin kendisi/bütünü daha sonra ise –bu teknolojiye bağlı olarak geliştirilen- parçaları/uzantıları inceleme altına alınmıştır.<sup>21</sup>

Bilgisayar-internet teknolojisi ve halkbilimi ilişkisi tarihini sorgulayan araştırmaların ortaya çıkardığı iki cephe vardır. Birincisi, *halkbilimi disiplinine mensup akademisyenlerin neden bu kadar uzun süre bu alana ilişkin sessiz kaldıkları ve çalışmalar gerçekleştirmedikleri*; ikincisi ise *bilgisayar cihazının akademik çalışmalarda kullanımına ilişkin nasıl bir yaklaşım/yöntem izlendiğidir*. Birinci faktörün teorik ve eleştirel zemini, ikinci faktörün ise teorinin pratik boyutunu yansıtmamasından hareketle tarihsel çözümleme noktasında ilgili çalışmalardan şöyle bir bütün oluşturulabilir:

Sosyolog William S. Fox'un dijital folklorun en eski incelemelerinden olan ve 1983'te yayınladığı "*Computerized Creation and Diffusion of Folkloric Materials*" adlı çalışması 1990'larda internetin popüleritesindeki patlamadan çok önce kaleme alınması ve dijital folklorun sorunlu görünen bazı temel özelliklerini açıklamasıyla dikkat çekmiştir. (Buccitelli, 2012, s. 61-62). William S. Fox'a göre (1987, s. 5) halkbilimciler, bu tür (bilgisayar) materyallerin ortaya çıkardığı sorunları ele almak bir yana, *bilgisayar bilgisini (computer-lore)* yani eserleri toplama ve analiz etmede korkutucu derecede yavaş davranmışlardır. Bu konuda eleştirel bir çözümleme yapan Fox, "halkbilimcilerin, diğer entelektüeller ve akademisyenler kadar kendi yaşamlarının içine gömülü olduğu en önemli sosyal değişimleri ihmal etme eğiliminde olabildiklerini; belki de buradaki halkbilimcilere başka bağlamlarda çok iyi hizmet eden bu hümanist güçlerin dikkatlerini yeni teknolojilerden başka yöne çevirmede talihsiz bir eğilime sahip bulunabileceklerini" dile getirmiştir. Başka bir deyişle bu konuyu sıradan/olağan, bir de kötümser/iğneleyici olmak üzere iki aşamaya ayıran Fox'un halkbilimcilerin dünyadaki her disiplin ve akademisyenler gibi sıradan mesleki insan zaafları (öngörüsüzlük, peşin kabuller, dar kalıplar, kendini tekrarlar vb.) neticesinde ortaya çıkan gelişmeleri birinci cepheye; -üstü kapalı vurguyla- bilim dalı üzerinde dünya çapında otorite olmuş ve örnek alınan isimlerin teknolojiden ayrı istikamete yönelişlerini (teknolojinin, çalıştıkları alanların dışında kalışını ve geliştirdikleri kuramların bu alanı kapsamayıp) ikinci cepheye yerleştirmiştir. Yani birinci düzeyde *herkes kadar eksiklik* varken; ikinci düzeyde ise *yol gösterici zaafi veya farklı yön tayini* belirleyici olmuştur.

<sup>21</sup> Doğal olarak bu süreç internette bir folklor olduğunun kabulüne evrilmiştir.

Bu bağlamda halkbilimcilerin internetin etkisini sistematik olarak incelemelerinin neden bu kadar uzun sürdüğü sorusuna yanıtlar arayan (ve bu alanda çalışan önemli bir kişi olan) Trevor J. Blank (2009, s. 4) ise “gelişmekte olan teknolojide folklor kullanımını araştırmadaki bu motivasyon eksikliğinin, internet ve bilgisayar biliminin ortaya çıkmasından önce *folklor stajyerlerine (!)* bahsedilen ideolojiler içinde yatabileceğini” vurgulamıştır. Buna göre Richard Dorson’un “fakelore”nun yayılmasına ilişkin korkularının, teknolojik temelli folklorun doğrulanamazlığını hem yeni hem de eski folklorcular arasında şüpheli bir konu haline getirdiğini; belki de halkbilimcilerin yok olan kültürler ve geleneklerin veya eski zamanların -Henry Glassie’nin lisansüstü derslerinde dediği gibi- çalışmasına olan kayırmacılığında yattığını ileri sürmüştür. Bununla beraber T. J. Blank, Dan-Ben Amos’un 1971’de çığır açan “*Toward a Definition of Folklore in Context*” adlı çalışmasındaki “folklor iletişiminin insanların yüz yüze geldiği ve birbirleriyle doğrudan ilişki kurduğu bir durumda gerçekleştiğini vurgulamakla birlikte, folklorun iletişim olayının anında meydana gelen sanatsal eylem olduğunu beyan ettiği düşüncelerin internet alanına taşındığında kafa karıştırıcı olduğunu dile getirmiştir.<sup>22</sup> Başka bir deyişle Blank, “yüz yüze temas kriterinin folklor performansı çalışmasına nüfuz etme derecesinin halkbilimcilerin dijital folklor çalışma konusundaki isteksizliğinde büyük ölçüde pay sahibi olduğunu” belirtmiştir. (Buccitelli, 2012, s. 61). Blank’a göre (2009, s. 5) bunlar, “halkbilimcilerin interneti, araştırma alanı olarak ihmal etmelerinin olası nedenlerinden yalnızca birkaçıdır”.

Diğer taraftan halkbilimcilerin internet üzerindeki çalışmalarının neden eksik olduğu sorusunu irdeleyen başka bir isim olan Bill Ellis (2012) bu tereddütlerin bir kısmının, anlaşılır bir şekilde, bilgisayar aracılı mesajlaşmanın yaygın kullanımından önce geliştirilen teorik konumlara güvenmekten kaynaklandığını” belirtmiştir. B. Ellis (2012, s. 166-167) A. Dundes’in “halk gruplarının, bazı ortak faktörleri paylaşan ve topluluklarına bireysel kimlik veren gelenekleri geliştirdikleri sürece herhangi bir insan

---

<sup>22</sup> Bilimsel çalışmalarda tarihsel olay ve olguları kendi dönemi şartları içerisinde değerlendirme ilkesinden hareketle Dan-Ben Amos’un söz konusu çalışmasının folklorun geçmişin nesneleri yerine günümüzün canlı ve insanlar arasında gerçekleştirilen sanatsal iletişimsel bir süreç olduğunu vurgulaması bağlamında ele alındığını göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Başka bir deyişle 1970’li yılların folklor paradigmaları çerçevesinde ileri sürülen çığır açıcı yaklaşımlarının çoğunun, dönemin bakış açılarını yansıttığını dikkate almamızın önemine karşılık; bir teorinin/kuramın veya en basit ifadeyle bir tanımın, sürekli gelişen dünyanın bütün tekno-kültürel şartlarını düşünsel anlamda tamamen karşılayamayacağına da farkına varılması önem arz etmektedir. Bu açıdan geniş ufuklara yelken açan paradigmaları kendi bağlamsal şartlarında anlamak gerekmekte; buna karşılık bu paradigmaları, bilimsel gelişmelere kapalı bir tutuculukla savunmamak önem oluşturmaktadır.

grubu olabileceğini ilan ettiği ve halkın okuma yazma bilmeyen bir kesim olduğu klişesine (stereotype) karşı çıktığı yeni bakış açısına rağmen “folklor teorisinin inatla halk gruplarını, yüz yüze tanışan ve bilgi paylaşan insanların ağları olarak tanımlama eğiliminde” oldukları eleştirisini getirmiştir. Ellis’e göre (2012, s. 166) bu durum “cahil anlamına gelen eski etnosantrik halk stereotipini canlandırmakta ve disiplini, içimizde canlı ve aktif olanlardan ziyade bir kez daha eskimiş toplulukların incelenmesine mahkum etmektedir”. Bununla beraber Ellis (2012, s. 169) teknolojinin folklor için yıkıcı olduğunun varsayılması durumunda istenmeden halk gruplarının tamamen güçlenmiş seçkinlerden önemli ölçüde daha ilkel olduğu eski düşünceye geri döneceğini; çünkü Dundes’in belirttiği gibi eğer folkloristler bu fikri gerçekten kabul ederse o zaman folklorun dünyanın dört bir yanındaki köylüler eğitildikçe ve en son teknolojik araçları kullanmayı öğrendikçe unutulmaya yüz tutacağı ihtimalinin ortaya çıkacağını vurgulamıştır.

Son olarak internet iletişiminin sözlü iletişimden ziyade basılı kitle iletişim araçlarına daha yakın olduğu varsayımının pek çok halkbilimciyi alanı yakından incelemekten caydırdığı (Ellis, 2012, s. 2; Blank, 2009) dile getirilmiştir.

Yukarıda düşüncelerine yer verilen araştırmacıların bilgisayar ve internet teknolojisi alanında halkbilimi disiplinindeki temel kabullerin ve çalışmaların geç kalış nedenleri arasında gösterdikleri temel savlardan birinin halkbiliminin bazı paradigmalarına yapılan sert göndermeler olması dikkat çekmektedir. Başka bir ifadeyle bu konuda eleştirel düşüncelerini yönelten bazı araştırmacılar tarafından bir açıdan performans teorisinin bazı ilkelerinin veya kuramın mensuplarının bazı tanımlarının sorgulandığı görülmekte; bir yandan da bu teorisinin baskın, yenilikçi ve yerleşik kimliğine rağmen disiplin tarihinde aşılamayan fikrîsel tıkanışlara ve dogmatik anlayışlara yol açtığından dem vurulmaktadır. Bu konu genişletilecek olursa yukarıda belirtilen düşüncüleri disiplin tarihinde folklorun canlı doğasına, yaşa(n)makta olan bir süreç olduğuna dikkatleri çekmek için geliştirildiği görülen ve bu doğrultuda folklorun geçmişin ölü metinlerini inceleyen ürün/nesne odaklı anlayışından, yüz yüze (canlı) ve sözlü, sanatsal-teatral bir iletişim ve icra biçimi olarak günümüzün (yaşayan) olgusu/süreci şekline evrilmesinde teorik çatı oluşturan performans kuramının, kendi dönemi içerisindeki yeterliliğine ve tutarlılığına karşılık özellikle dijital çağın kültürel altyapısını ve dışavurum özelliklerini bütünüyle



kapsayamadığının ve ayrıca internet tabanlı ortaya çıkan yeni folklor biçimi için yeni paradigmalara ihtiyaç duyulduğunun eleştirileri şeklinde yorumlayabiliriz.<sup>23</sup>

Halkbilimi tarihinde performans teori ile beraber yakalanan “*ikinci paradigmatik devrim*” (Çobanoğlu, 2018, s. 122) süreci ve bu teorinin bazı temel ilkelerinin (örneğin iletişimin canlı gerçekleşmesi ve izlenebilmesi) bilgisayar ve internet teknolojisine bütünüyle konumlandırılmaması iç ve dış dinamikler açısından çok yönlü çözümlenmesi gereken bir yapıya karşılık gelmektedir.

Birincisi, performans teorisinin ortaya çıktığı veya ileri sürüldüğü tarihi-teorik zemin, koşullar ve amaçlar bilgisayar-internet teknolojisinin halk kültürüne yansımalarının çözümlenmesi adına veya halk kültürünün bilgisayar-internet teknolojisi alanına taşınması ve buradaki temsili açısından oluşturulmamıştır. Bununla birlikte herhangi bir kuramın son derece karmaşık insan davranışlarının yanı sıra sürekli gelişen ve güncellenen teknolojinin bütün çıktılarını kapsayamayacağı temel bir gerçektir. Diğer taraftan bu olgular, performans teorisinin eleştirilmezliği şeklinde bir yoruma kapı aralamamalı ve araştırmacıların kuramın eksik kalan yönlerinin bilincinde olunması gerektiğini gizlememelidir.

Halkbilimi tarihinde bilgisayar ve internet teknolojisi üzerindeki genel gecikmenin bir yönü -Thomas Khun’un teorisi çerçevesinde düşünüldüğünde- bilimsel devrim olarak başlayan sürecin olağan bilim dönemi şeklinde hakimiyetini sürdürülmesi diyalektiğinde aranabilir. Eski paradigmaları yıkıp yeni bir devir açan baskın yeni paradigmanın etrafında kümelenilmesi, olağan bilim evresinin temel niteliği olarak görülmüştür. Bu doğrultuda “ortak bir paradigma üzerinde kurulu olma, bir araştırma geleneğinin doğması ve süregitmesi, paradigmalara olan bağlılık, yeniliklere yönelik bir uğraş olmama, farklı gelebilecek yenilikleri bastırma eğilimleri ve çabaları (Khun, 1995, s. 82, 148) gibi olağan bilim döneminin temel nitelikleri ve bu doğrultuda araştırmacıların bazen dogmatik bazen de savunmacı yaklaşımları, ilgili olgunun nedenleri arasında gösterilebilir. Bununla beraber olağan bilim döneminde bilimsel çerçevenin çizgilerinin belirliliği ve bilimsel

---

<sup>23</sup> Örneğin Elliott Oring’e (2012, s. 100) göre “küçük gruplar halinde sanatsal iletişimin bir internet bağlamına taşınması, küçük bir grubu neyin oluşturduğu ve web tabanlı etkileşimin doğasının nasıl değerlendirileceği sorusunu gündeme getirmektedir. Schmitt’e göre (2013, s. 102-103) ise geleneği çevrimiçi olarak ve kitle iletişim araçlarıyla savunmak, küçük topluluklarda geleneği yüz yüze savunmaktan temelde farklıdır. Ortaya çıkan teknolojiler farklı geçmişlere sahip insanları etkileşime girmeye teşvik ederken geleneği savunmak bir tür retorik kumar olarak işlev görür.

gündemin de (aynı şekilde çalışmaların da) söz konusu paradigmalara yoğrulması belirttiğimiz nedenlerin diğer cephelelerini oluşturmaktadır.

Russell Frank'a göre (2011, s. 13) internet folklorunun (netlore) ortaya çıkışı, folklor çalışmaları tarihinde garip bir zamana denk gelmiştir. 1960'lardan başlayarak ve 1972'de Amerikan Folkloru Dergisi'nin özel bir sayısı ile sonuçlanan folklor araştırması için baskın paradigma, folklorik metinleri toplama ve karşılaştırmaktan, bu metinlerin belirli sosyal durumlarda ne zaman, nasıl ve neden ortaya çıktığını gözlemlemeye ve açıklamaya kaymıştır. Buna göre metin bağlamdan ayrılmazdı; folklorun günlük yaşamdaki işlevi hakkında fikir sahibi olabilmek için folkloru araştırmak *izlemek* demektir. Araştırma yöntemlerindeki değişim, halkın birbirleriyle etkileşimleri çoğunlukla yüz yüze olan küçük toplulukların üyeleri olarak uzun süredir devam eden kavramsallaştırmalarıyla tamamen tutarlıydı. Ama *netlore* öğrencisiyseniz veya araştırmacısıysanız ne yaparsınız?

Başka bir deyişle, bilgisayar ve internet teknolojisinin geliştiği yılların, -yaklaşık olarak- performans teorisinin oluşmaya/gelişmeye ve Amerika başta olmak üzere dönemin halkbilimi çalışmalarına egemen olmaya başladığı bir evreye denk gelmesi; Performans Teorisinin, folklorun günümüzde yaşayan yüz yüze (sözlü-canlı) iletişim temelli artistik icra anlayışının -Frank'ın ifadesiyle dönemin baskın paradigmasının- geniş kabulü, uygulama alanı buluşu ve araştırmacıların tek pencereden bakma eğilimleri halkbilimi ve internet teknolojisi ilişkisi temelinde gerçekleştirilecek çalışmaları geciktirmiştir. Burada şu gerçek de vurgulanmalı ki bilgisayar ve internet teknolojisi Amerika'da her ne kadar 1960-1970'li yıllarda gelişmeye başladıysa da çok sonraki yıllarda bu alanda geniş katılımların olması ve kullanıcıların varlığının genişlemesi; çoğu ülkenin yine ilerleyen yıllarda bu teknolojiye sahip olmaları, kullanım şekilleri ve içeriklerinin yaygınlaşması gibi faktörler de bu noktada belirleyici olmuştur. Bu bağlamda bu olgunun keşfinin, akış hızının ve yönünün saptanması sadece birtakım paradigmalarının hükümranlığına bağlanmamalıdır. Suların çekilmesi kadar nehrin taşmasının da fark edilebilirlik üzerinde etkili olduğunu dikkatlerden kaçırmamalıdır.

İnternet ve folklor konusunda öncü bir çalışmanın sahibi olan John Dorst (1990, s. 181) folklor çalışmalarının disiplinler pratiğinin, bu tarihsel koşulların tam olarak tanınmasını engellemek için sistematik olarak işlediğini belirtmiş; elektronik olarak iletişim kuranların dağınık olsa da halkbilimcilerin tipik olarak ilgilendikleri doğrudan,

sınırlandırılmamış, resmi olmayan alışverişlerin özelliklerini sergileyen topluluklar oluşturduklarında ısrar etmiştir. Bununla beraber “yeni bir sosyal düzenin son derece karmaşık ağları ve aygıtları içinde gerçekleşen bir performans türünün” olduğunu dile getiren Dorst, bu zeminin ve görüş alışverişlerinin geleneksel performans analizi ve konuşma etnografyası yöntemlerine hemen elverişli olmadığını da vurgulamıştır. (1990, s. 183-184). Benzer şekilde, Bill Ellis (2002) de “sanal toplulukların varlığının folklorun küçük, yerleştirilmiş grupların malı olduğu varsayımımıza meydan okuduğunu ve “bağlamsal bilgi toplamanın zorluğunu kabul ettiğini” yazmıştır. Buccitelli’ye göre ise (2012, s. 64) “standart performans teorilerinin dijital teknolojilerin sunduğu yeni sosyal alanlara ve şiirsel olasılıklara uygulanmasındaki zorlukları kabul eden halkbilimciler, dijital ve gerçek performanslar arasındaki hem belirgin benzerlikleri hem de büyük farklılıkları hesaba katacak şekilde performans lenslerini ayarlamalıdır”.

Bu düzlemde bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de ele alınacağı gibi internet folklorunun gerek kavramsal çatısının oluşturulmasında gerekse “halk/grup/topluluk, performans/icra/dışavurum ve alan araştırması” gibi terimlerin açıklanışında –daha doğrusu dijital çağa uyarlanışında- Alan Dundes, Roger Abrahams, Dan-Ben Amos, Richard Bauman, Delly Hymas ve Kenneth Goldstein gibi halkbilimcilerin geliştirdikleri fikirlerden hareketle bir model oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Başka bir deyişle internet folkloru çalışan çoğu halkbilimcinin –yukarıda da işaret edildiği üzere- eleştirel bir perspektifle altını çizmeye ve uygulamaya çalıştıkları husus halkbilimi disiplininin bütünlüğü içerisinde çözümlenmeler yapmaları; bunun da ötesinde halkbilimi tarihinde manifesto niteliğindeki tanımları/çalışmaları kendi bütünlüğü içerisinde değerlendirerek bunların önemini gözetmeleri, dar kalıplara sıkışmamaları ve yeni yorumlar geliştirmeleridir. Bu girişimler “paradigma öncülüğünde yapılan çalışmanın aynı zamanda yeni paradigma yaratmanın en etkili yolu olduğu” (Kuhn, 1995, s. 86) fikrini de gözler önüne sermektedir.

Bilgisayar-internet teknolojisi ve halkbilimi ilişkisi bağlamında belirlediğimiz ikinci madde ve süreç bağlamında şunlar söylenilebilir:

Bilgisayar aygıtının akademik çalışmalarda nasıl kullanılacağına ilişkin ikincil cephedeki hususta dikkat çeken nokta –yeni gelişmekte olan- internet teknolojilerinden ziyade bilgisayarın elektronik bir cihaz olarak teknik özelliklerinin (kaydetme/arşivleme,

hesaplama, görüntüleme, seslendirme vb.) masaüstüne konulmasıdır. William S. Fox'un (1983, 5-6) ifadesine göre "halkbilimciler bilgisayarları ele aldıklarında, genellikle bilgisayarların gerçek folklor süreçlerine nasıl dahil olduklarından ziyade profesyonel folklorcular olarak bilgisayarların kendileri için neler yapabileceğini sormuşlardır". Başka bir deyişle halkbilimciler tarafından (belki de çoğu disiplinin akademisyenleri için de geçerli olarak) bilgisayarın icadı ve kullanımında ilk olarak kültürü oluşturan/biçimlendiren boyutu değil teknik tarafları dikkatleri çekmiştir. Yani önce aygıt oluşmuş, kullanılmış, katılım artmış, sınırları/sınırsızlıkları keşfedilmiş ve kültür, ardından gelmiştir. Bilgisayar kullanıma ilk sunulduğunda o günkü koşullar ve kullanım çerçevesine de (amacına da) bağlı olarak bir tür evrimleşmiş hesap makinesi/kayıt cihazı/grafik tasarım ve üst düzey oyun aracı gibi düşünülmüştür.<sup>24</sup>

Araştırmalarımız sonucu bilgisayar cihazının halkbilimi çalışmalarında (özellikle *masal* alanında) nasıl yararlanılacağına ilişkin model sunan veya bu konuyu inceleyen iki öncü çalışmadan bahsedebiliriz. Benjamin N. Colby, George A. Collier ve Susan K. Postal'ın "*Comparison of Themes in Folktales by the General Inquirer System*" (1963) adlı çalışmaları ile bu çalışmayı eleştirip farklı noktalara dikkat çeken Alan Dundes'in "*On Computers and Folktales*" (1965) adlı makalesi bu konuda öne çıkmaktadır.

Benjamin N. Colby (ve diğerleri) çalışmalarında dünya üzerindeki masalların incelenmesinde, karşılaştırılmasında, bir literatürün oluşturulmasında tematik sınıflandırma ve semantik yapıların esasına dayalı olarak sayısal veriler oluşturma konusunda bilgisayar cihazından nasıl yararlanılacağını ele almışlardır. Başka bir ifadeyle bilgisayar aracılığıyla ayrıntılı bir kodlama ve sayma tekniği kullanarak halk masallarındaki temaları karşılaştırmaya ilişkin bir model sunan bu makalede, bilgisayar yardımıyla kültürel örüntülerin ortaya çıkarılabileceği gösterilmeye; hangi ülkenin hangi tema etrafında sözlü anlatılarını şekillendiği ve bu temaların onlar için ne anlam ifade ettiğinin kataloglandırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Bu çalışma masalların incelenişinde bilgisayar aracılı metin merkezli bir uygulama modeli sunmuştur.

Diğer taraftan Alan Dundes'in "*On Computers and Folk Tales*" (1965) adlı çalışması, bilgisayar analizinin folklor çalışmalarına uygulanması için geliştirilen ilk

<sup>24</sup> Simon J. Bronner'e göre (2009, s. 26) folklor, internet ve elektronik posta sahneye çıkmadan önce 1960'ların neolitik evresi olarak nitelendirilebilecek bilgisayarla hesaplamanın başlangıcından beri mevcuttur.

değerlendirmelerinden biri olmuştur. Bu çalışmada A. Dundes Colby, Collier ve Postal (1963) tarafından yapılan önerileri oldukça eleştirse de bu erken noktadan itibaren hesaplama teknolojisinin folklor çalışmalarına uygulamasında büyük bir potansiyel görmüştür. (Buccitelli, 2014, s. 236). Alan Dundes (1965, s. 187) kendi çalışmasında Colby ve diğerlerinin çalışmalarında ele alınan uygulamaya ilişkin “*analiz edilenin folklor değil dil olduğu anlaşılıyor*” şeklindeki eleştirisinin ardından semantik bir analizin yanlış olduğunu; yerli kültürün temalarını göstermeyi amaçlayan bu tür masalların anlamsal (semantik) analizinin, kelime hesaplaması ve çeviriler açısından yanıltıcı olabileceğini vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle Dundes aslında bilgisayar cihazının folklor çalışmalarında kullanılabileceğine ilişkin olumlu düşüncesine ve bu konudaki teorik ve pratik zorluğu baştan kabul etmesine karşılık bu doğrultuda gerçekleştirilen bir çalışmadaki uygulama şeklini eleştirmiş; “daha ileri düzey çalışmaların yapılmasını ümit etmiştir” (1965, s. 185).

Anthony B. Buccitelli’ye (2014, s. 236) göre bu çalışmalar, teknolojinin folklorun yeniden üretimi ve aktarımında oynayabileceği rolü inceledikleri için değil, teknolojik olarak aracılık edilen folklor çalışmalarının çoğunun merkezi haline gelen retorik bir çerçeve geliştirdikleri; aynı zamanda folklor ve dijital teknoloji çalışmalarının 1990’ların ortalarında ciddi bir şekilde ortaya çıkışı için çok önemlidir.<sup>25</sup> Bu noktada vurgulanması gereken husus A. Dundes’in daha eski çalışmasında bile (*Advertising and Folklore, 1963*) folkloru sadece medya ve teknolojiyle barışçıl bir yumuşamayı (detant) içerdiği için değil, aynı zamanda medya tarafından aktif olarak aktarılan ve sıklıkla teknolojik kültür tarafından üretilen bir şey olarak tasarlamasıdır. (Buccitelli, 2014, s. 239). Örneğin, *Reklamcılık ve Folklor* (1963) başlıklı makalesinde Dundes şunları savunmuştur:

Modern kitle iletişim araçlarının Amerikan folkloru üzerinde muazzam bir etkisi oldu. Halk masalları ve türküler tek bir okuma sonucunda tüm ülkeye yayılabilir, özellikle de sözlü anlatım ülke çapında bir televizyon programının parçasıysa. Zamanla bu, daha büyük insan aktarma zincirlerinin neden olabileceği bireysel çeşitlilik miktarını ve aynı zamanda bölgesel farklılıkları önemli ölçüde azaltarak Amerikan folklorunu ülkenin her yerinde daha tekdüze hale getirme eğiliminde olabilir. Bununla birlikte çağdaş kitle iletişim araçlarının önemi, sadece bazı geleneksel materyallerin daha büyük ve daha hızlı yayılmasında yatıyor. Kitle

<sup>25</sup> Buccitelli (2014, s. 237-238) Dundes’in bu alandaki katkılarının sadece teknoloji ve folklor çalışmaları için bir çerçeve geliştirmeye yönelik olmadığını; zaten Dundes tarafından yapılan yeniliklerin dijital ortamda folklor çalışmasını şekillendiren tek çalışma olarak görülemeyeceğini belirtmiştir. Yine Buccitelli’ye göre Dundes’in çalışmalarının –belki de onun akademik kimliği açısından- esas önemli tarafı kariyerinin çok erken bir noktasından itibaren teknolojik değişikliklerin folklor üzerinde yaratacağı etkiler üzerine aktif bir şekilde düşündüğünün ve teorik yeniliklerinin uygulanabilirliğinin tesadüf eseri olmadığını göstermeleri olmasıdır.

iletişim araçları aynı zamanda yeni folklorun oluşumunun temelini oluşturuyor. (Dundes 1963, s. 143).

Dundes'in bu pasajda tartıştığı gibi çağdaş reklamcılığın belirli anımsatıcı özellikleri, onların insan belleğini korumasını ve dolayısıyla halk repertuarlarına entegrasyonlarını teşvik etmiştir. Diğer bir deyişle, teknolojik aktarımın estetik gereksinimleri de halk anlatımını şekillendirmeye başlamıştır. (Buccitelli, 2014, s. 240).

Buccitelli'ye göre (2014, s. 240) Dundes'in teknoloji ve folklor arasındaki ilişkinin taslağını çizme kaygısının merkeziliği, nihayetinde ve sağlam bir şekilde halk tanımını oluşturan makalede tekrar görülmektedir. "*Halk kimdir?*" başlıklı (1977) bu yazıda folklor ve teknoloji arasındaki ilişkiyi iki hat üzerinden incelemiştir. İlk olarak telefon, radyo, televizyon ve fotokopi makineleri gibi teknolojilerin folklorun aktarılmasında oynadığı rolü tekrarlamıştır. (Makalesinde açtığı bu düşünce çizgisini, kendisinin ve Pagter'ın, -fotokopili görüntülerin ve metinlerin kapsamlı ve tekrarlı bir şekilde kataloglanmasının folklorik bir aktarım yöntemi olarak kullanıldığını belirttikleri- "*Urban Folklore from the Paperwork Empire (1975)* adlı yayınıyla ve diğer çalışmalarıyla da önemli ölçüde desteklenmiştir). Dundes, farklı bir çizgide medya ve teknolojinin kendilerinin de folklor teması haline geldiğini gözlemlemiştir.

R. Frank'a göre Alan Dundes yeni halk tanımına paralel olarak halk hakkında düşünmenin bir başka yolunu "bir gruptan ziyade tüm grup üyelerinin en azından zaman zaman meşgul oldukları bir tür gayri resmi, kendiliğinden ya da ev yapımı iletişimden" bahsederek göstermiştir. Dundes, ofis çalışanları tarafından dağıtılan elle çizilmiş karikatürlerin, parodi notların ve yazılı şakaların hacmine dikkat etmeye başlamıştır. Bu materyalin, sözlü olarak iletilmek yerine basılı olmasına rağmen, koleksiyon ve analizleri gerektirecek kadar folklorun ayırt edici özelliklerini taşıdığına karar vermiştir. (Frank, 2011, s. 8).

Renee Perelmutter'e (2014, s. 258) göre halkbilimciler geleneksel olarak bir folkloru tanımlamada sözlü söylemi çok önemli bir kriter olarak düşünmüş olsalar da Dundes, *elle kopyalama, daktilo, fotokopi ve elektrostatik baskı (xerography)* gibi sözlü olmayan yollarla iletilen öğelerin (fotokopili resimler, şiirler, şakalar vb.) folklor olarak kabul edilebileceği fikrini 1975 gibi erken bir tarihte işaret etmeye başlamıştır. Buccitelli'nin belirttiği üzere (2014, s. 241) bu çalışmalar halkbilimcilere sözlü olmayan folklorun varlığını hatırlatmada önemli olmakla kalmayıp aynı zamanda dolayimli folklorik

formların çalışmasını meşrulaştırmak için çok önemli bir kavramsal çerçeve de sağlamıştır.

Dundes ve Pagter söz konusu çalışmalarında şu düşünceleri dile getirmişlerdir:

Sözlü ölçüt dışında, bu materyaller şüphesiz çoğu Amerikan folkloristi için folklor olarak toplanacaktır. Yalan söylemiş olsaydık ve tüm metinleri sözlü olarak kaynak kişilerden aldığımızı iddia etseydik, bu materyaller kesinlikle folkloristler tarafından otantik folklor olarak kabul edilirdi. Materyaller sözlü gelenekte olmadığı için, iki olasılık vardır: biri, ya veriler atabilir ya da teori atılabilir! (Dundes ve Pagter 1975'den akt: Buccitelli, 2014, s. 237).

Dundes ve Pagter “*Work Hard and You Shall Be Rewarded*”, adlı başka bir çalışmalarında da teknolojik olarak aracılık edilen ifade anlayışlarını bir tür *Turing Testi*<sup>26</sup> olarak yapılandırmışlar; bunlar (veriler/materyaller) folklorcuları kandırabiliyorsa fotokopi bilgisinin folklor olduğunu öne sürmüşlerdir. (Buccitelli, 2012, s. 63).

Richard Dorson’un “*fakelore*” düşüncesini eleştirdiği yazısında<sup>27</sup> (1985) folklorun ortaya çıkış şeklinin kendisinin bir *fakelore* olduğunu savunan Alan Dundes’in yukarıdaki çalışmada Pagter ile birlikte belirttikleri düşünceler folklor-fakelore ikilemindeki tartışmalara bir yönüyle yeni pencereler açmıştır.

Alan Dundes ve Carl A. Pagter ilk olarak “*Urban Folklore from the Paperwork Empire*” adlı çalışmalarında “*faksimile (kopyalama) folklor*”, “*ofis (büro) çalışanı folkloru*” (*white-collar folklore*) ve “*bürokrasi (kırtasiyecilik) folkloru*” şeklinde kavramsallaştırdıkları bu tür bir folklorun yayılmasında fotokopi makinesinin rolünü kabul etmişlerdir. 1987’de yayınlanan ikinci derlemede “*ofis fotokopi folkloru*” (*office copier folklore*) terimini tanıtmışlar; 1991’de yayınlanan üçüncü çalışmada faks makinelerinin de ofis fotokopi folklorunun dünya çapında yaygınlaşmasına katkıda bulunabileceğinden bahsetmişler; 1996 yılında yayınlanan dördüncü çalışmada kişisel bilgisayarların, internetin ve e-postanın malzemenin yaratılması ve yayılmasında rol oynamaya başladığını belirtirken *fotokopi folkloru (photocopier folklore)* terimini tercih

<sup>26</sup> Matematikçi Alan Turing “Computing Machinery and Intelligence” (1950), adlı ünlü çalışmasında bilgisayarın gerçek bir insanı başka bir gerçek insan olduğuna inanması için kandırabileceğini iddia etmiştir. (Buccitelli, 2012, s. 63). Başka bir ifadeyle bilgisayarların gelecekte fark edilebilenden daha zeki olabileceğini öne süren Turing, bir bilgisayarın gerçekten zeki olup olmadığını kanıtlamak için bir test önermiş ve buna göre bir insanın görünmez bir şekilde uzaktan yazıyarak iletişim kurduğu bilgisayarın, gerçek bir kişi olup olmadığını saptamasını istemiştir. Eğer bilgisayar, gerçek bir kişi olduğuna bir insanı inandırabiliyorsa zeki sayılacaktır. Bu bağlamda Turing, yapay zeka kavramının temelini oluşturmuştur. (Gere, 2019, s. 62-63). Kısaca bu test, gerçek bir insanın karşısındakinin (bilgisayarın) insan olup olmadığını anlama oyunudur.

<sup>27</sup> Fakelore, gerçek folklor oldukları iddiasıyla sahte ve sentetik yazıların sunumu ise Macpherson’un Ossian’ı, “fakelore”un ilk belgelenmiş vakalarından biri olarak nitelendirilebilir. (Dundes, 1985, s. 8).

etmişler; 2000 yılında yayınlanan beşinci ciltte ise “sayısız kişisel bilgisayarı birbirine bağlayan internetin birçok folklor ögesinin alışverişini daha da hızlandırdığını gözlemlemişlerdir” (Frank, 2011, s. 8-9).

Alan Dundes ve Carl A. Pagter, kişisel bilgisayar kullanımının artmasının gerçekten de *yeni nesil folkloru* ortaya çıkardığını savunmuşlardır. Özellikle işyeri mizahı alanında, bireylerin daha önce daktilo edilmiş veya fotokopi metinler biçiminde aktardıkları türden şakaları yaymak için giderek artan bir şekilde e-posta ve faks kullandığını fark etmişlerdir. (Ellis, 2003, s. 39). Özetle Alan Dundes’in, *Advertising and Folklore (1963)*; *On Computers and Folk Tales (1965)* çalışmaları başta olmak üzere *Urban Folklore from the Paperwork Empire (1975)* ve yine Carl Pagter ile birlikte -fotokopi bilgisinin folklorik boyutlarının analizi olan- *Xeroxlore/Xerox Mizahı*<sup>28</sup>, üzerine yaptığı birçok çalışmasının dijital alanlarda çalışan halkbilimciler için önemli erken emsaller olarak hizmet ettiği ve dijital kültür çalışmasıyla ilişkili olarak tartışılmaya devam ettiği söylenebilir. (Buccitelli, 201 s. 236). Frank’a (2011, s. 9) göre şimdi hiç basılmadan bilgisayarlarda yaratılan ve iletilen bu kadar çok folklorla evrak imparatorluğunun folkloru, kâğıtsız imparatorluğun folkloru haline gelmiştir. *Faxlore*, yerini *netloru* bırakmıştır”.

Kirshenblatt-Gimblett (1998a, s 284) sözlü gelenek olarak anlaşılan folklorun, önce yazı ve baskı, sonra kayıt ile yayın teknolojileri ve son olarak da dijital medya olmak üzere teknolojiye karşı tanımlanma eğiliminde olmasından dolayı- bütünüyle var olmasa da- bugünün içinde olmaya devam ettiğini dile getirmiştir. Dundes ise (2005, s. 406) -tüm kıyamet senaryolarına rağmen- “folklorun kısmen e-posta ve internet üzerinden iletiminin artması nedeniyle modern dünyada canlı ve iyi olmaya devam ettiğini” vurgulamış; Amerikan Folklorunun kurucu üyesi Mark Twain<sup>29</sup>’den söz edecek olursak, “*Folklor biliminin ölüm raporları büyük ölçüde abartıldı*” şeklindeki bir ironiyle çalışmasını sonlandırmıştır. Buna karşılık Buccitelli’nin (2012, s. 65) dikkat çektiği üzere üretim ve alım koşulları, dijital folklorun bazı alanlarında analoglara sahip olsa da bunlar fotokopi bilgisinden oldukça farklıdır. Öncelikle, dijital ortamlardaki kimlik sorunu, önceki teknolojik örneklerden çok daha karmaşıktır.

<sup>28</sup> Teknolojik olarak aracılık edilen folklorun internet öncesi dolaşımında bulunan retorik motifleridir. (Blank, 2013a, s. XV). Başka deyişle fotokopi makinesiyle bir mizah geleneği oluştuğunun ifadesidir.

<sup>29</sup> Amerikalı mizahçı-yazar Mark Twain’in, hastalanması üzerine öldüğünü ilan eden gazetelere ve daha sonra gerçekten yaşayıp yaşamadığını soran gazetecilere “ölümümün raporları (haberleri) büyük ölçüde abartıldı” şeklinde cevap verdiği bir söylentiye yapılan göndermedir.



Yukarı kısımda internet folkloru/dijital-sanal folklor kavramlarını ve kabullerini ortaya çıkaran teorik zemin ve tarihçe bağlamında bir çatı oluşturulmuş; halkbilimcilerin internet teknolojisine bakış açıları ve bu alanla ilgili çalışmalara kapı aralayan gelişmeler/araştırmalar hakkında bilgiler verilmiştir. Bununla beraber internet ortamında oluşan kültür biçiminin halkbilimi çalışmalarına konu oluşunda halkbilimi ve teknoloji ilişkisi temelinde medya veya kitle iletişim araçlarının fikrîsel anlamda bir yer teşkil ettiği vurgulanmıştır. Başka bir deyişle internet folkloru/dijital folklor/sanal folklor/netlore gibi terimlerle karşılanan dijital çağın yeni kültür biçiminin halkbilimi disiplininin çalışma kadroları içerisinde değerlendirilmesinin ön kabulü/çıkış noktası yazı, matbaa (ve buna benzer basılı teknolojiler) telefon, telgraf, gramofon, plak, radyo, televizyon vb. her türlü teknolojik aracın içeriğinin ve ifade biçiminin gelenek kültürünü kapsaması veya geleneğin bu araçlar içerisinde varlık alanı bulması bağlamında irdelenmiştir. Bu noktadan sonra ise dijital folklor/internet folkloru şeklinde adlandırılan alanın halkbilimi disiplini ile ilişkisi değerlendirilmeye devam edilecek; söz konusu alanın hangi terimlerle karşılandığı (veya bu alana hangi terimlerin önerildiği); bu alanın temel nitelikleri ve dinamikleri dijital merkezli çalışan araştırmacıların çeşitli yaklaşımlarıyla genişletilecektir.

On dokuzuncu yüzyılda folklor araştırmacılarının halk ve köylü denkleminin insanların yerinde kaldığı sürece devam ettiği tespitini yapan Russell Frank (2011, s. 6-8) artan okuryazarlık ve çiftlikten fabrikaya doğru gerçekleşen kitlesel göç hareketinin paradigma değişikliğinde önemli bir dönüşüm sağlayan etken olduğunu dile getirmiştir. Buna göre “taşra halkı şehre geldiklerinde hemen eski usullerinden kurtuldu mu? Göçmenler yeni dünyaya geldiklerinde eski dünya inançlarını ve geleneklerini terk mi ettiler?”<sup>30</sup> soruları etrafında çözümleme yapan Frank’ın cevabı –Alan Dundes’in Halk Kimdir? adlı çalışmasına gönderme yaparak- hayır olmuş; halk kavramı üzerinde düşünmenin sosyal, ekonomik ve kültürel dinamiklerinin olduğunu belirtmiştir.

Bu bağlamda şöyle bir soru sorulabilir: Dijital yeni dünyaya doğru başlayan ve yoğunlaşan göç hareketi, halkbilimi disiplininin temel paradigmasının gözden geçirilmesinde ve bu paradigmalara yenilerinin eklenmesinde hangi dinamikleri harekete geçirmiştir? Başka bir deyişle dijital iletişim biçimleri içerisinde folklorik içeriklerin

<sup>30</sup> İnsanların birbirleriyle iletişim kurma biçimi olarak internetin aşırı artışı ile gelenek hala geçerli midir? (Bronner, 2009, s. 21)

oluşturulabileceğinin ve gelenek kültürünün yeni biçimlerle yaşatılabileceğinin kabulü ve dolayısıyla bilgisayar ve internet teknolojisinin folklorun bir çalışma alanı olduğunun ifade edilmesinin teorik çatısının oluşturulmasında bu teknolojinin geniş kitlelere yayılmasının (kullanımın yaygınlaşmasının) belirleyici olduğu söylenebilir mi?

Bu sorulara -daha önceden de belirttiğimiz gibi- suların çekilmesi kadar nehrin taşmasının da fark edilebilirlik düzeyi üzerinde etkileri bulunduğunu ifade ederek yanıt verebiliriz. Bu bağlamda Bronner (2009, s. 22) “internetin, günlük yaşamın önemli bir aracı haline geldiğini, geleneklerin ortaya çıktığı ve oluştuğu ayrı bir yer veya alan olarak tasavvur edildiğini”; Howard (2015 s. 248) “dijital ağların, günlük hayattan ayrı konumlandırılmayacağını ve internetin artık geçici bir heves ya da küçük bir alt-kültürel fenomen olmadığını”; Ellis (2003, s. 39) ise “bilgisayar iletişiminin tüm nesiller için günlük rutinin bir parçası haline gelmesiyle bu kadar karmaşıklaşan teknolojinin halk kültürünün aktarılmasında giderek daha önemli bir rol almasının beklenilebileceğini” dile getirmiştir. Özetle internette bir folklor bulmanın veya T. J. Blank’ın (2012, s. 4) ifadesiyle “çevrimiçi halk kültürünün varlığını göstermenin” olguları arasında böyle bir sürecin mevcut olduğu gözlerden kaçmamalıdır.

Bilgisayar ve internet teknolojisi ile halkbilimi disiplini ilişkisinin belirlenmesinin ilk basamağı –yukarı kısımda işlendiği gibi- bilgisayar cihazının teknik özelliklerinden yararlanarak bunun folklor çalışmalarında nasıl kullanılacağına (kaydetme, hesaplama, sınıflandırma, arşivleme vb.) ilişkin fikir belirtme ve bir model oluşturması sürecidir. Diğer taraftan gelişimsel süreç açısından BIT-NET (internet yaygınlaşmadan önce Amerika’da bazı üniversiteler arasında kurulan ve bir süre sonra diğer ülkelerde de kullanıma açılan bilgisayar ağı) ve USENET (tartışma platformu olarak kullanılan, çeşitli paylaşımların yapılabildiği ve indirilebildiği geniş bir ağ) gibi uygulamalara paralel olarak bu iletişim biçimlerinin yeni grup kimlikleriyle yeni folklorik içeriklere kapı aralayacağı ileri sürülmesi ve bu meseleye dikkat çekilmesi bir başka önemli aşama olarak kaydedilebilir. Bu doğrultuda John Dorst’un (1990) ve Nancy K. Baym’in (1993) çalışmaları çoğu otoriteler tarafından internet folklorunun kabulüne uzayan sürecin öncü çalışmaları arasında gösterilmiştir.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> John Dorst (1990) bu çalışmasında BIT-NET isimli ağdan hareketle halkbilimcilerin çağdaş folklorun yeni gelişmeleri yakından takip etmesi gerektiğini; bilgisayar ağlarının halkbilimcilerin inceleyebileceği kendine özgü olası topluluklar yarattığını; bu bağlamda sosyal koşullar ve teknolojilerin “lore” (bilgi-bilim) için yabancı olmayıp sadece

İlgili süreç bakımından belirtilmesi gereken başka bir husus ise internet ortamına taşınan veya bu alanda oluşturulan efsaneler, fıkralar, atasözleri, çevrimiçi oyunlardaki mesleki bilgiler ve yerel inançların araştırmacıların dijital iletişimin folklorik potansiyelini keşfetmeleri bakımından önemli bir altyapı oluşturması ve birikim sağlamasıdır. (Peck, 2015, s. 334).

Sosyolog William S. Fox'un –daha önce değinildiği gibi internetin 1990'larda popüler olmasından önce- 1983'te yayınladığı "*Computerized Creation and Diffusion of Folkloric Materials*" adlı çalışmasından tekrar bahsedilmelidir. Bilgisayar uygulamalarından türetilen folklor veya bilgisayar kullanılarak oluşturulan folklor hakkında önemli noktalara temas eden Fox (1983) kişisel bilgisayarları çevreleyen folklor biçimine "*Applelore*" terimini önererek bu tür folklorun hızla geliştiğini ve folkloristlerin dikkatini çektiğini; halkbilimcilerin dikkatlerini yalnızca bilgisayarları içeren folklorik süreçlerin ürünlerine sınırlamamaları gerektiğini, aynı zamanda folklor dinamiklerinde bilgisayarların rollerini de göz önünde bulundurmalarının önemli olduğunu belirtmiştir. Fox'a göre (1983, s. 7) bu araştırma alanı, "halkbilimcilerinin yeni bir folklor topluluğunun gelişimini neredeyse başlangıcından itibaren gözlemlmelerine izin vermesi açısından en stratejik olanıdır... En önemlisi, bilgisayarla ilgili materyaller halk deneyiminin sınırlarını araştırdığı ve belki de genişlettiği için folklorcular, teknolojik olarak gelişmiş bir toplumda folklorun doğasını yeniden gözden geçirmelidir" (Fox, 1983, s. 12).

---

onların dolaşımı için yeni yollar sağladığını" ifade etmiştir. Bununla beraber "yeni bir sosyal düzenin son derece karmaşık ağları ve aygıtları içinde gerçekleşen bir performans" olarak konumlandığı bilgisayar ağı merkezli yeni iletişim biçiminin geleneksel performans analizi ve etnografya yöntemleri içerisinde hemen değerlendirilemeyeceğini; halkbilimcilerin, disiplinin kabul edilmiş geleneklerinin ötesine geçip önyargıları kırması gerektiğinin altını çizmiştir. Başka bir deyişle J. Dorst, bilgisayar ağları ve halkbilimi ilişkisi bağlamında öncü sayılabilecek çalışmasında yeni iletişim biçiminin temel niteliklerini keşfederek halkbilimi disiplini içerisine dahil etmiş; gelişmekte olan ve ucu açık bu yeni sürece ilişkin zorlukları peşinen kabul etmiştir.

Nancy K. Baym "*Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture (1993)*" adlı çalışmada USENET örnekleminde hareketle bilgisayar ağlarının yeni halk grupları (Fan) oluşturabilecek bir altyapıya sahip olduğunun altını çizerek performans olgusunun bu düzlemde nasıl şekillendiğini göstermiş ve ağ kültürünün folklorla bir tehdit oluşturmadığını vurgulamıştır.

İnternet folkloru üzerinde fikir belirten ve *net-lore* şeklinde bir terim ortaya atan Russell Frank'a (2011, s. 9) göre *netlore* "sözlü olmayan, yüz yüze iletilemeyen ve pek fazla çeşitlilik sergilemeyen bir folklor biçimidir". İnternet teknolojisinin bugün evrildiği nokta düşünüldüğünde bu tanımda fazla genellemeci ve aceleci bir bakış açısının olduğu görülmektedir. Web 1.0 olarak başlayan sürecin Web. 2.0 ve daha ileri noktalara uzanacak olması (Web. 3.0, Web. 4.0) dolayısıyla teknik özelliklerin yenilenmesi ve gelişmesi, bu teknik özelliklerin kültürü biçimlendirmesi gibi başlıca faktörlerin sınırları çizilen kesin tanımların yapılmasını zorlaştırdığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bununla birlikte internet teknolojisinin sadece kullanılan dönemine ilişkin mevcut yapısından kaynaklı yaklaşımların öngörülebilir veya gelişmeye açık nitelikte olması gerekmektedir. Diğer taraftan Frank (2011, s. 7) bu çalışmada "güncel olaylara bağlı yorumlardan oluşan folkloru newslore" olarak kavramsallaştırmıştır.

İnternetin kültürel bir araştırma alanı olduğuna dikkat çeken ve internetin kısa adı olan *net* ile *etnografi* kelimelerinin birleşiminden oluşturulmuş terimlerden bir diğeri de "netnografi"dir. Pazarlamacılar tarafından ortaya atılan bu kavram, internetin folklorik veya kültürel potansiyelinin ekonomik anlamdaki keşfi ve kullanılabilirliği doğrultusunda geliştirilmiştir. (Baki, 2014, s. 11-718). Robert V. Kozinets netnografiyi, "kültürel alan araştırması ve sanal ortamda oluşan toplulukların internet bazlı iletişimi veya bilgisayar temelli düşüncenin, gelenekler ve kültürel antropoloji tarafından metodolojik olarak beslenen yazılı tanımları" olarak tanımlamıştır. (Kozinets, 1998'den akt. Baki, 2014, s. 18).

Violetta Krawczyk-Wasilewska ise *Folklore in the Digital Age: Collected Essays* (2016) adlı çalışmasında yeni bir küresel kültür türünün tezahürü olarak görünen unsurları tanımlamak için *e-folklor* (elektronik olarak aktarılan folklor) kavramını kullanmıştır. Ona göre e-folklor "birbiriyle bağlantılı olarak algılanan gayri resmi bir şekilde paylaşılan ortak ve günlük bir bilgidir" (2016, s. 37).

Tok Thompson (2012, s. 58) ise folklorun çevrimiçi olarak muazzam bir Rönesans yaşadığını belirterek çevrimiçi folklor çalışmalarını "*folklor 2.0*" şeklinde kavramsallaştırmıştır. Dijital iletişime dayanan yeni bir insanlık çağına girildiğini belirten Thompson, ulus-devlet çağına ve felsefesine dayalı topluluk ve yurttaş fikrinde bir dönüşüm yaşandığını dile getirmiştir. Ona göre dijital teknolojinin aracılık ettiği küresel

söyleme geçişi açıklamak için özellikle uygun bir terim olan *netizen*, vatandaş teriminin bilinçli bir şekilde yeniden işlenmesi olup politik ve sosyal kimlik iddialarını içermektedir. Netizenler birbirleriyle temas halindedir, ancak fiziksel olarak ayrılmış olabilirler veya olmayabilirler. Bu şekilde, bu çevrimiçi forumlar halk gruplarının yeni kimlikler, ideolojiler ve politik duyarlılıklar oluşturmalarına yardımcı olur. (Thompson, 2012, s. 52-53).

Bilgisayar ve internet teknolojisinin halkbilimi disiplini ile ilişkisinin kurulması ve *netlore*, *e-folklore*, *dijital folklor*, *internet folkloru*, *sanal folklor* gibi kavramsallaştırmalar etrafında ifade edilen bazı tanımlayıcı ve açıklayıcı yaklaşımlar, folklorun bu yeni alanına ilişkin yeni paradigmlarla genişletilmeye çalışılmaktadır. Başka bir deyişle dijital alanın halkbilimi disiplini içerisinde değerlendirilmesinin yerleşik kabulüne paralel olarak dijital yeni çalışma sahasında *halk-topluluk-grup*, *performans/dijital davranış (icracı ve izleyici)*, *zaman ve uzam*, *sanallık* temel çalışma unsurları olarak çoğunlukla performans teoriden ve onun mensuplarının fikirlerinden yola çıkılarak dijital kültür ortamlarının kendine özgü yapısına uyumlandırılmaktadır. Bu doğrultuda “paradigma öncülüğünde yapılan çalışmanın aynı zamanda yeni paradigma yaratmanın en etkili yolu olduğu” (Kuhn, 1995, s. 86) düşüncesi düzleminde dijital iletişim ortamlarının ve bu platformdaki folklor biçimlerinin geleneksel ortamdan farklarının tespitinin neler olduğu, yeni bakış açıları geliştirilmeye çalışılarak karşılaştırmalı biçimde çözümlenmektedir. Başka bir deyişle halkbilimi çalışmalarında internet folkloru/dijital folklor alanına ve biçimlerine evrilen süreç, yeni bir paradigma niteliğinin yanı sıra yerleşik paradigmların geliştirilmeye çalışılması şeklinde de bir görünüm içerisindedir. Örneğin internette bir folk/folklor arama ve bulma noktasında Dundes’in -o güne kadarki mevcut paradigmları değiştiren halk tanımı- teorik anlamda ve bazı açılardan referans alınmaya devam edilmektedir.

Dijital folklor alanının önemli araştırmacılarından T. J. Blank (2013, s. xv) “Dundes’in orijinal halk tanımının, yüz yüze etkileşim düşünülerek tasarlandığını; günümüzün yeni medya cihazlarının ise insanların, yüz yüze yapacaklarının aynı ifade aralığı ile dijital bir şekilde çevrimiçi olarak işbirliği yapmalarına izin verdiğini; bu nedenle de halk ve onların kültür kalıntıları hakkındaki anlayışın çoğunlukla bozulmadan kaldığını ve folkloru gerçekten neyin oluşturduğuna dair genel fikir birliğinin bir süredir revizyon ve yeniden yorumlanmaya devam ettiğini” belirtmiştir. Başka bir ifadeyle Blank, dijital dünyada

halkı neyin oluşturduğu ve kültürün ne olduğu meselesinden çok, folklorun sınırlarının genişletildiğini vurgulamıştır. Bununla birlikte T. J. Blank'ın konuyla ilgili şu düşüncelerine yer verilebilir:

Çevrimiçi ortamda ve yeni medya teknolojisi aracılığıyla gerçekleşen hemen hemen her sembolik etkileşimin arkasında insanların olması nedeniyle siber uzayda doğuştan bir halk varlığı vardır. Bununla birlikte, teknolojik olarak aracılık edilen folklor çalışması, daha geleneksel folklor kavramlarını ve metodolojilerini yok etme veya yerinden etme tehdidi oluşturmaz; sadece çağdaş halk kültürü hakkında yeni anlayışlar kazanma yolunda onları yeniden gözden geçirme ve yeniden bağlamsallaştırma fırsatı sunar. (Blank, 2012, s. 2-3).

Bu bağlamda Blank (2013, s. xx) dijital folkloru “bilgisayar aracılı iletişim teknolojisi aracılığıyla sanallaştırılmış, simüle edilmiş veya başka şekilde fiziksel olarak soyut öğeler” şeklinde tanımlanmıştır.

Diğer taraftan T. J. Blank'ın (2012, s.16) dijital ve bedensel kültürel mekanlar arasındaki benzerliklerin artan kabulünün memnuniyetle karşılanan bir yenilik olmasına rağmen dijital performans ortamlarında ortaya çıkan ifadenin estetik dinamiklerini özellikle açıklayan bir performans teoriye hala şiddetle ihtiyaç duyulduğunu belirtmesi; Buccitelli'nin (2012) “*Performance 2.0: Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore*” (Performans 2.0: Halkbiliminin Dijital Performansı Teorisine Yönelik Gözlemler) adlı çalışmasında halkbilimi disiplini içerisindeki performans/gösterim/icra anlayışını *Performans 2.0* şeklinde kavramsallaştırıp performans teoriden hareketle dijital alana özgü yeni bir uygulama modeli oluşturmaya çalışması –ve aşağıdaki düşünceleri- yerleşik paradigmalara geliştirilmesinin önemli fikirleri ve girişimleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Birçok dijital medya biçiminin hem etkileşimli hem de ifade edici potansiyeli, çevrimiçi ve çevrimdışı performans durumları arasındaki çarpıcı paralellikler göz önüne alındığında halkbilimcilerin dijital teknolojileri çevrimdışı folkloru kaydeden veya ileten basit bir medya olarak düşünmeyi bırakmaları gerektiği açıktır. Bunun yerine, onları performans yerleri olarak düşünmeliyiz... Dijital ve gerçek performanslar arasındaki farklılıklara rağmen halkbilimciler şu anda dijital performans yeterince anlamak için gereken teorisinin çoğuna sahiptirler.... Dijital bağlamlara teknolojik ortamların aracılık etkisiyle yapılandırılmış performans yerleri olarak bakmak, beklenmedik şekillerde gerçek bağlamlarla teorik paralellikleri ortaya çıkarabilir. (Buccitelli, 2012, s. 73, 75, 80)

Yine dijital performans konusu üzerinde Buccitelli (2012, s. 79-80) halkbilimcilerin dijital folkloru anlamadaki zorluklarının bir kısmının tüm bu varyasyonları aynı fırçayla

boyama eğiliminden kaynaklandığını ifade etmiştir. Ona göre halkbilimciler, dijital ortamları metin ileten bir medya yerine performans mekanları olarak düşünmelidir.

Dijital iletişim içerisindeki performans biçimlerini inceleyen başka bir araştırmacı olan Andrew Peck (2015) dijital iletişimin yüz yüze performanstan ayrıldığı noktaların yanı sıra dijital iletişimin geleneksel günlük yüz yüze performans yöntemlerini geliştirdiğini belirtmiş; icrada zamansallık bağlamında çevrimiçi bir performans ölçüleri çizmiştir. Buna göre internet üzerindeki iletişimin genellikle eşzamansız olarak gerçekleştiğini dile getiren Peck (2015, s. 335-336) “görüntülü sohbet istemcilerinin ve canlı blogların giderek artan popüleritesi ile sabit olmasa da dijital ifadenin büyük çoğunluğunun hala yanıt sonrası stilinde gerçekleştiğini” vurgulamıştır. Başka bir deyişle dijital iletişimin icrasında geleneksel ortamlardaki gibi *performansın geri bildirim*in anlık bir süreç olmadığını dile getirmiştir. Bununla beraber dijital geribildirim sosyal ve beden dili ipuçlarından yoksun olsa da yazılı-görsel geribildirimlerle (mem, gif, emoji vb.) yüz yüze iletişimden daha açık tepkilerle telafi etme şekillerinin olduğunu; bu bağlamda dijital iletişim teknolojilerinin, performansın ortaya çıkan doğasını geçici olarak genişlettiği için bu süreci çevrimiçi olarak gözlemlemenin onu eşzamanlı değil yinelemeli bir süreç olarak görmek anlamına geleceğini belirtmiştir.

Folklor ve internet ilişkisi bağlamında iki önemli çalışma olan *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World* (2009) ve *Folk Culture in the Digital Age* (2012) adlı eserlerin editörlüğünü yapan T. J. Blank (2012, s. 19-20) internette ve yeni medyada yüz yüze etkileşimlerden kaynaklanan yeni kültürel biçimlerin folklorun antitezini temsil etmediğinin altını çizerek folklorcuların moderniteyi mi yoksa antimodernizmi mi destekleyeceklerini seçmek zorunda kalmamaları gerektiğini; bir formu kucaklamanın diğerinin olumsuzlanması anlamına gelmeyeceğini; folklorun disiplinlerarasılığı niteliğinin çeşitliliğinin artırılmasının önemini ve keşfedilmeyi bekleyen çok sayıda folklor türü olduğunun kabul edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bununla beraber Blank (2012, s. 19) “halk kültürünün dijital çağda tezahür ettiği yollar” olarak nitelendirildiği alanı somut bir benzetme ile “kimyasal olarak farklı yollarla oluşturulmuş fakat aynı şekilde işlev gören reçeteli bir ilacın markalı veya jenerik olanı” şeklinde ifade etmiştir.

Başka bir çalışmasında Blank (2013, s. 112) dijital çağın önemine şu şekilde dikkat çekmeye devam etmiştir:

Bundan sonra her gelecek nesil, doğal olarak dijital yerlilerden oluşacaktır. Acımasız ve küçümseyici görünse de gerçek şu ki, dijital göçmenler artık var olmayacak ve iki grup arasında anlamsal bir ayrıma gerek kalmayacak. Herkes dijital bağlantının ve yaygın sosyal ağların norm olduğu bir kültürde doğacak. Biz zaten oradayız ve bu nedenle folklor ve kültürel çalışmalar öğrencilerinin, melezleştirilmiş davranışların devam eden evrimini tespit etmek için medyayla esas olarak ilgilenmeleri gittikçe daha önemli hale gelecektir.

Sonuç olarak Blank'ın (2009, s. 2-6) “halkbilimcilerin sadece eğitim ufkumuzu genişletmek için değil aynı zamanda disiplinimizi dijital çağa taşımak için internete bakma zamanının geldiğine; folklor disiplininin sınırlarına meydan okumaktan korkulmaması gerektiğine ve folklorun, incelse de incelenmese de internette devam ettiğine” işaret etmesi halkbiliminin dijital çağdaki konumunun doğru kavranmasında ve yörüngeye oturtulmasında önemli bakış açıları sunmaktadır.



### 1.1.3. Gelenek ve Modernlik

Gelenek tartışmalı, karmaşık, çelişkili, çarpıtılabilen, yanlış algılanan kavramların başında gelmektedir. Gelenek bir taraftan geçmişin yüceltilmiş çağrışımı ve tekrarı, diğer taraftan da kötü geçmişin silinmesi gereken izleri gibi karşıtlığa sahip olabilmektedir. Gelenekle ilgili bazı bilimsel bakış açıları, teknolojik tutumlar, medyanın algıları ve geri bildirim genellikle olumsuz kalıplara dökülmektedir. Bu doğrultuda Simon Bronner, (1998, s. 10) “gelenekle ilgili önemli sorunlardan birinin onun çoklu anlamları ve kavramsal yumuşaklığı” olduğunu vurgulamaktadır. Noyes (2009, s. 233) de “bir sözcük ve kavram olarak geleneğin, kaçınılmaz olarak belirsiz olduğunu; Batı modernitesinin diğer anahtar sözcükleri gibi geleneğin de genel ve bilimsel kullanım ile analitik ve ideolojik uygulamalar arasında gidip geldiğini” belirtmektedir.

Gelenek kavramına yüklenen anlam, tarihsel dönemler içerisinde genellikle şu sorular etrafında tartışmaya açılmıştır: Gelenekler, donmuş kalıplar mı? Yoksa dinamik ve güncellenebilir yapılar mı? Korunabilecek ya da korunması gereken unsurlar mı? (Halkbilimciler geleneğin koruyucuları mı?). Yok oluş sürecine tabi midir? Önceki nesillerin bir mirası mı? Nasıl var olur, aktarılır ve sürdürülebilir? Kurtulması gereken bir zincir mi? Gelişmenin ve ilerlemenin, akılcılığın önünü tıkayan bir set mi? Otoritenin temsili ve devamı mı? Ya da dünyanın algılanmasına, keşfedilmesine, açıklanmasına, geleceğin inşa edilmesine temel oluşturan analitik bir kavram mı?... Benzer şekilde ikili karşıtlıklar ekseninde bir anlam yüklemesiyle sürdürülebilecek bu sorular, çoğu bilim dallarının gündemini meşgul etmiştir/etmektedir.

Disipliner tarih içerisinde bir dönem modernite ile gerilimin merkezinde konumlandırılan halkbilimi açısından gelenek kavramının nasıl algılandığı hakkında konuyu genişletmek gerekmektedir. Bu bağlamda geleneksel yemek kültürü kavramından önce gelenek kavramı ve algısının tarihi ve teorik zeminde bütüncül bir perspektifle ele alınması önem oluşturmaktadır.

Gelenek kavramıyla ilgili yaklaşımların büyük bir bölümü bağımsız bir disiplin olan halkbiliminin ortaya çıkış koşulları içerisindeki tarihsel süreç açısından da irdelenmiştir. Dan-Ben Amos’un (1984, s. 101) ifadesiyle gelenek, “folklor araştırmalarında anahtar bir terim olduğundan dolayı geleneğin kullanım biçimleri folklor teorisinin tarihini, yorumdaki varyasyonları, anlam tonlarını ve önemdeki incelikleri ortaya çıkarır”. Bu

bağlamda gelenek kavramı özelinde irdelediğimiz mesele –genel anlamda- Aydınlanma Çağı (öncesinde Coğrafi Keşifler ve Rönesans vb. gelişmeler) ile birlikte başlayan Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi gibi hareketlerle devam eden bir sürecin yansımalarıdır. Bir nevi “gelenekten kopma geleneğini” (Çobanoğlu, 2018, s. 121) oluşturan ve katı bir akılcılık etrafında dönen Aydınlanma Hareketinin, Fransız İhtilali’nin meydana gelmesiyle beraber Fransız kültür emperyalizmine kayması doğrultusunda Almanya’da Herder başta olmak üzere Avrupa’daki çoğu devletin-halkın romantizm ve milliyetçilik yaklaşımları ile buna karşılık verdiği görülmüştür.

Bununla beraber takip eden süreçte de sanayileşmenin ve modernitenin geleneği/gelenekleri yutacak (yutulması gereken) lokma olarak görmeleri; geleneğin köleliğinden kurtulma anlayışı gibi sebepler yüzyıllar boyunca nesilden nesile sözlü olarak aktarılan, kolektif yaratıldığı düşünülen, ulusal ruhu ve karakteri yansıttığına inanılan geleneklerin korumacı bir yaklaşımla derlenmesi ve işlenmesi gerektiği sonucunu doğurmuştur. Başka bir deyişle halkbiliminin bağımsız bir disiplin olarak doğuşunun temelleri -genel anlamda- bu bağlamsal şartlar içerisinde atılmış ve halkbilimi ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda kurtarma, onarma, koruma, yaşatma gibi temel anlayışlar disiplinler refleksi haline gelmiştir.

Folklor disiplininin 19’uncu yüzyıldaki formülasyonu da geçmiş dönemler, eski eserler, kalıntılar ekseninde kurularak disiplininin yörüngesi kırsalda yaşayan (köylü), okuma yazma bilmeyen, batıl inançlı, geri kalmış, ilkel; buna karşılık saf, bozulmamış, doğaya yakın, ahlaklı insanların (halkın) eski âdetleri, gelenekleri ve inançları gibi unsurların araştırılmasına çevrilmiştir. Tarihsel sürece kısaca bakıldığında William J. Thoms’un, 1846’da *Athenaeum* adlı dergiye gönderdiği yazıda popüler antikler ve popüler edebiyat kavramını karşılamak için *folk-lore* terimini ortaya atması ve –dolaylı da olsa- yerel geleneklere<sup>32</sup> (töreler, gelenekler, âdetler, hurafeler, baladlar ve atasözleri vb.) atıfta bulunması; E. Sydney Hartland’ın o yüzyılın son yıllarında folkloru gelenek bilimi olarak nitelendirmesi<sup>33</sup>; *Journal of American Folklore* dergisinin ilk editörü William W.

<sup>32</sup> S. Bronner’e (2011, s. 65) göre W. Thoms, geleneği bir süreç ya da aktarım olarak değil, geçmişe saplanmış gözlemlenebilir bir âdet olarak nesneleştirmiştir.

<sup>33</sup> Hartland, geleneğe göndermede bulunarak, Thoms’un folklordeki edebi antikliğe yaptığı vurguyu, medeniyette bir ilerleme hiyerarşisini izleyen doğal tarihin sosyal bir uygulamasına dönüştürmüştür. (Bronner, 2000, s. 91). Başka bir deyişle Hartland, geleneği bir bilim unsuru olarak görmesine karşılık kültürel aşamanın ilkel basamağında yaşanan toplumsal bir özellik olarak görmüştür. Bu bağlamda vahşilikten medeniyete uzanan çizgide gelenek, okuma yazma

Newell'ın, folklorculara Amerika'da hızla yok olan folklor kalıntılarını toplamaları talimatını vermesi<sup>34</sup>, birkaç yıl sonra ise “folkloru yazı kullanılmadan nesilden nesile aktarılan sözlü gelenek ve inanç” olarak yeniden tanımlaması<sup>35</sup> (Oring, 1987, s. 8-9; Bronner, 2000, s. 91) önemli temel gelişmeler arasında sayılabilir. Bu doğrultuda on dokuzuncu yüzyılın sonunda, İngiltere'deki Hartland ile Amerika'daki Newell tarafından uygar dünyanın hayatta kalmış formları olarak görülen geleneklerin ilkel ve yarı uygar kültürlerde canlı olarak yaşandığının varsayılması söz konusu olmuştur. Bununla birlikte hayatta kalma veya yaşayan kalıntı<sup>36</sup> nosyonundan sözlü gelenek (oral tradition) kavramına geçiş yapan Amerika merkezli yeni formülasyonda gelenek kavramına iletim vurgusu yapılmasına karşılık Avrupa merkezli paradigmlar ise geçmişin yüceltilmesi ve milliyetçilik ekseninde ilerlemeye devam etmiştir. (Ben-Amos, 1984, s. 105; Bronner, 1998, s. 7; 2011, s. 64). Hartland'ın folklorun gelenek etrafında hayatta kalan bilgi olarak profesyonelleştirilmesinde etkili olmasına karşılık başka bir İngiliz folklorcu olan Joseph Jacobs'un halk üzerindeki sosyal-psikolojik vurgusuyla konu önemli bir değer kazanmaya devam etmiştir. Fikirleriyle yirminci yüzyılda gelişen folklordaki modern gelenek anlayışına düşünsel temel hazırlayan Jacobs *The Folk (1893)* adlı çalışmasıyla “doğal tarih modelini yerle bir ederek bireyi gruba ve mekânı zamana ekleyen birkaç ilkeyi, folklorun önemini analiz etmede çok önemli faktörler olarak öne sürmüştür”. Ona göre (1) folklor sürekli olarak güncellenmekte ve icat edilmekte olduğundan, folklor yeniliği ve dolayısıyla bireysel inisiyatifi içerir; (2) halk, toplumun bir düzeyi değil, herhangi bir tabakadan olabilen bir geleneği paylaşan bir gruptur; (3) gelenek bir bilgi

---

bilmeyenlerin nesilden nesile aktardıkları bilgi bütünüdür. Dan-Ben Amos'a (1984, s. 100) göre “Hartland, on dokuzuncu yüzyılın ilerleme ve kültürel evrim fikirlerinin etkisi altında kalmıştır.

<sup>34</sup> Newell çoğunlukla Kuzey Amerika'daki Kızılderili kabilelerinin bilgisine atıfta bulunduğu bu yazısında onları, uygar Avrupalılar arasında çoktan ölmüş geleneklerin canlı olarak yaşandığı ilkeller olarak görmüştür.

<sup>35</sup> Oring'e (1987, s. 10-11) göre Amerika merkezli ortaya çıkan bu tanımın benimsenmesinin önemli sebepleri ve sonuçları olmuştur. Folklorun önceki kavramsallaştırmalarının onun eski ya da ilkel olduğunu varsaymasına karşılık bu yeni tanım yalnızca geleneksel olmasını, nesilden nesile aktarılmasını gerektirmiştir. Başka bir deyişle, geçmişle ilgili görülen folklor ille de karanlık ve uzak bir geçmişe ait olmak zorunluluğunda değerlendirilmemiştir. Diğer taraftan sözlü gelenek fikrinin (Amerika'da) halkbilimciler tarafından benimsenmesi onların üzerinde çalıştıkları masallardan, şarkılardan veya hurafelerden uzaklaşmalarına neden olmamış; bu tür sözlü ifadelerin yok olmakta olduğu fikrini hemen değiştirmemiştir. Bu doğrultuda da halkbilimciler bu tür geleneklerin henüz bolca hasat edilebileceğine inandıkları garip ve eğitimsiz ülke halklarından da yüzlerini hemen çevirmemişlerdir. Birleşik Devletlerde folklor kavramının yeniden formüle edilmesinin, başka bir deyişle hayatta kalma ve kalıttan, sözlü geleneğe kavramsal geçişin ABD'deki halkbilimciler arasında hızlı kabullenişin nedeni ise Avrupa'nın eski fikirleri etrafında bir kavramsal bir zemin kurulamamasıdır. Çünkü nüfus yapısı bakımından Amerika'da yerliler (Kızılderili kabileleri) olmasına karşılık bunların, kendilerinin ata(ları) olmaması ve Avrupa'dakine benzer ulusal kültürün sembolü kabul edilebilecek bir köylü kimlikten yoksunluk temel sebepler olmuştur.

<sup>36</sup> Darwinci ve evrimci paradigmların takipçileri “tabii seleksiyon veya doğal eleme kavramları doğrultusunda geçmişten modern zamanlara aktarılan gelenekleri geçmişin kalıntısı (survival) olarak değerlendirmişlerdir” (Çobanoğlu, 1999, s. 8).

bütünü değil, mekânsal ve psikolojik kalıpları izleyerek anlaşılabilir bir süreçtir. Başka bir deyişle J. Jacobs bu çalışmada geleneğin seçildiğini, takip edildiğini, yeniden yaratıldığını hem de eskiden miras kaldığını ima etmiştir. (Bronner, 2011, s. 66).

Diğer taraftan Archer Taylor tarafından folklorun, “bir mucit veya yazara güvenilir bir atıf olmaksızın geleneksel olarak nesilden nesile aktarılan malzemelerden oluştuğu” şeklindeki tanımı; Amerikalı folklorcu Stith Thompson’ın, -gelenek kavramına ilişkin bir tanım yapmamasına karşılık- yirminci yüzyılın ortalarında folklor araştırmasını incelerken, “gelenek fikri, folklor terimine dahil edilecek her şeyin mihenk taşıdır” görüşünü dile getirmesi ve halk materyallerini ilkel bir kültürün parçası olmak yerine Batı dünyasının gelenekleri olarak görmesi; Milman Parry ve ardından Albert Lord’un Homeros Destanları üzerindeki çalışmalarıyla sözlü gelenek (oral tradition) fikrinin meşruiyet ve yaygınlık kazanması gelenek kavramına ilişkin başka önemli gelişmeler olarak kaydedilmiştir. (Bronner, 1998, s. 14; 2011, s. 64). Bu doğrultuda “folklorlarda mevcut olan ortak fikrin gelenek olduğu; geleneğin de –diğer disiplinlerde olduğu gibi- bir kişiden diğerine aktarılan ve yazılı kayıttan ziyade bellek veya uygulama yoluyla korunan bir şey” olarak (Blank ve Howard, 2013, s. 3) konumlandığı, uzun yıllar yerleşik bir algı olmuştur.

Latince traditio, traditum, tradendum, tradere sözcükleri etrafında geleneğin semantik açıdan çoğu karşılığının teslim etme, devretme, nakletme süreci etrafında dönmesi, geleneğin kültürel bir miras olarak nesilden nesile aktarım dinamiğini işaretlemektedir. (Bronner, 2011, s. 31; Ben-Amos, 1984, s. 117). Bu yönüyle gelenek hem süreçleri hem de ürünleri ifade etmektedir. E. Oring’e (2013, s. 23-24) göre halkbilimciler sürekli olarak terimin ikiliğine dikkat çekseler de –süreçten ziyade- büyük çoğunlukla geleneğin ürünlerine odaklanmışlardır. (Ürün kavramından kasıt ise Hermann Bausinger’in “nesnelleştirilmiş kültürel mallar” olarak nitelendirdiği şeylerdir).

“On dokuzuncu yüzyılın sonlarında Kuzey Avrupa’daki folklor teorisi, genel anlamda miras olarak bir gelenek modelinden (Grimm ve diğer Romantik milliyetçiler), yaratılış noktasından dalgalar halinde yayılan geleneğin olduğu bir göç modeline (Benfey, ardından Fin okulu) geçmiştir”. (Noyes, 2009, s. 238). Farklı bir cepheden bakıldığında bu yüzyılda folklor Bronner’e (1998, s. 21) göre “çeşitli antikacı ve dilbilimsel kaygılardan sıyrılmaya başlayarak geleneğin kutup yıldızı olduğunu iddia etmeye doğru

ilerleme göstermiştir”.<sup>37</sup> Başka bir deyişle “geleneğin bayrağı folklorun alanı üzerinde dalgalanmaya devam etmiştir” (Bronner, 2011, s. 64). Buna karşılık folklor disiplini içerisinde erken dönem kuramlar (kültürel köken, aşama, ilerleme vb.) ile birlikte özellikle Tarihi ve Coğrafi Fin Okulu tarafından savunulan temel yaklaşımların (geleneğin dinamik sosyal bir süreçten ziyade taşlaşmış veya ölü bir metin olarak görülmesi; urform vb.) eleştirilmeye başlanması kayda değer gelişmelerin doğacağına habercisi olmuştur. Bu bağlamda geleneğin (insan) taşıyıcıları olmaksızın mekanik veya süperorganik bir biçimde aktarıldığı teorilerine karşı çıkışıyla dünya halkbilimi tarihindeki paradigma sıçramasında işaret fişeği yakıp bağlamın önemine dikkat çeken ve performans teorisinin ortaya çıkışına dolaylı da olsa katkı yapan Carl von Sydow’un fikirleri, gelenek kavramı açısından da önemli görülmüştür. “Araştırmamızı, kuru ve cansız özler üzerine değil geleneğin yaşamı ve yasaları üzerine inşa etmeliyiz” (Akt: Bronner, 1998, s. 232) şeklinde düşüncesini ileten Sydow, *aktif gelenek taşıyıcıları ve pasif gelenek taşıyıcıları* olarak adlandırdığı insani yapılarla geleneklerin aktarıldığını savunmuştur. Başka bir deyişle Sydow, gelenekleri anlatan (icracı) ile dinleyen ekseninde ve karşılıklılık esasında gerçekleştirilen yaşayan ve dinamik bir unsur olarak görmüştür. Gelenek taşıyıcıları kavramı, “insanları geleneğin yapıcıları değil taşıyıcıları olarak gören eski bir paradigmanın parçası olsa da” (Noyes, 1995, s. 452) geleneklerin kendi kendilerini var eden unsurlar olmayıp insan faktörünü (bireyi) öne çıkarması açısından önemli olmuştur. Sydow’un bu yaklaşımı ilerleyen zamanlara geleneğin taşıyıcılığından geleneğin yapıcılığına doğru bir yönelişle genişletilmiştir.

Gelenek teriminin süreç ve performans kavramları çerçevesinde düşünülmesinde (veya bu kavramları karşılamasında) “Saussure’ün dilin gramatik yapısının soyutluğu ile konuşmanın o yapının uygulanan veya icra edilen kısmı ayırımından hareketle” Roger D. Abrahams ve Dell Hymes’in ortaya koydukları çalışmalarının öncü katkıları olmuştur. (Çobanoğlu, 1999, s. 8). Geleneğin temel bir folklor kavramı olduğunu savunan Dell Hymes, gelenek kavramını zamansal çerçevede oluşmasının ve nesnelere adlandırmanın ötesinde bir süreç olarak düşünmüştür. Gelenek kavramının karşılığı bağlamında kastettiği süreç ise temaları, sembolleri veya biçimleri teslim etme ya da aktarmayı değil hayali veya gerçek bir geçmişten hayata yansıtılan bir kanonun hatta bir panteonun

<sup>37</sup> S. Bronner (1998, s. 21) tarafından belirtildiği üzere “bu durumun, geleneğin bir araştırma alanı adı olarak folkloru dışlamakla (alan dışına itmekle) tehdit ettiği anlamına gelmediği de eklenmelidir”.

parçası olacak bir anlatıyı seçme ve inşa etme sürecidir. (Ben-Amos, 1984, s. 116). Handler ve Linnekin'e (1984, s. 287) göre "Hymes, gelenek kavramını statik, natüralist imalardan arındırmak için gelenekselleştirme (traditionalization) terimini seçmiştir. Başka bir deyişle gelenek fikrinin odak noktasını "gelenekten, geleneksel olma niteliğine ve gelenekselliğe çevirmiştir" (Ben-Amos, 1984, s. 116). Bu bağlamda sınırlı bir nesne olarak algılanan geleneği, süreç olarak tasarlamıştır. Gelenek kavramı üzerinde önemli bir makaleyle alana katkı sağlayan Handler ve Linnekin (1984, s. 277) de geleneği "doğal yolla verili olmayan, bilinçli veya bilinçsiz<sup>38</sup> bir şekilde sembolik olarak dolaymlanan, hem sürekliliği hem de süreksizliği kapsayan sosyal yaşamın bir yüzü olarak" (1984, s. 277) görmüşlerdir. R. Abrahams ise "bir geleneğin veya türün tam analizinin hem öğelerin hem de performansın örgütsel öğelerinin incelenmesini gerektirdiğini" iddia etmiştir. (Ben-Amos, 1984, s.122). Bu bağlamda yeni yaratmalarla sürekli güncellenen bir süreci karşılayıp fikrinsel bir dönüşümü çerçeveyeleyen gelenek, anlamsal sınırlarını genişletmiştir. Bahsedilen çalışmalardan hareketle gelenek kavramı "başarılı bir icracının müsait bağlam veya durumlarda; icra ettiğinde kendisine önceki kuşaklardan edinilmiş olarak kılavuzluk eden kalıp yahut şema (pattern) ile tema ve şekillerin stoklandığı soyut bir kurallar ve semboller sistemi" (Çobanoğlu, 1999, s. 8) olarak tanımlanmıştır.<sup>39</sup>

Diğer taraftan Amerikan tarihindeki gelenek kavramının dönüşümünde Amerika'nın kültürel sürekliliğinin belirsiz, tartışmalı, kolayca açığa çıkarılamayan, olayların ve biyografilerin kaydedilmesiyle konumlandırılan bir geçmişin (Bronner, 1998, s. 19) üzerine inşa edilememesi sorunu siyasi bir amaç etrafında dönse de folklorun yeni tanımlarının ve paradigmalarının ortaya çıkmasına olanak tanımıştır.<sup>40</sup> Bu doğrultuda halkbilimi tarihinde Dan-Ben Amos, Alan Dundes, Henry Glassie, Roger D. Abrahams, Kenneth Goldstein gibi Performans Teori mensuplarının ileri sürdüğü folklor tanımları

<sup>38</sup> Handler ve Linnekin'e (1984, s. 281) göre "sınırlayıcı durumda bazı eylemleri tam olarak ebeveynlerimizden öğrendiğimiz gibi düşünmeden gerçekleştirebiliriz. Yine de performans asla geçmiş performanslarla tamamen eşbiçimli değildir ve daha da önemlisi performansa ilişkin anlayışımız, şimdiki zamanın bağlamından ve anlamlarından üretilen şimdiki zaman anlayışıdır. Bir şeyi geleneksel olduğu için yapmak zaten yeniden yorumlamak ve dolayısıyla değiştirmektir".

<sup>39</sup> Gelenek kavramıyla ilgili yapılan çeşitli tanımlar ve geliştirilen yaklaşımlar için ayrıca bakınız: Yıldırım (1998); Ögüt Eker (2004); Ekici (2008, 2019); Ersoy (2006); Özdemir (2018).

<sup>40</sup> Amerika'da folklorun yeniden tanımlanması ve gelenek kavramına karşı perdeleyici bir yaklaşımın siyasi zemindeki sebepleri için ayrıca bakınız: (Bronner, 2000, s. 94-95).

içerisinde geleneğe ilişkin temel yaklaşımların yanı sıra geleneğin bir kavram olarak tarihsel ve teorik düzlemde ele alındığı çalışmalar da yayınlanmıştır.

“Who Are The Folk” (1977) adlı ünlü çalışmasıyla halkbilimi tarihinde eski halk kavramının dönüşümünde pay sahibi olan Alan Dundes’in halkı tanımlarken geleneğe de atıf yapması gelenek kavramıyla ilgili ele alınacak başka bir önemli noktadır. “Geleneği, modern ve özellikle çoğul/çoklu (plural) Amerikan bağlamlarına uygulamak için” (Bronner, 1998 s. 41) halkı, “en az bir ortak faktörü paylaşan herhangi bir insan grubuna” gönderme yapacak şekilde yeniden yapılandıran Dundes, herhangi bir sebebe bağlı olarak oluşan bu grubu birbirine bağlayan asıl önemli faktörün ortak bir meslek, dil veya dinin de ötesinde –gruba ait- gelenekler olduğunun altını çizmiştir. Başka bir deyişle “paylaşılan gelenek, ortak kimliğe dayanan halk grubunun temel kriteri” olarak görülmüştür. (Bauman, 1992a, s. 36). Bununla beraber Dundes, daha önceden de belirtildiği gibi- geleneklerin nesiller boyunca sözlü olarak aktarılmasının gerekmediğini ve fotokopi, faks, video ve internet kullanımlarıyla yeni geleneklerin yaratılabileceği ve yaşanabileceğini başka çalışmalarında vurgulamıştır.

Folkloru, “küçük gruplar arasındaki artistik iletişim olarak tanımlayan” Dan-Ben Amos ise (1971, s. 13-14) bu ünlü çalışmasında gelenek ve sözlü aktarımın bu tanımın dışında olduğunu belirterek tarihsel süreçte folklorun, nesnel olarak esas (ve tarihsel bir gerçeğe bağlı olan zorunluluk olmasından ziyade tesadüfi bir) niteliği olan geleneği dışarıda bırakmıştır.<sup>41</sup> (Bronner, 2011). “Folkloru geleneğin yükünden kurtarmak” olarak nitelendirdiği yaklaşımında grup, süreç, iletişim/aktarım temelli bir model ileri sürmüştür. Konuyla ilgili fikir belirten ve meselenin özüne değinen S. Bronner (2011, s. 69) “folklor kavramsallaştırmasında geleneği reddetme ya da maskeleye deneyinin, folklorun çağdaş performansını vurgulama ve böylece halk malzemesinin bir kalıntı, irrasyonel geçmiş ve onun taşıyıcıları ile geri ya da ilkel bir üne sahip popüler ilişkisini ortadan kaldırma çabasını yansıttığı” eleştirisini getirmiştir. Başka bir deyişle Ben-Amos tarafından her ne kadar iletişim/aktarım ekseninde bir folklor yaklaşımında bulunulsa da “dışavurumcu

<sup>41</sup> “Eğer folklor bir disiplin olarak yalnızca geleneğe odaklanırsa, “kendi varlık nedeni ile çelişir. Folklor araştırmasının ilk varsayımı, konusunun ortadan kalkması üzerine kuruluyduysa bilimin de aynı yolu izlemesini engellemenin bir yolu yoktur. Geleneği unutulmaktan kurtarma girişimi folklorunun tek işlevi olarak kalırsa, o, kaçmak için çok uğraştığı antikacı rolüne geri döner. Bu durumda, alanda daha geniş ve daha dinamik araştırmalara izin vermek için konunun tanımını değiştirmemiz folklor biliminin yararınadır...” (Ben-Amos, 1971, s. 14).

bilgi alışverişi olarak algılanan geleneğin toplumsal değiş tokuşunun sağlanması ya da devredilmesi/teslim edilmesi gerektiği” göz ardı edilmiştir.

Folkloru sanatsal bir iletişim eksenine yerleştiren ve “geleneğin bariz bir şekilde yokluğunu vurgulayan tanımlar pek çok tur atmış olsa da” (Bronner, 2011, s. 70) gelenek kavramı Dan-Ben Amos (1984) -tekrar ve- başta olmak üzere Bronner (1998, 2000, 2011, 2013), Glassie (1995), Anttonen (2005), Noyes (2009), Oring (2013), McNeill (2013), Tok Thompson (2013) gibi kişilerce yeni yaklaşımlarla ele alınmıştır.

Dan Ben-Amos 1984 yılındaki çalışmasında geleneği “*bilgi-ilim (lore), kanon, süreç, kitle, kültür, dil ve performans*” olarak yedi kategoriye ayırmıştır. Buna göre *Lore*, istemeden hayatta kalan ancak yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan bir toplumun geçmiş bilgisine atıfta bulunulmasıdır. (Gelenek de topyekûn ölümün eşiğinde olma niteliğini kazanır. Yaşayan gelenek tabiri ancak böyle bir gelenek algısıyla mecazi anlam kazanır); *canon*, belirli bir sosyal grupta kabul görmüş edebi ve sanatsal kültür bütünüdür; *süreç*, kültürel mirasın nesilden nesile aktarımının dinamiklerini ifade eder; *kitle*, gelenek tarafından aktarılan tanımlar ve süperorganik bir sürecin sonucu değil, onu iletenler tarafından değiştirilir; *kültür* geleneğin toplumsal yaşamdaki antropolojik düşünce ve davranış anlayışı doğrultusunda eşanlı olduğu karşılık gelir. Başka bir ifadeyle kültür ile gelenek teriminin birbirinin yerine kullanılması ve anlaşılmasıdır. *Langue (dil)*, kültürü oluşturan kavramları, kategorileri ve kuralları ifade eder; *performans* da canlandırma anlamına gelir ve canlandırma her zaman şimdide olmasına (şimdi gerçekleşmesine) rağmen gelenek her zaman bir potansiyel olarak insanların zihinlerinde ve hafızalarında bulunur. (Ben-Amos, 1984, s. 104.106, 117-118, 120-121; Oring, 2013, s. 22-23). Bu çalışmada Ben-Amos, (1984, s. 124) gelenek teriminin kullanımlarından hiçbirinin diğerinden daha yeterli veya uygun olmadığı sonucuna varmış; gelenek üzerindeki fikirlerini revize ederek “geleneğin, eleştiriden sağ çıktığını, folklorun bir sembolü olarak kaldığını, deneyimlerin ve fikirlerin karmaşık dünyasında bize rehberlik eden başlıca metaforlardan biri olduğunu dile getirmiştir.

Gelenek kavramının (geleneğin) folklor araştırmaları için önemini yeniden vurgulayan Henry Glassie, *Journal of American Folklore*’un (1995) özel bir sayısında tarihsel bilginin anahtarı olarak gördüğü geleneğin, kültürel bir inşa süreci olarak anlaşılması gerektiğini vurgulamıştır. Bu doğrultuda geleneği “geçmişten geleceğin yaratılması” olarak



tanımlayan Glassie, “iradi ve zamansal eylem” olarak nitelendirerek gelenek sürecinde bireylerin taşıyıcılığın ötesinde yaratıcılık ve şekillendiricilik rolüne dikkat çekmiştir. Ona göre eskinin yeniye dönüştürülmesi olan gelenek, tarih ve kültür ile büyük ölçüde bağlantılıdır. Bu doğrultuda da karakteri durağanlık değil sürekliliktir. (1995, s. 395-396, 398, 409). McDonald’a (1997, s. 53) göre “Glassie’nin formülasyonunda, geleneğin ontolojik statüsü için üç farklı olasılık dolaşmaktadır. Birincisi geleneğin toplumdaki bireyler tarafından inşa edilmesi, diğeri geleneğin halkbilimciler tarafından inşa edilmesi ve üçüncüsü de geleneğin kendi inşalarından ayrı olarak gerçek bir varoluşa sahip olmasıdır”.

Diğer taraftan gelenek kavramına ilişkin çığır açıcı çalışmalardan olan ve Eric Hobsbawm ile Terence Ranger tarafından yayınlanan *The Invention of Tradition (Geleneğin İcadı)* adlı kitapta ise eski ve uzak bir geçmişten miras kaldığı görünen (veya geçmişin mirası olarak sunulan) geleneklerin çoğunun aslında yakın bir zamanda icat edildiği örnekler çerçevesinde işlenmiştir. İnsanların değer verip etrafında toplandığı ve folklor araştırmalarının da temel nedeni olan gelenekler, insanları belirli amaçlar etrafında kümelemek için icat edilmiştir. Bu doğrultuda bir geleneğin içindeki çoğu unsurun uydurma olmasa bile “kasıtlı bir canlandırma ve işçilik ile yeniden formüle edildiği ortaya çıkmıştır. (Hobsbawm ve Ranger, 2006; Oring, 2013, s. 38).

Gelenek kavramına karşı genel bakış açılarının değişmesinde diğer bir etkili isim olan sosyolog Edward Shils, özellikle Aydınlanma Çağından itibaren sosyal bilimlerin genel eğilimleri çerçevesinde meseleyi ele almıştır. Aydınlanmanın getirdiği rasyonalite ve bilimsel bilginin karşısında dogmalara ve otoriteye bağlılığı çağrıştırdığı ve cehalete dönüştüğü varsayılan geleneğin tarihi zemindeki rolünü incelemiştir. Shils (2003, s. 110) geleneği, “geçmişten günümüze miras bırakılan ve intikal ettirilen şey” olarak tanımlamış ve geleneği “şimdideki geçmiş” olarak nitelendirmiştir. Geleneklerin, bağımsız şekilde kendi kendilerini yeniden üreten veya kendi kendilerini işleyen şeyler olmadığını belirten Shils (2003, s. 112-113), insan faktörüne ve söz konusu geleneği ortaya çıkaran ve sürdüren diğer bağlamsal şartlara dikkat çekmiş; intikal ettirilen şeylerin aynı gibi görünse de aslında süreç içerisinde büyük değişimlere maruz kaldığının altını çizmiştir.

Özetle bilimsel akıl yürütmenin, endüstrileşmenin ve modernleşmenin karşısında batıl inançlarla, dogmalarla, otoriteleri temsille karakterize edilen; modern dönemlere zıt bir

şekilde ilkel ya da yarı uygar toplumları simgelediği düşünülen gelenek, halkbilimi başta olmak üzere pek çok bilim dalı içerisinde kritik ve tartışmalı kavramlardan biri olmuştur. “Gelenek terimi, hem yalıtılabilir bir kültürel öğenin zaman içinde aktarım sürecini hem de bu süreçte aktarılan öğelerin kendilerini adlandırmak için ikili bir anlamda kullanılmıştır” (Bauman, 1992a, s. 32). Folklor araştırmalarında gelenek kavramının özünde “araştırmanın nesnesi, sözlü gelenekler ve geleneksel kültür yer almış”; modernitenin karşısında, kayıp söylemiyle (kimlik kaybı, geleneksel değerlerin kaybı, ahlakın kaybı vb.) çerçevelendirilmiştir.<sup>42</sup> (Anttonen, 2005, s. 12, 48). Bu bağlamda “geleneğin çeşitlendirilmiş biçimlerini kurtarma dürtüsünün, başlangıcından itibaren folklor araştırmalarını motive ettiğini” belirten Ben-Amos’a (1984, s. 98-99) göre duygu ister milliyetçi ister romantik ister edebi ister tarihsel olsun eskiliğin gelenekler, şarkılar ve masallar üzerindeki etkisi, folklorcular tarafından incelemeleri için yeterli bir neden olmuştur. Daha sonraki dönemde ise folklorun değişen paradigmaları ekseninde süreç, iletişim/aktarım gibi dinamik olgulara ve bireysel yaratıcılığa (performansa) önem verilmiştir. Başka bir deyişle gelenek fikri yeniden formüle edilerek “geçmişte kök salmış bir kültürel miras olarak natüralist bir görüşten uzaklaşarak şimdiki zamanda sembolik olarak oluşturulmuş bir gelenek anlayışına yönelim gerçekleştirilmiştir” (Bauman, 1992a, s. 32). Gelenek, geçmiş ile bugün arasında sosyal ve sembolik bir yaratım olarak görülmüştür.

Bu bağlamda tarihsel süreç göz önünde bulundurulduğunda “gelenek kavramının kendisinin folklor araştırmalarında geleneksel hale geldiği” (Oring 2013, s. 22) bilinen bir gerçek olmuş; Regina Bendix’in (2002, s. 110) belirttiği gibi “folklorde gelenek temel bir terim” olarak yorumlanagelmıştır. R. Bauman (1992a, s. 30) da “folklor kavramlarında gelenekten daha merkezi olan tek bir fikir bulunmadığını; geleneğin, genel olarak kültürün tanımlarında belirgin bir şekilde yer aldığını; folklorcuların da folklorun bir kriter niteliği olarak gelenekselliğe özellikle büyük önem verme eğiliminde olduklarını dile getirmiştir. K. Goldstein ise “halkbilimcinin araç kutusundaki üçüncü aracın –belki de en önemlisinin- gelenek olduğunu” (diğer ikisi tür ve iletişim/aktarım) vurgulamıştır. (McNeill, 2013, s. 175).

<sup>42</sup> Barbara Kirshenblatt-Gimblett’e (1996, s. 249; 1998a, s. 300) göre “bizimki, yok olan bir konuya dayanan bir disiplindir. Ameliyat saatimiz on birinci saattir. On birinci saatten önce yaşam, on birinci saatten sonra ölüm vardır.

Gelenek kavramı çerçevesinde tartışılan –belki de çoğu yerde geleneğe ayak bağı olan-modernite, doğallık, yaratıcılık, aktarım gibi pek çok olgu günümüzde dönüşüm geçirmeye başlamıştır. Başka bir deyişle yeni bakış açıları doğrultusunda çok yönlü bir çözümleme anlayışı gündeme gelmiştir. “Modernitenin yükselişi karşısında geleneğin kaçınılmaz olarak gerilediği ve modernitenin içinde izole edildiği şeklinde ikili karşıtlık esasına dayanan ve modernite teorisi ile birlikte tartışılan gelenek teorisi” (Noyes, 2009, s. 240) uzun yıllar varlığını korusa da bu perspektif büyük oranda yenilenme eşiğini aşmıştır. “Modernitenin öncülü ve karşıtı olarak düşünülen şeyi etiketlemek için kullanılan” (Oring, 2013, s. 33) bu yaklaşım -son yıllarda kazanmaya başladığı bir ivmeyle- gelenek ve modernitenin sentez haline getirilmeye veya uzlaştırılmaya çalışıldığı düşüncelere doğru yönelim göstermiştir. Gelenek kavramı etrafında önemli çalışmaları bulunan S. Bronner (2011, s. 8) “geleneği rasyonalite, ilerleme ve gençliğin karşısına koymak yerine, geleneğin onsuz değil onunla birlikte olduğu” tezini savunmuştur. Ona göre gelenek, “modernitenin bir folyodan ziyade bir faktördür”. Başka bir deyişle gelenek, moderniteyi ayrıştıracak/ayrıştırılmasına yarayacak bir unsur olmak yerine onunla iç içe geçebilen, birbirini besleyebilen bir yapıya sahip olarak görülmüştür. Bu açıdan geriden gelen (geride kalmış), tekdüze, basit, sabit, sınırlayıcı değil modern yaşamla birlikte var olan, güncellenen, değer kazandırılan, yaratıcı bir alan olarak değerlendirilmiştir.

Aynı zamanda uzak bir geçmişten gelen, nesilden nesile<sup>43</sup> dolaşıma geçirilen, hayatta kalmasına özen gösterilen, saf ve bozulmamış olan, nostaljik olarak paketlenen şekliyle bir gelenek algısı, modern teknoloji içinde veya çağın iletişim araçlarında geleneklerin icra edilebileceği ve yeni geleneklere kapı aralayabileceği bağlamlar olduğunun da kabulüne evrilmiştir. Bu doğrultuda “dil kadar eski veya mobil bilgi işlem cihazlarının ağırları kadar yeni teknolojilerin kolaylaştırdığı geleneğin, insanları ortak geleceğe daha fazla bağlayarak şimdikiyi canlandırdığı” (Blank ve Howard, 2013, s. 10) vurgulanmıştır. Tok Thompson (2013, s. 155) da benzer bakış açısıyla geleneği “geçmişten

---

<sup>43</sup> Sims ve Stephens’e (2011, s. 74) göre “bir şeylerin nesilden nesile aktarıldığı fikri, geleneklerin paylaşımının yalnızca doğrusal ve kronolojik olduğunu düşündürür”. Ayrıca bize göre büyükten küçüğe, yaşlıdan gence doğru bir çizgi de söz konusudur. Halbuki tersine yürüyüş de olabilir. Özellikle dijital çağda bu olgunun nasıl gerçekleştirildiği çözümlenmelidir.

gelen, sosyal failer tarafından ifade edilen ve şimdiki bir anda icra edilen bir hatıra” olarak tanımlamıştır.

Diğer taraftan gelenek kavramına ilişkin eleştirel yaklaşımlarıyla meseleyi ele alan E. Oring (2013, s. 43) “gelenek veya geleneksel olarak adlandırılan bir şeyin folklorik görüş alanına girdiğinin kabul edildiğini; halkbilimcilerin kendilerini haklı hissettiren ve onlar tarafından büyük ölçüde bölgeyi işaretlemek için sıklıkla kullandıkları bir sözcük olmasına karşılık geleneğin, kültürel yeniden üretim süreci” olarak çözümlenmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Başka bir deyişle çoğu çalışmada sıkça başvurulan ve karşılaşılan bu kavramın folklor disiplinindeki merkeziliğine ilişkin iddialara rağmen geleneğin analitik bir kavram olarak alana hizmet etmediğini; gerçek analitik çözümlenmelerin derinleştirilmesi sayesinde kavramın değer kazanabileceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda nesne etrafında dönen veya ürün temelli çalışmalardan ziyade odaklanılacak esas noktanın teslim etme ya da devretme sürecinin bileşenleri olması gerektiği eleştirisinde bulunmuştur.

Özetle, “kökü öncekinde ve yüzü sonrakine dönük olan” (N. Özdemir, 2018b, s. 214); başka bir deyişle bireysel ve toplumsal reflekslerle geçmişi sonrakinin hareket noktası, ilham kaynağı, inşa edilecek zemini, çıkılacak basamağı olarak değerlendirilmesi açısından köşe taşı konumunda bulunan gelenekler -kaybolabilir ve parçalanabilir yapılarının yanı sıra- güncellenebilir ve çağa uyum sağlanabilir nitelikleriyle de önem arz eden bir olgudur. Bu çalışmada çözümleneceğimiz gibi geleneklerin/geleneksel unsurların kaybolabilirliğinden kastımız geleneklerin bitme, tükenme, noktalanma gibi geçmişe aitliğini, sınırlılığını ve durağanlığını çağrıştıracak romantik, genellemeci ve katı korumacı bir bakış açısının ötesindedir. Başka bir deyişle gelenekleri dinamik ve tekno-kültürel çağda güncellenebilir –hatta yenilerinin üretilebildiği- bir süreç olarak gören yeni yaklaşımlara katılmakla beraber olumsuz faktörlerin de dile getirilmesinin bütüncül bir çözümlenme için gerekli olduğu inancındayız. Dolayısıyla geleneğin belirsizleşebilirliğinin, değersizleşebilirliğinin hatta kaybolabilirliğinin kabulü, yenilenebilirliğinin ve yenisinin üretilebilirliğinin karşısında konumlandırılan bir setten ziyade değişen/dönüşen her olgunun kayıtsız şartsız kutsanmasının ve tek yönlü belirlenimciliğin eleştirel yaklaşımıdır. Bu açıdan gelenek olgusunun belirsizleştirilmesi, anlamsızlaştırılması, gereksizleştirilmesi, yapmacıklaştırılması gibi olumsuz kabul edilebilecek süreçlerinin ortaya çıkmasının (veya bu süreçlerden geçmesinin) ifade

edilmesi veya eleştirel çözümlemesinin yapılması romantik bir yaklaşımdan ziyade bilimsel bir duruşun gerekliliği kabul edilmelidir.

*Geleneksel* sözcüğü Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “geleneğe dayanan, gelenekle ilgili olan, kökleşik, ananevi, tradisyonel” olarak tanımlanmıştır. Kullanım biçimlerine ve anlamsal karşılığına bakıldığında *geleneksel* sözcüğü, gelenek (halinde) olan; gelenek haline gelmiş nesneyi, unsuru, olguyu, süreci çağrıştıran veya bunlara atıfta bulunan bir kavram görünümündedir. Dilbilgisi çerçevesinde incelendiğinde “Arapça ve Farsça isimlerden, bağlandığı isimle ilgili sıfatlar yapmaya yarayan nispet ekinin (*i*)” (Korkmaz, 1992, s. 112) karşılığı olarak kullanılan *-sel*, *-sal* ekinin Türkçede isimlere, fiillere ve yabancı kökenli sözcüklere getirilerek kullanım alanının genişletilmesi söz konusudur. Bu doğrultuda “*ananevi*” sıfatı yerine “*geleneksel*” sözcüğünün yerleştirilmesi ve tercih edilmeye başlanmasının yanı sıra *gelenek* sözcüğü de bazı durumlarda *gelenek-sel* şeklinde sıfatlaştırılarak kullanılmaktadır. Bazı durumlarda ise *gelenek kültürü* (belirtisiz isim tamlaması) ifadesi yerine *geleneksel kültür* (sıfat tamlaması) şeklinde kullanım biçimlerinin olduğu görülmektedir. *Geleneksel* sözcüğü –genellikle- sıfatlaştırılan yapısı gereği bir sözcüğü, kavramı ve unsuru nitelendirme amacıyla ifade alanı bulmaktadır. *Geleneksel* sözcüğünün kullanımının tercih edilmesinde –ilk olarak- anlamla ya da içerikle ilgili bir farklılık belirtmek ya da öneride bulunmaktan ziyade ilgi, ilinti, bağlantı sağlamak istenmesinin amaçlandığı belirtilebilir. Bu açıdan *geleneksel* sözcüğü ile daha özel ve indirgenmiş (kapsamı belirlenmiş) bir olguya ve alana atıf yapılmaktadır. Ayrıca bunun da ötesinde söz konusu kavramın veya unsurun gelenek halindeki niteliğine gönderme yapılmakta; geleneğin sınırları içerisinden taşmadığı (veya geleneğin kendisi olduğu) vurgulanmaktadır. *Geleneksel* sözcüğünün kullanılmasının işlevlerinden birisi de bilim, sanat, spor, sağlık gibi alanlarda sınıflandırma yapmak; alan, dal, terim belirtmek/belirlemek gibi durumlardır. (*Geleneksel tiyatro, geleneksel müzik, geleneksel tıp, geleneksel spor vb.*)

Diğer taraftan *geleneksel* ifadesi “miras olan, süregelen, doğal, sağlıklı, el ve ev işi, köy ürünü, usta malı” gibi aslında gelenek kavramının uzun yıllar boyunca çağrıştırdığı ve zihinlere yerleşen anlamlarını karşılamak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte –bazı durumlarda- söyleyiş kolaylığı, yaygınlık, övme-kutsama veya yerme-küçümseme gibi faktörlerle bilinçli ve bilinçsiz bir şekilde *geleneksel* sözcüğünün dolaşıma girdiği görülmektedir.

#### 1.1.4. Geleneksel Yemek Kültürü

Geleneksel kavramının yaygın olarak kullanıldığı alanların başında *geleneksel yemek* ifadesi gelmektedir. Geleneksel yemek, basit ve dar anlamda düşünüldüğünde- yerel veya ulusal olarak bir ürüne göndermede bulunmaktadır. Bu ürün, belirli bir bölgeye özgü öne çıkan veya ünlenmiş bir yemek olabileceği gibi ülke içerisinde ulusal kimlik kazanmış, uluslararası alanda da vitrine konulabilen nitelikte bir yiyecek olarak kabul edilmektedir.

Diğer taraftan *geleneksel yemek* kavramı çatısı altına hangi faktörlerin girdiği veya bir yemeğin geleneksel olmasını sağlayan temel kriterlerin neler olabileceğine ilişkin çözümlenmesi gereken sorular bulunmaktadır. Galli'ye (2017, s. 4-5) göre “yerel, ulusal ve küresel çapta tercih, alışkanlık, tutum, davranış gibi faktörler açısından farklılıkların ve çeşitliliklerin sergilendiği; bu bağlamda göreceli değerlendirmelerin yapıldığı yemek kültürü alanı diğer bileşenleriyle de heterojen bir yapı arz etmektedir”. Bununla birlikte yerel, orijinal, tipik, özel gibi kavramların yerleşmiş algısıyla geleneksel olanın karmaşık anlamlar dizisiyle bağlantılı tarafının olması da tanımlama zorluğunu artıran faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Sebastia (2017, s. 15) da benzer bir görüşle gelenek kavramının duygusal, kültürel, ideolojik ve politik olarak derinden kökleşmesinden dolayı geleneksel yemek tanımının herhangi bir basitleştirmeye veya standartlaştırmaya direndiğini belirtmiştir.

Geleneksel yemek kavramı üzerinde yayınlanan İngilizce kaynaklara baktığımızda özel, ulusal, uluslararası gıda-tarım-hayvancılık kuruluşlarının ve bu kurumlara mensup uzmanların; dünyada çeşitli üniversitelerdeki ziraat fakültelerinin ilgili bölümlerinden<sup>44</sup> veya sağlık bilimleri alanından akademisyenlerin bazı çalışmalarının olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların genellikle ilgili disiplinin amaç ve araştırma alanı doğrultusunda genetik kaynaklar, gıda politikası, sürdürülebilirlik, halk sağlığı, doğal beslenme, beslenme epidemiyolojisi, tüketici algıları ve seçimleri vb. konulara odaklandığı söylenebilir. Diğer taraftan bu çalışmaların geleneksel yemek kavramının tanımlanmasında eleştirilebilecek bazı yönleri olmakla beraber bu kavramın tanımlanması ve işlevlerinin belirlenmesi bakımından genel ve önemli bir çerçeve çizdiği de belirtilebilir. Bu doğrultuda ilgili çalışmaların verilerinin ve çözümlerinin,

<sup>44</sup> Örneğin Michigan Eyalet Üniversitesi Ziraat Fakültesi Doğal Kaynaklar Tarım, Gıda ve Kaynak Ekonomisi Bölümü.

disiplinlerarası bir yaklaşımla kültür bilimi alanda gerçekleştirilecek diğer araştırmalarla geliştirilmesi gerekmektedir.

Bahsedilen çalışmalarda geleneksel yemek kavramına dair tanımlar ve yaklaşımlar şu şekilde açıklanabilir:

Geleneksel yemek ifadesinden nelerin kastedildiği üzerine konuyu ele alan Lin T. Humphrey<sup>45</sup> (1989) bazı yaklaşımlarda bulunmuştur. Genel olarak bakıldığında “halk yemeklerinde gelenekselliği belirtmek için “tek ölçütün aşçının ya da tüketicinin durumun böyle olduğuna dair algısı olduğunu” dile getiren Humphrey’e (1989, s. 163) göre geleneksel yemekler, “bellek kültüründeki geleneksel tarifler ve yemek hikayelerine dayalı olarak gerçekte sahip olduğumuz miras ve tarih türüne ya da sadece sahip olmayı dilediğimiz şeylere” atıfta bulunabilir. Buna karşılık Humphrey, yemeklerin geleneksel olarak etiketlenmesinde yemeğin “kişinin ailesinden geçmesine, özel günler için ayrılmış olmasına, benzer kişilerden oluşan bir toplulukla paylaşılmasına, basit temel malzemelerden yapılmış olmasına veya alışılmadık bir isim verilmesine bakılmaksızın özel olarak belirlendiğini” (Humphrey, 1989, s. 168) ileri sürmüştür. Başka bir deyişle gelenek kavramının statik ve ölü unsurlar olmadığı yaklaşımından hareketle bireysel ve toplumsal olarak anlam kurma, özdeşleştirme, değer kodlama gibi işlevler etrafında yiyeceklerin geleneksellik kriteri kazandığını vurgulamıştır. Böylelikle icat ve inşa edilebilirlik etrafında geleneksel olarak nitelendirilen yemeklerin güncel bağlamsal anlamlarıyla değer kazandığının altını çizmiştir. Gelenegin dinamik ve güncellenebilir yapısını vurgulamak için geleneksel yemek kavramına dar ve yüzeysel bir bakış açısı içeren bu yaklaşımın farklı dinamiklerle desteklenmesi ve derinleştirilmesi gerektiği kanaatindeyiz.

*Geleneksel yemek* (gıda) kavramı üzerinde literatür taraması yapan araştırmacılar ilk olarak Bertozzi’nin (1998) tanımına yer vermişlerdir. Bu tanımda “*geleneksel bir gıda ürünü*” şeklinde nitelendirilen unsur “*bir grubu temsil eden, tanımlanmış (belirlenmiş) bir alana ait ve o bölgede faaliyet gösteren bireylerin iş birliğini ima eden bir kültürün parçası*” şeklinde ifade edilmiştir. Başka bir deyişle geleneksel gıda vurgusu, ürün temeli

---

<sup>45</sup> Humphrey, öğrencilerinden çeşitli tarifler toplayarak geleneksel gıdalardan ne anladıklarını araştırmalarını istemiştir.

üzerinde inşa edilerek bölgesel olma, ortaklaşa edinme, grup kimliğini ifade etme ve bu kültürün bileşeni olma biçiminde yapılandırılmıştır. (Guerrero vd. 2009, s. 345-346).

Geleneksel yemek (traditional food) kavramının tanımlanmasında ilk kurumsal çalışmalar Avrupa Komisyonu'nun Altıncı Çerçeve Programı tarafından finanse edilen bir projesi olan TRUEFOOD (Traditional United Europe Food/ Geleneksel Birleşik Avrupa Yemekleri) ile EuroFIR (European Food Information Resource Network/Avrupa Gıda Bilgi Kaynak Ağı) adlı uluslararası dernek tarafından gerçekleştirilmiştir.<sup>46</sup> EuroFIR (European Food Information Resource Network/Avrupa Gıda Bilgi Kaynak Ağı) adlı kuruluştaki görev alan araştırmacılar, geleneksel yemek/gıda kavramına atfedilen anlamlar üzerinden bir tanım geliştirmeye çalışmışlardır. Buna göre geleneksel yemek/gıda (traditional food) *“geleneksel bileşenler/içerikler (hammadeler veya birincil ürünler); geleneksel kompozisyon; geleneksel üretim türü ve/veya işleme yöntemi kullanımı açısından aynı kategorideki diğer benzer ürünlerden açıkça ayrılan belirli bir özelliğe sahip bir gıda”* şeklinde tanımlanmıştır. Bu doğrultuda *“geleneksel bileşenler/içerikler”* kriteri tanınabilir bir coğrafi alanda kullanılagelen, tek başına veya birincil/hammadde ürün niteliği gösteren ve Avrupa Birliği standartlarına uygun olanı; *geleneksel kompozisyon* ise İkinci Dünya Savaşından<sup>47</sup> önce oluşturulan, nesiller boyunca sözlü veya diğer yollarla aktarılan farklı bileşimi; *geleneksel üretim ve/veya işleme türü* ise sözlü gelenek veya başka yollarla nesilden nesile aktarılmış, İkinci Dünya Savaşından önce uygulanmış ve üretimin veya işlemenin başlangıçta kullanılan yöntemlere uygun kalarak gıdanın fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik veya organoleptik<sup>48</sup> özelliklerinin korunması<sup>49</sup> koşuluyla Avrupa Birliği gıda yönetmelikleri ve her türlü teknolojik gelişmenin dikkate alınmasını kapsamına alan ve açıklayan başlıklar olmuştur. (Trichopoulou vd. 2007, s. 424).

Geleneksel yemek kavramı ile ilgili literatüre bakıldığında çoğu tanımların, Avrupa Birliği politikaları çerçevesinde oluşturulmasına ek olarak Avrupa'da yaşayan halkların geleneksel yemek (gıda) kavramına ilişkin bakış açılarının çeşitli araştırma teknikleriyle

<sup>46</sup> TRUEFOOD çalışmaları: Guerrero vd. 2009, 2010; EuroFIR çalışmaları: Trichopoulou vd. 2007.

<sup>47</sup> Zaman sınırı bağlamında İkinci Dünya Savaşı öncesinin işaret edilmesinin kitlesel gıda üretimi çağından önce anlamına geldiği; nüfusun eski zamana bağlı yaklaşımlarının uygulanmaya devam edildiği bir süreci tanımladığı; teknolojik yeniliklerin gıda üzerindeki değiştirici etkilerinin henüz tanınmadığı bir zamana göndermede bulunduğu belirtilmektedir. (Trichopoulou ve diğerleri, 2007, s. 424).

<sup>48</sup> Organoleptik gıda ürünlerinin, insanların tat, görme, dokunma, koklama gibi duyularını uyaran özellikleridir.

<sup>49</sup> Sebastia'ya (2017, s. 5) göre “gıda maddelerinin ve yemeklerin üretimini etkileyen değişiklikler nedeniyle fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik özelliklerin korunması hedefine saygı duymak kesinlikle zordur”.



incelenmesiyle ortaya konulduğu bir durum söz konusudur. Başka bir deyişle geleneksel yemek/gıda ürünü (traditional food products) ifadesinden nelerin kastedildiği üzerinde Avrupa'nın çeşitli bölgelerinde yaşayan topluluklar arasından seçilen kişilerin zihinlerindeki çağrışımlar belirlenerek geleneksel yemek/gıda tanımlamaları yapılmaya çalışılmaktadır. Bu tür araştırmalar arasında L. Guerrero vd. (2009, 2010) tarafından yayımlanan çalışmalar öne çıkmaktadır.

Geleneksel gıda ürünleri kavramından tüketicilerin neleri anladığı ve bununla hangi değerleri ilişkilendirdikleri hususunun ele alındığı bu çalışmalarda (1) *alışkanlık/yaşam biçimi-doğal*, (2) *köken-yer/yerellik* (3) *işleme-dikkatle hazırlama* ve (4) *duyusal özellikler*<sup>50</sup> şeklinde dört ana boyut belirlenmiştir. (Guerrero vd. 2009, s. 348).

Buna göre (1) *yaşam biçimi-doğal* maddesi ile geleneksel gıda ürünlerinin nesilden nesile aktarılan, sağlıklı, faydalı, ev-el ve köy işi, endüstriyel işleme ve katkı maddesi içermeyen ve günlük hayatın bir parçası olan yapısının; (2) *köken-yer/yerellik* ile gıdanın, menşeiyle bağlantılı olarak coğrafi çerçevesinin; (3) *işleme-dikkatle hazırlama* ile bir gıda ürününün geleneksel olması için geleneksel bileşenler içermesinin ötesinde geleneksel tariflere göre geleneksel bir şekilde işlenmesi-hazırlanması gerektiğinin; (4) *duyusal özellikler* ile gelenekten haz alma parametrelerinin anlaşıldığı vurgulanmıştır. (Guerrero vd. 2009, s. 348).

Özetle, Guerrero ve diğerlerinin (2009, s. 348) bütüncül ifadelerine göre “geleneksel gıda (yemek) ürünü sık tüketilen, belirli kutlamalar ve mevsimlerle ilişkili, bir nesilden diğerine aktarılan, gastronomik mirasa göre işlenen ve hazırlanan, hiç manipülasyon yapılmamış (ya da az yapılmış), duyusal özellikleri nedeniyle ayırt edilen ve belirli bir yerel alan, bölge veya ülke ile ilişkili bir ürün” olarak tanımlanmıştır. Yukarıda belirtilen çalışmaya ek olarak yine Guerrero ve diğerleri (2010, s. 230) tarafından gerçekleştirilen ve “kelime ilişkilendirme metodolojisinin uygulandığı<sup>51</sup>” (Caputo ve diğerleri, 2017, s. 51) başka bir araştırmada da ilgili maddeler genişletilerek geleneksel yemek (gıda) ürünü kavramına bütüncül bir bakış açısı getirilmiştir. Bu maddeler şöyledir:

<sup>50</sup> Habits-natural, origin-locality, processing-elaboration, and sensory properties.

<sup>51</sup> Uyarın olarak geleneksel yemek (gıda) ile ilişkilendirilen sözcüklerin neler olduğu yöntemidir. (Örneğin, geleneksel yemek/gıda kavramının Noel, büyükanne, bayram, doğal, sağlık, eski, kırsal vb. sözcükleri çağrıştırması).

1. Duyusal-*Sensory* (tat, zevk ve lezzet gibi sınıfları içerir)
2. Sağlık-*Health* (sağlıklı, sağlıksız, ağır/bol veya besleyici gibi sınıfları içerir)
3. Dikkatle Hazırlama-*Elaboration* (el yapımı, ev yapımı, detaylandırma veya zahmetli gibi sınıfları içerir)
4. Miras- *Heritage* (atalar, eski, aile, kültür veya sonsuz gibi sınıfları içerir)
5. Çeşitlilik-*Variety* (çeşit, sıkıcı veya seçim gibi sınıfları içerir)
6. Yaşam biçimi/Alışkanlık-*Habit* (habitual/tipik gibi sınıfları içerir)
7. Menşei (Köken)-*Origin* (ülke/bölge gibi sınıfları içerir)
8. Temel/basit(lik)-*Basic/simple*
9. Özel günler-*Special occasions* (kutlama, tatiller veya Noel gibi sınıfları içerir)
10. Pazarlama-*Marketing* (pahalı, mağaza veya dağıtım gibi sınıfları içerir).

Bu çalışmalardan hareketle geleneksel yemek/gıda, (1) belirli bir coğrafi bölgenin özel doğal kaynaklarıyla, sosyal, kültürel ve gastronomik mirasıyla güçlü bir şekilde bağlantılı olan; (2) yerel olarak geliştirilen geleneksel bir üretim süreci ile elde edilen” olmak üzere iki ana özelliğe sahip geniş bir ürün yelpazesine atıfta bulunmak için kullanılan kavramsal bir çerçeve şeklinde karşımıza çıkmaktadır. (Antonelli ve Viganò, 2017, s. 25).

Son dönemde yapılan başka bir çalışmadaki tanımda ise geleneksel yemek, (1) *temel üretim adımlarının ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde belirli bir alanda gerçekleştirildiği*, (2) *tariflerinde (bileşenlerin karışımında), hammaddenin kökeninde ve/veya üretim sürecinde otantik yapının olduğu*, (3) *yaklaşık 50 yıldır ticari olarak mevcut olan*<sup>52</sup> ve (4) *gastronomik mirasın bir parçası olan gıda ürünleri* şeklinde ifade edilmiştir. (Reinders ve diğerleri, 2019, s. 3).

Görüleceği üzere geleneksel yemek ifadesinin, “*belirli hammaddelere sahip, uzun süredir bilinen bir tarifi ve belirli bir süreci olan bir ürünü ifade ettiği*” genel olarak kabul edilmektedir. Ayrıca “geleneksel yemekler, genellikle yerel yiyeceklerle -belirli malzemelerle üretimin yapıldığı yere ve teknik bilgiye atıfta bulunan zanaatkar yiyeceklerle- ilgilidir. Bununla beraber geleneksel yiyeceklerin tarımla doğrudan bağlantılı olduğu ve olması gerektiği şeklinde genel bir algı vardır”. (Cayot, 2007, s. 445-446).

Geleneksel yemek kavramına ilişkin irdelenmesi gereken hususlardan birisi ise –bazen birbirinin yerine kullanıldığı görülen- yemek ve *gıda* sözcüklerinin anlamları arasındaki ince çizgidir. Yemek, -yeme eylemi dışındaki anlamıyla- günün belirli öğünlerine ve özel günlere özgü olarak belirli malzemelerin birbiriyle uyumlu olacak bir şekilde dönüşümünün sağlanmasıyla elde edilen yiyeceklerdir. Yemek sözcüğü daha çok kültürel

<sup>52</sup> Bu maddeden ne kastedildiği açık değildir ve ayrıntılı da açıklanmamıştır.

sürece vurgu yapmakta; hem performansa hem de ürüne atıfta bulunmaktadır. Buna karşılık, gıda sözcüğü ise canlıların hayatını devam ettirebilmeleri için gerekli olan yiyecekleri karşılamaktadır. Genellikle fizyolojik duruma atıfta bulunan gıda sözcüğü madde ve ürün olarak besin eksenine yerleştirilmektedir. Yemek sözcüğü ise daha kapsamlı anlamsal bir yapıya sahiptir.

Geleneksel yemek (traditional food) kavramıyla ilgili İngilizce literatürde yer alan çalışmalarda tanımlamalarda dikkat çeken nokta bu kavramın hem ürünü hem de –bu ürünü ortaya çıkaran- süreci ele almasıdır. Başka bir deyişle dolaylı olarak yemeğin, kültürel boyutuna giriş yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda geleneksel yemekler, coğrafi şartlardan kaynaklı olarak belirli hammaddelerin mevcudiyetinin bir sonucu/toplamı; ayrıca geleneksel bilginin performansa dönüşmüş süreçler bütünüdür. Diğer bir ifadeyle geleneksel yemek kavramının tanımlanmasında belirtilen işlevler ve özellikler aslında o yemeği/ürünü ortaya çıkaran bileşenlerle ve bağlamsal şartlarla doğru orantılıdır (veya olmalıdır). Bu açıdan geleneksel (ekolojik) bilgi, coğrafi zemin/şartlar, genetik kaynaklar geleneksel bir yemeğin bağlamsal şartlarının temelini oluşturmaktadır. Geleneksel yemek kavramının nasıl karakterize edileceği ise “üretim yeri, şartları ve şekilleri; malzemeyi temin, işleme-dönüştürme süreci ve teknikleri gibi faktörler ekseninde gerçekleştirilmelidir. Bu faktörlerin tarihsel süreç içerisinde tükenmesine veya kendilerini güncellemelerine sebep olan temel dinamiklerinin olduğu gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu noktada -gelenek kavramının eski ve yeni bakış açılarına dayanarak geleneksel yemek kavramına iki cepheden bakılabilir.

Gelenek kavramının eski algısıyla da bağlantılı olarak geleneksel yemek, tarihi-coğrafi ve insani şartlara bağlı olarak kazanılan ve nesilden nesile, yüz yüze, sözlü bir şekilde iletilen geleneksel (ekolojik) bilginin (avlama-toplama, yetiştirme, pişirme, işleme/dönüştürme, saklama vb.) çeşitli vesilelerle (günlük, törensel vb.) ve bazı tekniklere de bağlı olarak işe koşulmasıyla gerçekleştirilen ve sürdürülen; sınırları coğrafi bir çerçevede çizilmiş; genellikle kırsal alana ait, tarım ve hayvancılığa dayalı olan; doğal ve sağlıklı olarak algılanan ürünler, yöntemler ve süreçler bütünüdür. Geleneksel yemek kavramı çok büyük bir oranda bu çerçevede düşünülür. Bu şekildeki bir tanımlama – kültürel bir miras veya hazine olarak algılanan-geleneğe, dolayısıyla geleneğin ürününe bozulma ve kaybolma tehlikeleri; derleme ve kurtarma amaçları yüklemektedir.

Bu çalışmada etraflıca çözümleyeceğimiz gibi gelenek olgusunun dinamik ve güncellenebilir yapısının olması herhangi bir geleneğin teknolojik ve diğer şartlara bağlı olarak çözümlere *uğramayacağı* anlamına gelmemelidir. Gelenek gibi çok geniş bir kavramın çatısı altında genellemelere gitmek yerine herhangi bir geleneğin iç ve dış değişenler-bileşenler açısından analizlerinin yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda insan elinin çıplak olarak veya teknoloji maşasıyla değerek dejenere edilmeye en açık alanların başında yemek/gıda unsurunun gelmesi, geleneksel yemek kavramının ilk olarak korumacı bir yaklaşımla ele alınmasını çarpıtıcı bir gerçek olarak açığa çıkarmaktadır. Herhangi bir geleneksel yemeğin korunması, yemeği oluşturan tüm bileşenlerin (geleneksel bilgi ve işlem, genetik kaynaklar vb.) bir araya gelme şartının önemini ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle bir yemeğe geleneksel karakterini kazandıran temel unsurlardan birisi olan lezzet sürdürülebilirliğinin sınırları bu çerçevede çizilmelidir. Bu açıdan yaşatarak koruma olgusunun temel alanlarından olan geleneksel yemeklerde ürünün niteliği, bu sürdürülebilirliğin ana kriteri olarak düşünülmelidir. Örneğin genetiği değiştirilmiş bir mısırın –haşlanmış veya közlenmiş olarak- sokak lezzetleri bağlamında satılması bu geleneği şeklen devam ettiren bir süreci karşılar ve geleneğimsi bir yapı yaratır.<sup>53</sup> Diğer taraftan kuşaklararasılık bağlamında yeni neslin önceki lezzeti tadamamış olması, geleneksel olarak etiketlenilen (!) geleneğin bir ürünü olarak lezzet belleklerine yerleştirmelerine neden olmaktadır. Diğer taraftan koruma konusunun gıda güvenliği ve kültürel kimlik başta olmak üzere pek çok açıdan stratejik bir konumda olduğunun da göz önünde bulundurulması gerekir.

Tarihi açıdan tehditlere açık olarak konumlandırılan gelenek algısının kökeninde yer alan bu refleks, geleneğe/geleneklere –modernite penceresinden- donuk, duruk, gelişemeyen yapılar olarak olumsuz bir açıdan bakılması sonucunu doğursa da bir geleneğin (veya geleneğin unsurlarının) korunması ihtiyacı geçmişten gelen güzelliklerin özleminin katı bir şekilde gerçekleştirilmesinin ötesinde algılanmalı ve aranmalıdır. Dolayısıyla geleneksel bir yemeğin korunması süreç ve yöntem olarak gelişime kapalılığı değil tarihsel süreç içerisinde temel değişenler ekseninde kendini yenilemeyi sürdürme çabası olarak da düşünülmelidir. Handler ve Linnekin'e (1984, s. 288) göre “gelenek ideolojisinin en büyük paradokslarından birisi, kültürel korumaya yönelik girişimlerin, düzeltmeleri amaçlanan gelenekleri kaçınılmaz olarak değiştirmesi, yeniden inşa etmesi

<sup>53</sup> İthal tohumlardan elde edilen ürünler de bu bağlamda düşünülmelidir.

veya icat etmesidir”. Bu doğrultuda insanlık tarihi içerisinde malzeme temini, kullanılan araç ve gereçler, pişirme teknikleri gibi pek çok unsurun işlevini yitirmesine ya da belirli bir bölümünün sürdürülebilirlik bağlamında yaşatılmasına (yaşatılmaya çalışılmasına) karşılık değişim ve dönüşüm geçirerek yaşanan çağa uyumlanmış olanlarının da yeni gelenekler oluşturabileceği olgusu temel bir gerçeklik olarak karşımıza durmaktadır. Folklor ürünlerinin kent ve teknoloji merkezli üretilmeleri ve yayılmalarının kabulüne paralel olarak geleneksel bir yemeğin temel bileşenlerinin belirli kriterler eksenindeki teknolojik dokunuşlarla kırsal alan dışında da gerçekleştirilebilmesi/sürdürebilmesi temel bir diyalektiktir. Burada geleneksel olanın eski olanı kucaklaması kadar yeni olana yüzünü dönmesi arasında ince bir çizgi bulunmaktadır. Esas olan geleneksel yemek kültürünün -dış dinamiklerden etkilense de- kendi iç dinamiklerinin etkin kılınarak sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bu bağlamda geleneksel yemek kavramı açısından gıdaya dair dış dinamiklerin kendisinin ötesinde nasıl kullanıldığının işaretlenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada geleneksel yemek kavramına bu boyutta bakacağımızı da belirtmeliyiz.

Tüm bu yaklaşımlar ışığında *geleneksel yemek* kültürü kavramı ise yemeğin fizyolojik bir ihtiyacın karşılanmasından büyük bir kültür biçimine evrimi içerisinde belirli bir coğrafi alana ait özelliklerden kaynaklı olan yiyeceklerin geleneksel bilgi çerçevesinde belirli aşamalardan ve uygulamalardan geçirilerek bir takım araç-gereçlerle işlenmesi ve dönüştürülmesine dayanan; günlük yaşamın ve özel günlerin yaratıcı performanslarıyla sunulduğu ve toplum tarafından (algı, din-inanç, sağlık, değer, davranış, zevk-beğeni vb.) onaylandığı bir sistem içerisinde yaşatılan; yerel/yöresel ve ulusal karakter sergileyebilen ayrıca kente nakledilebilme, kent merkezli üretilebilme ve yaşatılabilme özelliği gösteren; (bazı ölçülerde) teknoloji aracılı kimlik ve ifade alanı bulabilen; belirlenen ve geliştirilebilecek bu döngü içerisinde sürdürülebilirliği sağlanan bir olgu olarak değerlendirilebilir.

Başka bir ifadeyle hayatın her alanı ve aşamasında bilgi, beceri veya ritüel yoluyla ifade edilen kültürel yapının yemek unsuruna kodlanması ve aktarılması; yemeğin, geleneksel kültürün bir ifade ve iletişim biçimi olarak işlevsel hale getirilmesidir. Bu açıdan geleneksel yemek kültürü, ürün ve o ürünü ortaya çıkaran bağlamsal şartlar temelinde gerçekleştirilen bilgilerin, işlemlerin ve bu ürünlere yüklenen değerlerin toplamıdır. Geleneksel yemek kültürü kavramı herhangi bir ürünün kendisinin ötesinde bir yemeği

hazırlama, sunma, yeme, toplama, temizleme süreçlerinin kültürel değerler çerçevesinden şekillenmiş davranış kalıplarını da kapsamaktadır. *Geleneksel yemek kültürü* kavramı ürün odaklı düşünüldüğünden bu süreçler ihmal edilmekte; bu alandaki çalışmalar bazı yörelerin şöhretli lezzetlerinin derlenmesi ve tariflerinin kayda geçirilmesi çerçevesine sıkıştırılmaktadır.

Geleneksel yemek kültürü, kültürel mirası deneyimleme şeklidir. Gönüllü katılımları (lezzet keşfi ve yardımlaşma, davet vb.) ve uyulması gereken davranışları (toplumsal normlar vb.) içeren bu deneyimler tat, koku, görme, işitme ve dokunma duyularının (söz konusu ürün bağlamında) harekete geçirilmesi ve böylece (geleneksel) lezzet belleği oluşturulması işlevine sahiptir. Bu bağlamda geleneksel yemek kültürü kavramı -bir yönüyle de- kişilerin damağına yerleşen tatlardan, alışlageldik hoş kokulardan, çizilmiş görüntülerden, çıkan/çıkarılan tınılardan ve belirlenmiş veya uygun dokunuşlardan ayrılamaz. Kültürel mirasın deneyimlenmesinde fizyolojik özelliklerin de belirleyici faktör olduğunu ifade ettiğimiz bu olgular, aynı zamanda -fiziksel, sosyal, sembolik olarak- öğrenilmiş davranışlar dizisidir. Çiğdem Kara'nın (2018) işaret ettiği üzere geleneksel yemek kültürü alanındaki çalışmalarda koruma ve sürdürülebilirliğin sağlanmasının yanı sıra bağlam bütünlüğü oluşturabilmek için de yemeğin duyuşal boyutlarının göz önünde bulundurulması ve çözümlenmesi gerekmektedir.<sup>54</sup>

Geleneksel yemek kültürü kavramı, sadece yenilenin değil yenil(e)meyenin de sınırları içerisinde konumlanmaktadır. Bu faktör, -genel hatlarıyla- geleneksel (ekolojik) bilgi temelinde hangi ürünlerin toplanıp zararsız bir şekilde yenilebileceğı ve coğrafi şartlara bağılı olarak yetiştirilebilen ürünlerin temininden başlayarak, inanç eksenli olarak şekillenen yiyecek repertuarı oluşturma sürecini kapsamaktadır. Yenirlik ve yenmezlik diyalektiğinin merkezini oluşturan bu olgular uluslararası, ulusal ve yerel olmak üzere çeşitli boyutlarda kendisini gösterir. Bu doğrultuda geleneksel yemek kültürünün ürün temelli olarak bileşenleri ve kişilerin, grupların/toplulukların kültürel davranışları açısından bu hususlar da göz önünde bulundurulmalıdır.

<sup>54</sup> Yemek ve ses ilişkisini, geleneksel yemek kültürünün temel bir boyutu olarak gördüğü çalışmasında Ç. Kara (2018) temel bir duyuşal faktör olan sesin, önemli bir kültürel miras unsuru olduğunu altını çizmiş; bu unsurun incelenip korunması gerektiğini belirtmiştir. Bu bağlamda Kara'ya (2018, s. 438) göre "duyma, bireysel bir duyuşal eylem olsa da kültür üyesi bireylerin kulak kabarttığı ya da kulak ardı ettiği sesler (örn. duyma, dinleme biçimi, gösterilen tepki), seslere yüklenen anlamlar, yaşam çevresi ve kültürle ilgilidir".

Diğer taraftan geleneksel yemek kültürü içerisinde bazen ilk bazen de son aşamayı teşkil etmesine karşılık çoğu zaman bu alanın çalışmaları kapsamında düşünülmeyen temizleme/ayıklama ve toplama işlemi de çözümlenmesi gereken önemli noktalardandır. Atıktan yenilebilir bir ürüne –radikal- dönüşümün sağlanması temizleme işleminin geleneksel yemeği oluşturan bir basamağıdır. Bunun -malzeme dönüşümü bakımından da- en özgün örneği işkembe/çorbası, kelle paça, kokoreç, şırdan, mumbar, kırkat gibi geleneksel lezzetlerdir. Başka bir deyişle geleneğin menüsünde yer alan bu tatların ve ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasının ana faktörlerinden birisi de geleneksel bilgiye dayalı temizleme işlemidir. Belirli aşamalardan geçen bu uygulamada hijyenin sağlanması amacının yanı sıra ürünün fiziken korunması, olası lezzet kaybının önüne geçilmesi, malzemenin rahat işlenmesi gibi faktörler de dikkate alınmaktadır.

Geniş bir araştırma konusu olmakla birlikte geleneksel yemek kültürü kapsamına alınması gereken hususlardan birisi de lokantalardır. Kent kültürünün ve turizminin yemek bağlamında canlı icra mekanları olan lokantalar, geleneksel yemek bilgisinin (köyden kente veya kentten kente) nakledilebilirliğine örnek oluşturmaktadır. Genellikle sanayi içinde veya şehir merkezlerinde konumlanan ve birkaç kuşaktır faaliyetini yürüten bu mekanlar, geleneksel bilginin profesyonelleşmesini ve özünü koruyup ticarileşmesini sağlayarak geleneksel Türk yemek kültürünün kentlerde işlev gören bağlamları olmaktadır. Başka bir ifadeyle lokantalar, geleneksel yemek kültürünün tüm uyarlarıyla (ürün, kişi, araç-gereç, ses, görüntü vb.) fark edilebilirliğinin ve lezzet sürdürülebilirliğinin sağlandığı merkezlerdir. Bu bağlamda yaşayan kültürel mirasın ekonomi temelli mekanları olan lokantalar, uygulamalı halkbilimi anlayışının da özgün bir örneğidir.

Diğer taraftan seyyar bir satıcı tarafından yapılan ve/veya satılan sokak lezzetleri (sokak yemekleri) de geleneksel Türk yemek kültürünün işlerliğine katkı sağlayan unsurlardandır.<sup>55</sup> Genellikle açık havada (eskiden) yük hayvanı veya taşınabilir araçlarla gezilerek (ya da sabit bir köşede) satılan; bununla birlikte büfe ya da salaş mekanlarda müşterisini bekleyen ve bir yönüyle de geleneğin “fastfood”u ve paket servisi (Getir’i) olan bu yiyecek-içecekler, satıcının geleneksel bilgisinin dışavurumu ve ekonomik bir

---

<sup>55</sup> Lokantalar ve sokak lezzetleri konusunda geleneksel adı altında sunulan ürünlerin niteliği de önemli bir faktör olup ayrı bir araştırma konusu olarak çözümlenmelidir. Bir ürünün geleneksel karakteri kazanmasında köşe taşı konumunda olan lezzet sürdürülebilirliği şeklen olmamalıdır.

değere dönüşümünün kültürel göstergeleridir. Başka bir cephesiyle, sokak satıcılığının kendisi, geleneksel hale gelen bir meslek biçimidir. Bağırış/çağırış tarzları<sup>56</sup>, jestleri, aksesuarları gibi özellikleriyle sokak satıcıları –bu bağlamda da sokak lezzetleri- tarihsel süreç içerisinde kaybolma, değişme ve dönüşme gibi etkenlere uğrasa da geleneksel Türk yemek kültürünün önemli bir parçası, taşıyıcıları ve tamamlayıcılarıdır.

Geleneksel yemek kültürü bağlamında çözümlenecek unsurların başında ise günlük veya mesleki açıdan performans olgusu gelmektedir. Performansın bir icra ve iletişim biçimi olarak en canlı örnekleri arasında olan yemek alanı, kişisel bir hareket tarzı ve yaratım ile (el becerisi, araç-gereç kullanma, artistik hareketler vb.) toplumsal katılım arasında çerçevelenmektedir. Bu açıdan yemek kültürü bağlamında performans kavramı, sadece yemek yapma/yapan açısından değil yiyen ve yeme davranışları bakımından da önemli bir olgu içerisine yerleşmektedir. Dar anlamda ve icracı (aşçı) açısından performans, bir yemeğin bitirilip sunum eşliğinde tadıma çıkarılan son aşaması, kısaca kalite sergisi; geniş anlamda ise söz konusu yemeğin ortaya çıkmasını sağlayacak bütün bileşenlerin (bilgi, hazırlık, beceri, işleme, dönüştürme, sunma vb.) ortaya konulmasıdır. Bununla birlikte bir yemeğin, nasıl yenildiği ve bu yemeğe ne şekilde tepki verildiği de bu performansın (ve ürünün) şeklini ve niteliğini belirleyen ana faktörlerdendir. Diğer taraftan dijital zeminde artistik bir iletişim biçimi kurulacak şekilde özel ve mesleki performanslar olarak gerçekleştirilen gösteri(m)ler de (gastro-performans/gastro-gösteri) çözümlenmesi gereken bir olgu olmaktadır.

Geleneksel yemek kültürü kapsamına alınacak diğer önemli unsurlar ise dinsel-büyüsel içerikli inançlara yansıyan yemek temalı-içerikli pratiklerdir. Başka bir deyişle bu yapılar içerisinde geleneksel yemek kültürü çözümlenmeleri, bir nevi olguyu tersten okumadır. Bir toplum içerisinde geçiş dönemleri başta olmak üzere kültürel yapının çoğu katmanında inanç, büyü ve fal gibi olguların işlemlerinin çoğu bir yemek nesnesi/unsuru üzerinden yapılır. Bu bağlamda yemek, bu yapı ve uygulamaların fizyolojik, psikolojik ve kültürel ritüeli şeklinde karşımıza çıkar. Söz konusu işlemlerde yemek üzerinden doğrulama, anlamlandırma, sağaltım ve huzur sağlanır.

---

<sup>56</sup> R. Bauman, (1971) Türkiye'den bir kumaş satıcısının sokaktaki bağırış tarzını mesleki performans biçimi olarak görmüştür.



Diğer taraftan yemeğe/yiyeceğe ilişkin “açlık ve ölüm” eksenli temel korkular da geleneksel yemek kültürünü biçimlendiren bir altyapıya sahiptir. Sağlık, ekonomik, askeri, mevsim gibi birtakım sebeplerle gıda üzerinde müdahalede bulunmanın geleneksel bilgi ve işlemleri bu kapsam altında değerlendirilmelidir. Bu bağlamda gıdaya ilişkin korkuların giderilmesi ve kolektif belleğin tekrar devreye sokulması amacıyla yiyecek stoklama ve ürün dönüştürme şeklinde kendisini gösteren yöntemlerinin geleneksel olarak nasıl inşa edildiği de çözümlenmesi gereken olgulardandır.

Bu bağlamda Ç. Kara’ya (2018, s. 436) göre “geleneksel yemek kültürü araştırmalarında yemek, toplumsal açıdan, yeniden üretim için takip edilen bir tarifi olan, bir grubu ve coğrafyayı temsil eden, toplumsal inanç ve değerlere göre biçimlenen, tüketiminde toplumsal tabakalaşmanın da belirleyici olduğu, kültürel yaşamın farklı boyutlarındaki üretimlerle de desteklenen; kültürü deneyim edenler açısından da yapılabilen (örn. tören keşkeği için malzeme toplama, karıştırma), tadılabilen (örn. yerel tat sınıflaması, tüketim), anlaşılabilen (örn. simgesel anlamlar), izlenebilen (örn. öğrenme, hazırlama, tüketim) ve işitilebilen kültürel bir süreç” olarak ifade edilmektedir.

Özetle geleneksel yemek kültürü kavramına dair yukarıdaki değerlendirmeler(imiz) doğrultusunda bütüncül ve disiplinlerarası bir yaklaşımla çözümlenmeler yapmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın bu noktasında geleneksel yemek kültürü, geleneksel mutfak kültürü, halk mutfağı gibi kavramlarla ifade edilen alanın halkbilimi disipliniyle ilişkisinin kurulması önem taşımaktadır. Aşağıda ayrıntılı olarak açıklanacağı gibi biyo-kültürel bir çıktı olarak yemeğin kökeninde halkbilgisi veya geleneksel ekolojik bilgi olması, bu alanı doğrudan ve temel anlamda halkbilimine bağlamaktadır. Bununla birlikte doğrudan hem yemek etrafında hem de yemekle dolaylı olarak oluşan ve yaşanan bir kültür biçiminin veya geleneklerin olması bu alanı yine disiplinler yörüngeye yerleştirmektedir.

Bu çalışmada halkbilimi ve geleneksel yemek kültürü ilişkisinin somutlaştırılmasının başka bir nedeni ise geleneksel yemek kültürü kavramını ilk olarak disiplinler bir çerçevede düşünme, özeleştirme yapma, alana katkı sağlamaya çalışma ve disiplinlerarası bir bakış açısı geliştirebilme gibi faktörlerden kaynaklıdır. Bu açıdan konuya dair tarihsel ve teorik olarak bir bakış açısı geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Yaptığımız araştırmalardan hareketle bu konuyu tarihsel düzlemde şu şekilde aktarabiliriz:

“Sözlü olarak aktarılan anlatı geleneklerini belgeleme ve koruma konusundaki ilk vurgusundan, bu gruba bir bağlılık duygusu veren ve herhangi bir grubun ifade edici performanslarının anlamlarını ve işlevlerini keşfetmeye kadar genişleyen” (Long, 2013, s. 220) halkbilimi disiplinin kapsamına geleneksel yemek kültürü çoğunlukla dahil edilmiştir. Tarihi bir perspektifle yaklaşıldığında bu noktada genel sebep -büyük bir cephesiyle- 1800’lerin başından beri Avrupa Romantik milliyetçiliğine dayalı bir akademik disiplin olan halkbiliminin odak noktasını sözlü bir gelenek içerisindeki anlatılar oluşturmasına karşılık bu Romantik boyutun, toprağın ruhunu temsil ettiğine inanılan köylülerin ve dolayısıyla köylülüğün yaşam tarzlarının ve ifade biçimlerinin ele alınmasını gerektirmesidir. Ulus kavramını şekillendiren siyasi, sosyal ve kültürel olayları anlamaya yönelik artan ilgiyi yansıtan bu yaklaşımlar, sözlü anlatılar eksenli olmasına karşılık hurafeler, inançlar ve gelenekleri de kapsayacak biçimde genişletilmiştir. Başka bir deyişle günlük yaşamın ya da özel günlerin temel pratiklerinden olan gıda üretimi ve tüketimi, söz konusu âdetler-gelenekler-inançlar içerisinde ele alınmış; bir ulusu oluşturan geniş aile içerisinde temel aktör olan köylülerin gıdaya/yemeğe ilişkin bilgi ve uygulamaları da ulus kültürünün özünü yansıtan unsurlar içerisinde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda halk kültürünün parçaları içerisinde “yemeğin, bir ulusu tanımlamada rolü olduğunun” (Long, 2013, s. 221) bilincine ulaşılmış; yemek, kültürel kimliğin bir vesikası olarak görülmüştür.

Halkbilimi ile geleneksel yemek kültürü ilişkisinin tarihi ve teorik zeminini oluşturan bu yaklaşımların yansımaları olarak disiplin tarihi açısından önemli bir merkezde bulunan kadro denemeleri üzerinden de bir hareket noktası kurulabilir. Başka bir ifadeyle halkbilimi disiplininin araştırma şubelerinin oluşturulmasında ilgili kadrolar arasında yemek/gıda/beslenme/mutfak şeklindeki ifade biçimleriyle karşılanan ve konumlandırılan bu alanın halkbilimi araştırmalarına ne şekilde dahil edildiğinin incelenmesi için kadro denemeleri üzerinden de şöyle bir basamak oluşturulabilir:

Halkbilimi tarihinde disiplinin çalışma kadrolarının belirlenmesinde temel çalışmalar arasında gösterilen Paul Sebillot'un 1904-1907 yılları arasında yayınlanan 4 ciltlik *Folklore de France* (Fransa Folkloru) adlı eserinde yemek (mutfak) kültürüne müstakil olarak başlık açılmamıştır.<sup>57</sup> Londra Folklor Cemiyeti'nin 1914 yılında -ikinci baskısı- Miss Charlotte Burne tarafından yayınlanan el kitabında da folklorun kadrolarının genişleyen sınırlarına karşılık yemek kültürüne ilişkin müstakil bir başlık yer almamıştır.<sup>58</sup>

İsviçre Halk Gelenekleri Derneği'nin 1917-1919 yılları arasında yayınladığı Folklor Bibliyografyası'nda (Volkskundliche Bibliographie) Hoffman Krayer'in kabul ettiği ve uyguladığı 20 maddelik kadroda 9'uncu sırada (IX) "Mekûlat ve Meşrubat"<sup>59</sup>; "Gıda Maddeleri ve İçkiler" (Boratav, 2000, s. 172) "Yiyecekler ve İçecekler" (Tan, 1995, s. 7) şeklinde müstakil bir başlık konulmuştur. Aynı maddenin farklı şekildeki çevirilerine veya ifade biçimlerine yer verdiğimiz yukarıdaki başlıklarda gıda (yemek) unsurunun halkbiliminin çalışma kadroları arasında gösterilişi önem arz etmektedir. Başka bir deyişle halk inançları, halk hekimliği, geçiş dönemleri, ev eşyaları, gelenek-görenekler gibi pek çok alanın içerisinde konumlanan yemek olgusuna müstakil bir inceleme alanı olarak dikkat çekilmiştir.

P. Saintyves, ilk cildinin baskısı 1933 yılında yapılan *Manuel de Folklore* (Cocchiara, 2017, s. 414) adlı kitabında *Folklorun Sahası ve Toplu Anket Planı* başlığıyla folklorun sınırlarını belirleyen, araştırmacıların donatılması amacını taşıyan ve geliştirilmeye açık

<sup>57</sup> 1. cilt: Gök ve Yer. 2. Cilt: Deniz ve Tatlı Sular. 3. Cilt: Hayvanlar ve Bitkiler. 4. Cilt: Halk ve Tarih. (Akt: Boratav, 2000, s. 170-171; Tan, 1995: 6).

<sup>58</sup> Ayrıntılı bilgi için A. Van Gennep'in Folklor (1939) adlı çalışmasının P. N. Boratav tarafından yapılan çevirisine bakınız. (Boratav, 2000, s. 170-172).

<sup>59</sup> A. Van Gennep'in Folklor (1939) adlı çalışmasının kadrolar bölümü, Halk Bilgisi Mecmuası'nda (1928, sayı 1, sayfa 16-22) eski yazıyla yayınlanmıştır. İlgili kadronun (IX) Sait Nazif tarafından bu şekilde tercüme edildiği görülmektedir.

olduğunu dile getirdiği bir kadro oluşturmuştur. Buna göre *I. Maddi Hayat, II. Manevi Hayat, III. Sosyal Hayat* şeklinde üçe ayırdığı insan yaşamı üzerinden maddelendirmeler ve sınıflandırmalar yapmıştır. Bu kadro içerisinde yemek (mutfak) alanı, *I. Maddi Hayat*, üst başlığı ve *A. Ekonomik Materyal* alt başlığı altında 2'nci sırada *Gıda ve Beslenme (Yiyecekler ve İçecekler, Yemeklerin Hazırlanması, alelade ve fevkalade yemek listeleri, yemek yeme tarzı, sofrada oturuş)* şeklinde konumlandırılmıştır. (Saintyves, 1951, s. 95).

Yemek kültürü alanının halkbilimi disiplini içerisinde değerlendirilmesi bağlamında Amerika'daki bazı folklor çalışmalarından da bahsedilmesi gerekmektedir. Buna göre folklor disiplininin çok uzun zamandır çalışma konularından birini oluşturan yemek hususunda Lucy M. Long (2009, s. 3-4) *Amerikan Folklor Derneği*'nin (American Folklore Society) “alanın odak noktasını Amerika'daki folklorun hızla kaybolan kalıntıları olarak tanımlayan 1888 açılış misyonu bildirisinde gıda çalışmalarının benimsendiğini” belirtmiştir.<sup>60</sup>

Bu süreç ilk önce, halk olarak kabul edilen grupların sözlü geleneklerinde var olan yiyeceklere ve gıda uygulamalarına yönelik bir çabayı kapsamış; daha sonra John G. Bourke'nin 1895 yılında *The Journal of American Folklore* dergisinde yayınlanan ve endüstriyel yiyeceklerle değiştirilme tehlikesi altında bulunan gıdalara dikkat çektiği *The Folk-Foods of the Rio Grande Valley and of Northern Mexico* adlı makalesi ile devam etmiştir.<sup>61</sup>

Yemek üzerine gerçekleştirilen en erken folklor çalışmalarında gıda, köylü yaşamının bir görünümü (çehresi) şeklinde değerlendirilmiştir. Diğer taraftan sonraki yetmiş yıl boyunca *The Journal of American Folklore* dergisinde yiyecek hakkında çok az şey yayınlanmış ve yiyecekler genellikle folklorun temel kitaplarında ana tür olarak yer

---

<sup>60</sup> Folklorun hızla kaybolan kalıntılarının toplanması için Amerika'da başlıca dört alan belirlenmiştir. Buna göre: (a) Eski İngiliz folklor kalıntıları (baladlar, masallar, batıl inançlar, ağız vb.); (b) Birliğin Güney eyaletlerindeki zencilerin bilgisi; (c) Kuzey Amerika'daki Kızılderili kabilelerinin bilgisi (mitler, masallar, vb.); (d) Fransız, Kanada ve Meksika bilgisi. (W. Newell/American Folklore Society, 1888, s. 3). Bu bildiri incelendiğinde yemek kültürü konusunda açıkça bir madde bulunmadığı görülmektedir. Buna karşılık yukarıda yer verilen yorum, derneğin ve derginin ilerleyen süreçteki anlayışının bir yansıması olabilir.

<sup>61</sup> Long'a göre (2019, s.y) gıda, yirminci yüzyılın ortalarından beri Amerikan folklor disipliniinde önemli bir konu olmuştur ve halkbilimciler tarafından –ilgili makaleye atfen- 1890'ların başlarında tanınmıştır.

Amerikan halkbilimi tarihinde maddi kültür çalışmalarını konu alan bir makalesinde Simon J. Bronner (1983) Amerikan folkloristlerinin, İngilizlerin sözlü kanıtlara verdikleri önemi korumalarının yanı sıra Amerikan Folklor Derneği'nin 1888'de antropolojik fikirli folkloristler tarafından kurulduktan sonra halkbilimcilerin ilgi alanının bir parçası olarak nesnelere yerleştirildiğini belirtmiştir. Bu açıdan Amerikan Folklor Dergisi'nin ilk cildinde mimari, yemek kültürü ve el sanatları gibi alanlardaki yazıların olduğuna dikkat çekmiştir.

almamıştır. Bu durum 1970'lerde büyük ölçüde yemek konusunu *halk yaşamı (folk life)* çalışmalarının<sup>62</sup> kapsamına dahil eden Don Yoder'in yeme ve yemekle ilgili uygulama ve inançların bütünü olarak tanımladığı *foodways* terimini folklor çalışmalarına tanıtmasıyla değişmiştir.<sup>63</sup> Yoder, Richard Dorson'un 1972 yılındaki editörlüğünü yaptığı *Folklor and Folklife: An Introduction* adlı kitaptaki *Folk Cookery (Halk Aşçılığı)* adlı makalesi ile çağdaş yemek anlayışının çoğunu özetlemiş ve bu alanda çığır açıcı bir rol oynamıştır.<sup>64</sup> (Long, 2009, s. 3-4; 2013, s. 222). Don Yoder (1972, s. 325) "halk aşçılığını, bölgesel farklılıklar ile işaretlenmiş geleneksel ev yemekleri" olarak tanımlamıştır. Buna göre halk aşçılığı bölgesel geleneğe dayalı günlük, ev içi, aile yemekleri gibi nitelikleriyle ticari, kurumsal ve bilimsel besleyici versiyonlardan ayrılmaktadır.

1970'lerin başında ise Michael Owen Jones, California Üniversitesi'nde yemek dersleri vermiş ve Alan Dundes de öğrencileri konuyu keşfetmeye teşvik etmiştir. 1978'de *Digest: An Interdisciplinary Review of Food and Foodways (1977-2008)* adlı bir derginin kurulmasıyla gıda üzerine yapılan folklor araştırmalarında bir artış görülmüştür. (Long, 2009, s. 3-4).

<sup>62</sup> Long'a (2019, s. y) göre "ironik bir şekilde, yemek/yiyecek, halk yaşamı (folklife) ve maddi kültürün bir yönü olarak kabul edilmesine rağmen genellikle folklorcular tarafından akademik çalışmalarda ana tür olarak ele alınmamıştır. Yemek gelenekleri, folklor kavramlarını açıklamak veya belirli kültürel grupların uygulamalarına bir vitrin olarak kullanıldıkları sınıflara ve kamusal programlamaya bırakılma eğiliminde olmuştur".

<sup>63</sup> Long'a (2001, s. 239-240) göre halkbilimci Don Yoder, Honigman'dan ödünç alarak yiyecek tedariki, muhafazası, hazırlanması, sunumu, performansı ve tüketimini çevreleyen genişletilmiş faaliyetler ağına atıfta bulunmak için *foodways* terimini tanıtmıştır. Onun modeli aynı zamanda yemek davranışlarıyla ilgili inançları, estetiği ve ekonomiyi de içermektedir.

<sup>64</sup> Bu çalışmada D. Yoder, günlük yaşamla açık bir şekilde yakından ilgili temel bir alan olup halk yaşamı (folk life) disiplini içinde bir araştırma alanı olarak halk yemeklerinin, Amerika Birleşik Devletleri'nde garip bir şekilde ihmal edildiğini; halkbilimcilerin ise diğer saha çalışmalarıyla bağlantılı olarak birkaç çeşitli tarif toplamak dışında bu alana pek dokunmadıklarını belirtmiştir. Buna karşılık yüzyılın Avrupalı akademisyenlerinin yemeğin halk kültürüyle olan ilişkisinin her aşaması bağlamında bölgesel yönelimli temellerinden başlayarak halk yemekleri, halk yemeği hazırlama yöntemleri, yemeklerin evde kullanımı, gıda ürünlerinin depolanması, yemeklerin isimleri ve yemek sistemi üzerine etkileyici araştırmalar yaptıklarını; Avrupalı halk yaşamı bilim adamlarının ulusal ve bölgesel mutfaklarını etnografik ve tarihsel olmak üzere iki yöntemle incelediklerini eklemiştir. (Ayrıntılı bilgi için bakınız, Yoder, 1972, s. 326-328). Yoder'e (1972, s. 329) göre halkbilimci, kutsal ve seküler aşçılık ilişkisini, yemek tabularının folklorunu, yemek yeme biçimlerinin psikolojisini incelemek için din tarihçisi ve antropoloğa katılabilir ve daha geniş halk yaşamı bağlamında diğer sosyo-tarihsel bilimlerle kârlı bir şekilde araştırma verilerini paylaşabilir. Diğer taraftan Yoder (1972, s. 332-333) halk kültürünün tüm yönleri gibi bütünsel ve işlevsel olarak kültürün diğer tüm aşamalarıyla ilişkili olduğunu vurguladığı halk mutfağının (1) *din-inanç* (örneğin Noel, Paskalya veya Şükran Günü yemekleri; bazı tabular vb.), (2) *maddi kültür* (fırın-ocak, merdane, tepsi vb.) olmak üzere önemli iki boyutunun bulunduğunu belirtmiştir. Bununla beraber yemek kültürüne ilişkin besin dönüştürme şekilleri, pratik veya fast food tarzı yemek biçimlerinin kültür değişimleri bağlamındaki yansımaları, teknolojik gelişmelerin (ör. elektrik gibi) halk aşçılığı bağlamında yemek pişirme ve saklama yöntemleri üzerindeki dönüştürücü etkileri, şehirleşmenin ve fabrikalaşmanın yine mutfak alanına ne şekilde yansıdığı, yemek öğünleri gibi temel hususlar hakkında çözümler yapmış; bir açıdan da temel çalışma alanlarına işaret etmiştir.

Yiyecekleri inceleyen halkbilimciler başlangıçta, sözlü olarak veya taklit yoluyla gayri resmi şekilde aktarılan ve ana akım toplumdan marjinal olan küçük, sosyal veya coğrafi olarak belirlenmiş gruplar içindeki yemek kültürlerine odaklanmışlardır. Bununla beraber ilerleyen zamanlarda bazı halkbilimciler Dell Hymes tarafından geliştirilen konuşmanın etnografyası modeline dayanarak gıda olaylarını yorumlamışlar; ayrıca gıda üretimi ve tüketimiyle ilgili çeşitli süreçlere yönelmeyi önermişlerdir. (Long, 2019, s.y).

Long'a (2013, s. 222) göre 1960'lı ve 1970'li yıllarda folklor bilimindeki paradigma değişikliği, yemek kültürü üzerindeki çalışma biçiminin de dönüşmesine sebep olmuştur. Bilindiği üzere folklor çalışmalarının odağını metinden veya ürünün (nesnenin) kendisinden ziyade bu metnin performansını çevreleyen bağlama ve yaşayan (canlı) sanatsal/iletişimsel süreçlere taşıyan paradigma yenilenmesine bağlı olarak bu dönüşüm gerçekleştirilmiştir.<sup>65</sup>

Disiplinin tarihi açısından değerlendirilmeye devam edildiğinde yemek kültürü alanı, ürün veya nesne odaklı ve kaybolan geleneklerin bir an önce derlenmesi şeklindeki eski paradigma doğrultusunda halkbilimi tarihinin erken dönemlerinden itibaren disiplinin araştırma konuları içerisinde kabul edilmesine karşılık performans teori ile yaşanan paradigma yeniliğinin ve özellikle de halkbiliminin çalışma kadrolarının zenginleşmesi bağlamında da işlev gören halk yaşamı (folklife) hareketinin içerisinde daha etkin bir şekilde araştırılmaya başlanmıştır. Yine bu bağlamda Long'un (2013, s. 223) işaret ettiği üzere 1970'lerde Kuzey Amerika'daki halkbilimcilerin müzelerde, sanat ajanslarında, festivallerde ve eğitim ortamlarında uygulamalı bir dal geliştirmeye başlamaları doğrultusunda *yemek* çoğu zaman bu tür ortamlarda belirli bir kültürü öğretmenin bir yolu veya bir etkinlik etrafında bir topluluk duygusu yaratmanın bir şekli olarak kullanılmıştır. Başka bir deyişle yemek kültürü, uygulamalı halkbilimi olarak adlandırılan branşın içerisinde önemli bir çalışma alanı olarak işlevde bulunmuştur. Bu doğrultuda özellikle Amerika'da yemek kültürü alanına ilişkin çalışmalar *foodways* terimi altında gerçekleştirilmiştir. Konunun işlenişi açısından önem oluşturan bu terim şöyle açıklanabilir:

---

<sup>65</sup> Long'a (2001, s. 240) göre folklor ve antropolojide üründen sürece ve metinden bağlama doğru bir paradigma değişikliğine paralel olarak *foodways*, yaşamımızın diğer yönleriyle iç içe geçmekte ve sanatsal iletişim için bir kaynak olarak hizmet veren dinamik bir süreçler ağı olarak yiyecekleri kavramsallaştırmanın bir yolunu sunmaktadır.

Amerika’da yemeğin kültürel boyutuna ve bu doğrultudaki çalışmalara ilişkin yaygın olarak kullanılan terim “*foodways*”dir. Başka bir ifadeyle *foodways*, folklor çalışmaları içerisinde “folklorun alt disiplini” olarak (Camp, 1996, s. 622) kabul görmekte; özellikle *folklife* araştırmalarıyla yaygınlık kazanan yemek kültürü çalışmalarına atıfta bulunmaktadır. Bu terimin Türkçe çevirisinde *food* “yemek-yiyecek-gıda-besin”; *ways* ise “yol, yöntem, tarz, usul, davranış” anlamlarındadır. *Foodways* teriminin herhangi bir kaynakta Türkçe karşılığını görülmemektedir.

İleride daha geniş değineceğimiz gibi- *foodways* terimi ile yemeğin bir nesne olarak kendisinin ötesinde kültürel örüntüler olarak bir toplumdaki davranış biçimlerine odaklanılmaktadır. Yemeğin kültür biçimleri oluşturan boyutu, belirli bir *stil-tarz-üslup-tip* içeren yeme içme davranışları üzerinden çözümlenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca bu terimin yemek kültürü çalışmalarında daha geniş inceleme alanlarına yayıldığını da belirtmek gerekmektedir. Örneğin bir halkın, bölgenin veya tarihi bir dönemin yeme içme alışkanlıkları ve mutfakla ilgili bütün uygulamalar da bu kapsamda değerlendirilmektedir. Ne yenildiğinden ziyade yemeğin nasıl, ne için ve hangi bağlamsal şartlarda hazırlandığı ve yenildiğine ilişkin bütüncül bir süreç öne çıkarılmaktadır. Böylelikle yemek kültürü araştırmalarında yemek tarifleri toplama veya sadece belirli lezzetlere odaklanma anlayışının ötesine geçilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda *foodways* teriminin çeşitli araştırmacılar tarafından tanımlanışları ve folklor disiplini içerisindeki yeri bağlamında şunlar aktarılabilir:

J. Anderson’a (1971, s. 57) göre bu kavram “belirli bir toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılan, birbiriyle ilişkili tüm gıda kavramsallaştırma ve değerlendirme, tedarik, dağıtım, koruma, hazırlama, tüketim ve beslenme sistemini ifade eder”. Bununla birlikte *foodways*, “*yemek ve kültürün kesişme noktası*” (Camp, 1996, s. 622); “*yenilebilirliğin kültür temelli tanımı ve kültürel sürekliliğin bir aracı, grup kimliğinin bir işareti ve halk kültürünün önemli bir yönü olarak gıdanın yararlılığına ilişkin âdetler, sözlü ve maddi gelenekler bütünü*” (Camp, 1997, s. 366); “*yemekle ilgili davranışlar ile kültürel topluluk, grup ve toplumda üyelik kalıpları arasındaki bağlantı*”; “*kültüre göre değişen gıda ile ilgili bilgi ve ifade sistemleri*”; “*bir bireyin veya bir grup bireyin birincil kültürel özelliklerini belirlediğine inanılan gıdayla ilgili davranışları*” (Camp, 2003, s. 29); “*halkbilimcilerin yemek temelli gelenekleri tanımlamak için kullandıkları tür*” (McNeill, 2013, s. 87); “*yemeğin kültürünü çevreleyen uygulamaları. Kültürlerin ve bunları*

*uygulayan kültürel grupların bir temsili*” (Yu, 2011, s. 277) şeklinde de çeşitli araştırmacılar tarafından tanımlanmaktadır. Jacqueline S. Thursby’e (2008, s. VII) göre ise “hazırlanmış veya düzenlenmiş yiyecekler maddi folklordur (insanların elleriyle yaptıkları şeyler bağlamında) ve yiyeceklerin folklorik çalışmasına *foodways* denilmektedir”. Bu tanımdan da görüleceği üzere yemek, çeşitli süreçlerin bileşiminden oluşan performansa bağlı bir unsur olmasının yanı sıra ortaya çıkan somut ürüne dikkat çekilmesi açısından da maddi kültür/folklor alanına dahil edilmektedir.

Charles Camp’ın (1996, s. 624; 2003, s. 29) verdiği bilgilere göre *foodways* terimi 1884 yılında İngilizcede kullanımda değildir. *Foodways* teriminin ilk Amerikan kullanımı, 1930’ların başında başkan Franklin D. Roosevelt yönetimi tarafından Büyük Buhran sonrası ekonomiyi düzeltmek için oluşturulan sivil yeniden yatırım programı olan New Deal içindeki folklor girişiminin yazılarında ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda Amerikan bilimsel kullanımına giren ve Avrupa halk kültürü kavramları arasında “bir kaçak yolcu olan *foodways*, entelektüel kimliğini *halk yaşamına (folklife)* borçlu olmuştur”. Halk yaşamı hareketinin bir sonucu olarak halk sanatı, halk mimarisi, halk kostümü ve diğer maddi türler, yüksek derecede mesleki saygı kazanırken *foodways* de bu süreçte kârlı çıkan bir araştırma alanı haline gelmiştir. Botkin ve çağdaşları ise folklor gibi ortak inançların bir ölçütü olan ya da yaygın olarak kabul edilen ancak belirli bir kültür ya da durumla sınırlı kalan bir bilgi olduğundan dolayı bazı durumlarda *foodways* terimine atıfta bulunmak için *foodlore* terimini kullanmışlardır. Benzer şekilde *folkways* ve *lifeways* de sıklıkla 1950’lerin popüler antropolojisini yansıtan terimler olmuştur. (Camp, 2003, s. 30).

Halkbilimi tarihi içerisinde yemek kültürünün bir araştırma alanı olarak kabulü ve konumlandırılışı daha eskilere uzansa da “İskandinav ülkeleri başta olmak üzere Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde gelişen halk hayatı (*folklife*) kavramı ve yaklaşımının halkbiliminin araştırma sahasını genişleten yapılanışının” (Çobanoğlu, 2005, s. 317) bir sonucu veya yansıması olarak *foodways* kavramı altında yemek kültürü çalışmaları halk hayatı (*folklife*) araştırmaları kapsamında yaygınlaşmış ve sistemleşmiştir. 1950’lerden itibaren ABD eğitilmiş ancak Avrupalılardan etkilenmiş bilim adamlarından Alfred L. Shoemaker ve Don Yoder’in çabalarıyla *halk yaşamı* çalışmaları kavramının Amerikan akademik çevrelerine tanıtılmasına paralel olarak Yoder “*folk cooker*” (halk aşçılığı) konusuna dikkat çekmiş ve *folklife* çalışmaları kapsamına halk aşçılığını da alarak yemek



kültürü alanında kendisinden sonraki araştırmacılara yol göstermiştir. Ayrıca Yoder (1972, s. 325) *foodways* terimini “tavırlar, tabular ve yemek sistemleri dahil olmak üzere toplam aşçılık kompleksi -bir toplumdaki tüm aşçılık ve yemek alışkanlıkları- olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte “Henry Glassie’nin geniş ve yenilenen çalışmalarının özet ifadesi olan maddi halk kültürü (material folk culture) alanındaki folklor araştırmalarında *foodways* araştırmaları yeniden canlanmış bir şekilde yer almıştır”. “Bu bağlamda *foodways*”, “dışavurumcu türler kategorisinin sessiz bir üyesi olmuştur” (Camp, 2003, s. 30).

Bu terim, “halkbilimciler tarafından hızla benimsenerek gıda üretimi ve tüketiminin tüm yönlerinin önemini ve gıdanın sosyal grupları temsil etme yollarını tanımaya yönelik bütüncül bir yaklaşımı temsil etmeye başlamıştır” (Long, 2019, s.y).

Bu bağlamda Long (2019) mutfak kelimesinin, genellikle bir ulusun en iyisini temsil eden resmi olarak tanınan malzemeler, yemekler ve pişirme stilleri setine atıfta bulunmak için kullanıldığından folkloristlerin genellikle Amerikan ulusal gıda kimliğini karakterize etmek için mutfak yerine yemek kültürü veya *foodways* kavramlarını kullandıklarını belirtmiştir. Lucy M. Long (2009, s. 7) gıda araştırmalarında dışa dönük olarak karmaşık ve birçok içeriği olan, hazırlanması için birçok adım gerektiren ve kültürel sermayeyi gösteren yiyeceklere ve mutfaklara odaklanma eğiliminin olduğunu; buna karşılık bir disiplin olarak folklorun ise sadece öne çıkanları değil sıradan, gündelik, basit fakat yoğun anlamlar taşıyan yiyeceklerin de kültürel analizini içeren bir anlayışının bulunduğunu belirtmiştir. Yine Long’a (2009, s. 7) göre “folklor, bayram kutlamalarında kullanılan ve kimlik ya da miras simgeleri olarak gösterilen ritüel yiyeceklerini araştırırsa da *bir disiplin olarak folklorun kesinlikle gurme olmayan bir odağı vardır*”.

Bu açıdan *foodways* çalışmalarında ayırt edici noktalardan biri de mükemmelliğin öne çıkarıldığı lezzetlerin veya (daha geniş bir ifadeyle) profesyonelleşmiş ve dünya çapında mutfaka sahip olan milletlerin yemek kültürlerini incelemenin de ötesinde yemekle ilgili bütün olumlu-olumsuz ve kültüre katkı yapan süreçlerin göz önünde bulundurulmasıdır. Diğer bir ifadeyle *foodways* çalışmalarındaki akademik analizler “herhangi bir kimlik grubu tarafından özellikle değer verilen veya dışlanan gıdaların incelenmesini ve belirli yiyeceklerin yenebileceği veya yenemeyeceği bağlamları yöneten kültürel özel kuralların incelenmesini içermektedir”. Dolayısıyla “herhangi bir topluluğun yemek geleneklerinin

sadece yemek tariflerini değil, yiyeceklerin toplandığı, saklandığı, hazırlandığı, sergilendiği, servis edildiği ve imha edildiği yöntemleri de kapsadığı” belirtilmektedir. (David, 2003, s. 668). Bununla beraber yemek alanındaki folklor çalışmaları “düşük sosyo-ekonomik durumu yansıttığı düşünülen ve bir şekilde sade ve günlük olarak kabul edilen yiyecekleri de ele almaktadır” (Long, 2009, s. 7).

Elizabeth Mosby Adler’e (1981, s. 4-6) göre foodways ile ilgili gelenekleri inceleyen halkbilimcilerin çoğu, kişisel olarak hariç, yemeğin yenilmesinden ziyade hazırlanmasıyla ilgilenmişlerdir. Adler, yemek yeme eylemini ve biçimini yemek döngüsünün çok önemli bir parçası olarak değerlendirerek yemek pişirmenin, yaratıcılık ve manipülasyon için tek alan olmadığını vurgulamış; yemek yeme tarzının ritüelleştiğini ileri sürerek yemek hazırlama ve sunma kadar yemek yemenin de bilinçli olarak uygulanan bir sanat olabileceğine kadar düşüncelerini ileri boyutlara taşımıştır.<sup>66</sup> Başka bir deyişle *yaratıcı yeme (creative eating)* olarak nitelendirdiği eylemin, nasıl gerçekleştirileceğine dair bilginin ulusal, bölgesel, ailevi veya kendine özgü olarak öğrenilmiş ve kalıplaşmış bir davranış biçimi şeklinde ortaya çıkabileceğini vurgulamıştır. Yemek kültürü doğrultusunda gerçekleştirilecek folklor çalışmalarında kültürel örüntülerin performans şekli olarak yeme tarzlarının/davranışlarının önemine işaret eden Adler, yemeğin kültür biçimi oluşturan boyutunun araştırılmasının sınırlarını genişletmiştir.

Yemek ve performans kavramını birlikte değerlendiren Barbara Kirshenblatt Gimblett (2015, s. 229-230) ise birinci performans biçiminin *yapmak/gerçekleştirmek/uygulamak/bir görevi tamamlamak* (gıdanın üretimi, yapımı, sunumu, ortadan kaldırılmasıyla ilgili her şey) olduğunu; ikincisinin ise icra etmek için *davranmak* (her biri kesin protokollere veya tabulara tabi olabilecek üretim, tüketim veya kullanımının herhangi bir noktasında gıdayla ilgili olarak uygun eylemler; kuralların yerine getirilmesi kadar performansın kurallarını da içeren davranışlar); üçüncüsünün ise teatral<sup>67</sup>/estetik bir biçimde *göstermek/sergilemek* olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte gıda sistemini şu beş işleme

<sup>66</sup> Adler’e (1981, s. 10) göre yaratıcı yemek, hepimizin erken yaşlardan itibaren katıldığı bir sanat türüdür. Sadece yemek yiyen kişi ise bir tüketicidir. Ancak yaratıcı bir şekilde yemek yiyen kişi, tekniklerini sürekli olarak mükemmelleştiren bir sanatçıdır.

<sup>67</sup> Kirshenblatt-Gimblett’e göre (2015, s. 238) “yemek pişirme gösterisinin teatral bir doğası vardır”. Bu performans yüz yüze veya medya aracılığıyla sergilenebilir.

bölmüştür: “*tedarik etme ve üretme; depolama, dağıtım ve değişim; işleme ve hazırlık; tüketim; yok etme*” (Kirshenblatt-Gimblett, 2015, s. 234).

Yemek ile ilgili tüm süreçlerin önemli bir performans alanı olduğuna işaret eden Barbara Kirshenblatt-Gimblett, bu estetik ve artistik iletişimin gerçekleşmesinde görselliğin önemli olduğunu dile getirmiştir. Ünlü bir şefin “*iyi sunulan bir yemeğin yarısı yenmiştir*” şeklindeki özdeyişini aktaran Kirshenblatt-Gimblett, “yemenin yiyecek vücuda girmeden önce başladığını hatta bitebileceğini”; bu doğrultuda gözlerin mideden daha büyük olduğunu” belirtmiştir. Bununla birlikte “yemek pişirme gösterisinin teatral bir doğası olduğunu” belirten Kirshenblatt-Gimblett yemek performansının teatral/estetik gösteri boyutunun (üçüncü madde) sergilendiği başlıca alanların geleneksel bağlam (canlı ve yüz yüze) ve medya bağlamı olduğunu ifade etmiştir.

Bize göre ise yemeğin medyadaki teatral gösterisi, dijital iletişim araçlarıyla estetik olarak katlanmıştır. İnternet siteleri ve çeşitli sosyal ağlar, yemeğin –medya aracılığıyla iletilen- performans biçimini görsel olarak kodlanan ve çağrışımlarla zenginleştiren daha dinamik bir yörüngeye oturtmuştur. Bu doğrultuda bir yemeğin hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması çerçevesindeki işlemler içerisinde kesme-doğrama, karıştırma, çevirme, (tabak, vitrin vb.) süsleme gibi performans kesitleri kişisel beceri ve yaratıcılığın yanı sıra dijital iletişim aracının teknik özellikleriyle de işlenerek gösteri dünyasına eklenmektedir.

Yemek kültürü ve mutfak turizmi araştırmalarıyla tanınan halkbilimci Lucy M. Long, gıdaya (yemeğe) *ürün, süreçler ve performanslar* olarak yaklaşılacak, teorik ve metodolojik bir çerçeve olarak geliştirilen foodways teriminin kapsamını genişleten ve yeni yaklaşımlar getiren başka bir isim olmuştur. Foodways kavramının metodolojik bir çerçevesini çizen Long’a (2013, s. 225) göre *ürün* “tarifler, malzemeler, miktar ve yemekleri”; *süreçler* “tedarik, koruma/saklama hazırlık, sunum, tüketim, (çöpe) atma-imha etme-temizleme aşamalarını”; *performans* ise “kavramsallaştırmalar, sembolik performanslar, bağlamları” karşılamaktadır. Bu çerçeve bir malzemedan bir yemeğe, bir öğüne, bir bireyin yemek alışkanlıklarından bütün bir kültüre kadar çeşitli seviyelerde uygulanabilmektedir. Diğer taraftan Long, Dell Hymes tarafından geliştirilen konuşmanın etnografyası modeline benzer bir yaklaşımla “*yeme etnografyası/ etnografisi*” (ethnography of eating) doğrultusunda yeme eylemini çevreleyen tüm

faaliyetlerin bağlantılarına dikkat çekmiş ve birey(ler) için anlam kazanma yollarını göstermiştir.

Başka bir açıdan yiyecek folkloru, gıdaların kendi maddi unsurlarının yanı sıra yemek hikayeleri, sembolizm, eğilimler, bellek, nostalji, uygulamalar, âdetler ve etnisite ile ilgili olarak geleneksel ifade biçimlerini içermektedir. (Thursby, 2008, s. 176).

Yemek kültürünün folklorla ilişkisinin basamaklarından biri de sözlü yolla gerçekleştirilen geleneksel bilgi aktarımıdır. Başka bir deyişle yemek, temelinde geleneksel (ekolojik) bilginin olduğu süreçler ve performanslar bütünü şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bununla beraber folklorun çeşitli anlatım türleri içerisinde yemek unsuru bir tema veya konu; halk hekimliği alanında geleneksel bilgiye dayalı bir ürün/malzeme, sağaltım aracı gibi işlevlere de sahiptir. Thursby'e (2008, s. VIII) göre folklorik inanç unsuru gıdalar için de geçerlidir. Çünkü halk inançları ve (hatta) halk dinleri genellikle yiyecekleri kendi inanç sistemlerinin ve uygulamalarının unsurları olarak kullanır.

Özetle folklorun uzun süre gerçekleştirilen sözlü kültür merkezli çalışmaları dışında 1950'lerden itibaren hızlanan halk yaşamı hareketi ile "geleneğin dokunduğu türlerin kapsamını genişletme çabaları" (Camp, 1996, s. 625) neticesinde foodways terimi altında yemek kültürü çalışmaları açık hava müzeleri, festivaller, dini günler başta olmak üzere çeşitli bilimsel araştırmaların konusu olmuştur.

Türkiye'deki halkbilimi çalışmaları tarihi içerisinde ise yemek kültürü alanına ilişkin yaptığımız araştırmalar günümüze kadar olan süreci kapsamasa da –böyle bir araştırma bu çalışmanın amacı ve kapsamı dışındadır- konunun ele alınışında, tespit ve çözümleme açısından önem oluşturmaktadır. Başka bir deyişle bir kültür biçimi olan yemeğin, Türk halkbilimi tarihi içerisindeki araştırmalarda ne şekilde yer bulduğu bazı temel çalışmalardan hareketle irdelenecektir. Bu doğrultuda halkbilimi disiplininin Türkiye'deki kurumsallaşması sürecinde önemli yer edinen dernek/cemiyet gibi yapıların temel çalışmalarının yanı sıra bu kurumlar içerisinde görev almış kişilerin önemli olan bazı araştırmalarında yemek kültürüne ilişkin bilgiler işlenecek; yemek kültürü alanının folklorun temel çalışma kadrolarından biri olduğu Türkiye'deki halkbilimi çalışmaları özelinde somutlaştırılacak ve derinleştirilecektir.

Pierre Saintyves'in *Folklor El Kitabı* adlı çalışmasını çeviren Bilal Aziz Yanıkoğlu, bu kitabın önsözünde *Muallimler Birliği Mecmuası*'nın<sup>68</sup> 2/12/1926 tarihli sayısında<sup>69</sup> *Folklorun Çerçevesi* başlıklı çıkan bir yazıda "1. Halk edebiyatı, halk dili, halk musikisi; 2. Halk İnanışları, hurafeleri ve âdetleri" şeklinde ikiye ayrılan bir folklor kadrosunun oluşturulduğundan bahsetmiştir. Buna göre yemek (mutfak) alanı "Beslenmeyle İlgili" şeklinde açılan alt başlık ile "halk İnanışları, hurafeleri ve âdetleri" kapsamı altına alınmıştır. (Saintyves, 1951, s. 4).

Türkiye'de folklorun araştırma kadrolarının belirlenişinde 1927 yılında İshak Refet İşıtman, İhsan Mahvi ve Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu gibi isimlerin öncülüğünde kurulan *Anadolu Halk Bilgisi Derneği*'nin (1928'de Türk Halk Bilgisi Derneği) önemli katkıları olmuştur. Folklor derleme çalışmalarını yurt çapında açılacak şubeler aracılığıyla örgütlemek amacıyla kurulan bu derneğin, *Halk Bilgisi Toplayıcılarına Rehber* (1928) adlı yayını, bu derleme faaliyetlerinin nasıl yapılacağına dair önemli bir kılavuz olmasının yanı sıra Türkiye'de halkbilimi çalışma kadrolarının belirlenişinde temel teşkil etmiştir. *Rehber*, Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu tarafından A. Van Gennep, Millien, Hofmann Kraye gibi halkbilimcilerin derleme kılavuzlarına dayanılarak hazırlanmıştır. Bu çalışma (Rehber) 1949 yılında yine Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu'nun öncülüğünde gözden geçirilip hazırlanarak *Folklor ve Etnografya Kılavuzu* adıyla Latin harfleriyle ve ilaveli olarak İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi tarafından tekrar yayınlanmıştır. (Tan, 2006, s. 7-12; Folklor ve Etnografya Kılavuzu, 1949, s. 11).

*Halk Bilgisi Toplayıcılarına Rehber* (1928) ve *Folklor ve Etnografya Kılavuzu* (1949) adlı çalışmalarda folklorun kadroları şu şekilde belirlenmiştir: (1) "Muhite Dair Halkbilgisi, (2) Eve Dair Halkbilgisi, (3) Ev Eşyasına Dair Halkbilgisi, (4) Sanatlara ve Mesleklere Dair Halkbilgisi, (5) Elbiseye Dair Halkbilgisi, (6) Gıdaya Dair Halkbilgisi, (7) Âdetlere Dair Halkbilgisi, (8) İtikatlara Dair Halkbilgisi, (9) Bilgiye Dair Halkbilgisi, (10) Şiire Dair Halkbilgisi, (11) Temaşaya Dair Halkbilgisi, (12) Hikâyeye Dair

<sup>68</sup> Türkiye Muallimler Birliği Umumi Merkezi (Ankara) tarafından ayda bir kez çıkarılan *Muallimler Birliği Mecmuası* (ilk sayısı Temmuz 1925, son sayısı Nisan 1927) toplamda 22 sayı yayınlanmıştır. Bu eğitim ve öğretim dergisinde Hamit Zübeyr (Halk Edebiyatı ve Ananelerini Toplama Usulü; Folklor Nedir?) ve Ziyaeddin Fahri'nin (Edebiyat Tarihi Tedrisatına Dair) bahsedilen yazıları yayınlanmıştır. Yararlandığımız kaynakta bu yazıların hangi sayıda olduğuna dair açık bir künye verilmemiş; derginin içindeki metinlerin belirlenen başlıklara uygun olacak şekilde sınıflandırıldığı ve Latin harflerine çevrildiği bilgisi verilmiştir. (Oymak, 2009, s. 12, 176-183).

<sup>69</sup> Künye tam olarak anlaşılammaktadır.

*Halkbilgisi, (13) Musikiye Dair Halkbilgisi, (14) Raksa Dair Halkbilgisi, (15) Hukuka Dair Halkbilgisi.* (Folklor ve Etnografya Kılavuzu, 1949, s. 12).

15 maddelik her kadro, kendi içinde de bazı alt maddelere ayrılmıştır. Buna göre 15 maddelik kadronun 6'ncı sırasında bulunan “*Gıdaya Dair Halkbilgisi*” kadrosu şu şekilde maddelendirilmiş ve sınıflandırılmıştır (Folklor ve Etnografya Kılavuzu, 1949, s. 15):

- a. Alelumum hodayinabit otlar (şifa hassası olduğuna kanaat edilen ebegümeci, kadımalak gibi otlar, bunlardan yapılan borani, uvmaç çorbası gibi yemekler vb.)
- b. Etler ve et yemekleri (etten yapılan yahni, tirit gibi yemekler. Eti, dince yasak addedilen hayvanlar, niçin yasak, şifa maksadıyla yenilen kirpi gibi hayvanlar, bu husustaki ananeler, itikatlar vb.)
- c. Hububattan yapılan yemekler (hamurdan yapılan yemekler, buğdaydan ve hamurdan yapılan zahireler, kışlık ve yazlık olanları, erişte, yufka, kuskus gibi mevat, hamur tatlıları hakkında ananeler, hurafeler vb.)
- d. Süt mamulâtı olan yemekler (sütten yapılan yemekler, zahireler, kışlık ve yazlık olanları vb.)
- e. Vakit itibariyle yemekler (Alelade öğünlerde yemekler, hayır için yapılan yemekler, düğün ve merasim için keşkek, lokma, dil bulguru, aşura gibi).

Yukarıdaki altıncı başlık ve onun alt maddelerindeki açıklamalar dahilinde yemeğin (gıdanın) bir kültür biçimi oluşturan boyutunun, *halkbilgisi*<sup>70</sup> (geleneksel bilgi) temelinde ve dolayısıyla kapsamındaki uygulamalar bakımından değerlendirme altına alındığı görülmektedir. İlgili alt maddeler incelendiğinde bitki ve hayvan genetik kaynaklarının yemek kültürü alanını ortaya çıkaran boyutunun halk hekimliğinde sağaltım bilgisi, tarım bilgisi, halk inançları merkezinde et türlerinin yenirlik ve yenmezlik bilgileri, ürün dönüştürme nedenleri ve dönüştürülen ürünlerin işlevleri üzerinden sağlandığı belirtilebilir. Başka deyişle gıdaya dair halkbilgisi temelinde bazı otlar ve tahıl türleri etrafında genetik kaynakların çeşitli alanlarda kullanılabilirliğinden başlanarak hayvan genetik kaynaklarının et unsuru etrafında psiko-kültürel dönüşüm biçimleri ile bu kaynakların çeşitli zaman aralıklarında yemek halini alan şekillerine varıncaya dek bu alana ilişkin tüm bilgi, inanç, gelenek ve uygulamalar yemeğin (gıdanın) folklorun temel kadroları arasında bulunduğu çok yönlü göstergeleri olmaktadır.

<sup>70</sup> Cumhuriyetten sonraki dönem içerisinde Halk Bilgisi Derneği'nin ve onun araştırmacı kadrosunun da etkisiyle *halkbilgisi* terimi *folklore* teriminin Türkçe karşılığı ve disiplinin adı olarak kullanılmıştır. İlerleyen zamanlarda ise Türkiye'de *folklore* teriminin Türkçe karşılığı olarak halkbilimi teriminin yaygınlaşması söz konusu olmuş ve *halkbilgisi* terimi de halkbilimi disiplininin alt dalı olarak değerlendirilmiştir.

İlgili maddeleri tekrar çözümleyecek olursak gıdaya dair halkbilgisi temelinde halk sağlığının genetik kaynaklar üzerinden sağlanmasına ve bu malzemenin bazı yemek türleriyle ifade biçimlerine; ayrıca insan yaşamının bazı evrelerini kapsayıp anlama, anlamlandırma ve anlatma esasına bağlı bir dizi ritüeli içeren geçiş dönemleri içerisinde yemeğin (gıdanın-besinin) göstergebilimsel açıdan kültürel işlevlerine göndermelerin olduğu veya dikkat çekildiği görülmektedir. Zaman/saat/sıralama bilgisi bağlamında ise yemeğe dair temel bileşenlerin günlük yaşam veya özel günler içerisindeki konumlandırılış biçimlerinin de önemi ortaya çıkarılmaktadır.

Diğer taraftan sosyal ve kültürel yaşam içerisinde verimliliği artırma, çeşitliliği sağlama, bozulmayı önleme, mevsimsel koşullara karşı ürün biriktirme ya da değerlendirme gibi temel işlevler doğrultusunda gerçekleştirilen ürün dönüştürme bilgisinin de tahıl ve süt ürünleri temelli vurgulanması dikkat çekmektedir. Aynı zamanda bu açıklamalar, müstakil başlık adı altında folklorun çalışma kadrolarına dahil edilen yemek (gıda) bilgisi ve dolayısıyla kültürünün, yaşamın her aşamasında ve alanında olduğunun da kanıtını oluşturmaktadır. Nitekim *Halk Bilgisi Toplayıcılarına Rehber* (1928), *Folklor ve Etnografya Kılavuzu* (1949) adlı çalışmalarda folklorun diğer kadrolarının bazı alt maddelerinde yine yemek kültürüne ilişkin verilere rastlanmaktadır. Örneğin VII. maddede *Âdetlere Dair Halkbilgisi (Terbiye Etrafında Örfler ve Âdetler)* başlığı altında “Yemek muaşeretı” (günde kaç öğün yemek yendiği, her öğünde nelerin yendiği, sofraya nasıl oturulup nasıl kalkıldığı, sofrada hikmet adabı, sofrada takımının nelerden tereküp ettiği, misafir sofralarının hususiyetleri, sofrada hikmet adabı, yemeklerin sırası, eğlence yemekleri ve neveleri, kır ve hamam yemekleri, çocuklara mahsus çerezler, âdetler ve ananeler vb.) doğrultusunda bir dizi örf ve âdetlerin sıralandığı görülmektedir. (Folklor ve Etnografya Kılavuzu, 1949, s. 15-16). Başka bir deyişle yemek kültürü etrafında oluşan ve gelişen davranış biçimleri de bu kültürel alanın göstergeler bütünü kimliğine önemli örnekler oluşturmaktadır. Bununla birlikte Rehber’in 3’üncü kadrosundaki “*Ev Eşyası*” başlığı altında maddelendirilen “*Kapkaçak*” (adları, her biri hakkında ananeler vb.) kısmı ise maddi kültür unsurlarının yemek kültürünün önemli çalışma alanları arasında olduğunun farklı bir cephesini örneklendirmektedir.

Bu doğrultuda ilgili başlık, yenilebilir malzemenin/nesnenin/ürünün ötesinde bu öğeleri biçimlendiren, dönüştüren, pişiren, sunan ve saklayan araç-gereçlerin de yemek kültürü alanında çeşitli işlevleriyle inceleme konusu olması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır.

Aynı zamanda bu nesnelere ve onların işlevleri geleneksel meslekler ve zanaatlar alanı bakımından da çok yönlü çözümlenebilecek unsurlar olması bakımından önem arz etmektedir.

Hamit Zübeyr Koşay'ın *Halkbilgisi Kılavuzu (1932)* adlı çalışmasında “Macar Etnografya Cemiyeti'nin neşriyatından mülhem olarak Anadolu için hazırladığımız sual cetvelinde halkbilgisi sahası ile iktifa olunmuştur” notu ile *Halk İnanmaları, Halk Âdetleri* üst başlığı altında 4'üncü madde olarak “Yemekler ve Yemekle İlişkili İnanmalar” (a. *Yemek adları, hazırlama yolları, yemek vakitleri*, b. *Et veya nebati gıdalar arasında nasıl bir fark gözetilir? Hangi hayvanlar yenir, hangileri yenmez? Niçin? Ancak bazı merasim dolayısıyla yenen yemekler hangileridir? Turfanda olan otların hasiyet ve şifaları. İçkinin bir kısmının dökülmesi yahut yemekten bir miktarının ateşe atılması âdeti var mıdır? Gusül suyunun aktığı oluğa meyve abdesthanelere arpa niçin korlar? Ölüaşı. Lokma. Canhelvası. Hacı tahniyesi vesilesiyle yemekler*. c. *Hayvanların zephi ve kurban ile alakadar adetler ve inanmalar. Yatırlara horus kurban etme*) yer almıştır. (Hamit Zübeyr, 1932, s. 34-35). Başka bir deyişle yemeğin kültür biçimi oluşturan boyutu genel anlamda halk inançları ve âdetleri merkezli düşünülmüş ve folklorun kadroları içerisine alınmıştır.

İlk baskısı 1942 yılında yapılan *Halk Edebiyatı Dersleri* adlı çalışmasında Pertev Naili Boratav halkbiliminin çalışma alanlarıyla ilgili bir sınıflandırmaya gitmiştir. Bu çalışmada yemek kültürü, müstakil bir başlık adı altında değerlendirilmemiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Başkanlığı'nın 1976 yılındaki 100'lük kodlama seviyesinde gerçekleştirilen Türk Folklor Arşiv Kılavuzu'nda *Halk Mutfağı* V. harfi/sırasına alınmıştır. Buna göre V. *Halk Mutfağı* başlığı altında “V.100 Yiyecek Türleri ve Yapılışları, V.200 İçecek Türleri ve Yapılışları, V.300 Belirli Gün ve Törenlerde Yenilip İçilenler ve Yapılışları, V.400 Yiycekler ve İçeceklerin Korunması, V. 500 Mutfak Araç ve Gereçleri, Kullanılışları, V.600 Sofra Gelenekleri ve Göreneklere” (Tan, 1995, s. 9, 13) şeklinde bir sınıflandırma yapılmıştır.

Sedat Veyis Örnek, ilk baskısı 1977 yılında yapılan *Türk Halkbilimi* adlı çalışmasındaki kadro örneğinde VIII. (Maddede) *Beslenme, Mutfak, Kiler* şeklinde müstakil bir başlık açarak alt maddeleri şöyle sıralamıştır (Örnek, 1995, s. 18):



- A. *Besin Türleri: 1. Hayvansal Besinler, 2. Bitkisel Besinler*
- B. *Besin Elde Etme, Hazırlama, Koruma*
- C. *Mutfak Düzeni, Araçları*
- D. *Kiler, Depo, Mahzen*
- E. *Yemek Çeşitleri*
- F. *Sofra Düzeni*

Tahir Alangu, ilk baskısı 1983 yılında yayınlanan *Türkiye Folkloru El Kitabı*'nda “*Türkiye’de Halkbilgisinin Derleme, Düzenleme ve Araştırma Yollarını Gösterir Sistematik*” başlığı altında oluşturduğu kadronun ikinci kısmını teşkil eden B. *Özel Bölüm*’ün 4’üncü maddesinde “*Beslenme*” başlığı açmıştır. Buna göre Alangu (2020, s. 529) belirtilen başlığı “*bölgelere göre beslenme şekilleri, yemekler, ekmek çeşitleri ve biçimleri; yeme ve içmeyle ilgili töreler, sözler, dualar; topluluk halinde yeme içme, düğünlerde-bayramlar-imecelerde-iftar ve sahur davetlerinde*” şeklinde üç alt başlığa ayırmıştır.

Nail Tan, yüksek öğretimde okutulmak üzere 1985 yılında yayınlanan *Folklor (Halkbilimi) Genel Bilgiler* adlı ders kitabının *Folklor Araştırma Metot Yöntem ve Teknikleri* başlıklı IV’üncü bölümünde yemek (mutfak) kültürüne de değinerek alan araştırmalarında kullanılmak üzere bir dizi soru hazırlamıştır. *Halk Mutfağıyla İlgili Sorular* adı altında “evlerde kimler yemek pişirmektedir? İyi yemek pişirmekle tanınmış erkek ve kadınlar var mı? Varsa bunlar bu hüneri nerede, ne zaman kimden öğrenmişlerdir? Anneler kızlarına yemek pişirmesini ne zaman, nasıl öğretiyorlar? Yemek pişirilirken kitaplara defterlere bakılıyor mu? Yemek pişirirken tuz, şeker, yağ, su ve diğer malzemelerin ölçüsü, ayarı nasıl sağlanıyor vb. 43 soru hazırlamıştır. (Tan, 1995, s. 110-112).

Türkiye’de halkbilimi kuramları bağlamında temel çalışmalardan olan ve ilk baskısı 2002 yılında yapılan Özkul Çobanoğlu’nun “*Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*” adlı eserinde Sedat Veyis Örnek’in 1977 yılındaki çalışmasına yapılan eklerle halkbilimi sahasına ilişkin oluşturulan kadroda yemek (mutfak) kültürüne ilişkin maddeler korunmuştur. Yine bu çalışmanın içinde yer alan Dursun Yıldırım’ın oluşturduğu Hacettepe Üniversitesi Türk Halkbilimi Anabilim Dalı öğrencilerine rehber olan “*Öğrenci Çalışma Planı Taslağı*”nda *Beşerî Durum ve Ekonomik Yapı* başlıklı ikinci bölümün *Ekonomik Yapı* adlı üçüncü alt başlığında *Beslenme* (yiyecek temini, yaza

ve kışa yiyecek hazırlanması, yemek türleri, adları, tarifleri) şeklinde bir maddelendirme yapılmıştır. Diğer taraftan çalışmanın VIII. Bölümünde “Beslenme ve Temizlenme” şeklinde müstakil bir başlık açılarak şöyle bir sınıflandırmaya gidilmiştir (Çobanoğlu, s. 2005, s. 56-58):

- A. Beslenme (çocukluk çağı, ergenlik çağı, olgunluk çağı),
- B. Yiyecekler ve Hazırlanması,
- C. Olağan ve Olağanüstü Durumlarda Yemek Türleri,
- D. Üç öğün yemekte verilen yemekler ve yemek zamanları
- E. Yemek Araçları, Adları ve İşlevleri

Türkiye’de halkbiliminin kadrolarının oluşturulması çalışmaları dışında *Halkbilgisi Haberleri*<sup>71</sup>, çeşitli *Halkevleri Dergileri* ve *Türk Folklor Araştırmaları* gibi önemli süreli yayınlarda Türk yemek kültürüne ilişkin yazıların çıktığı görülmektedir. Bu yazıların içeriklerinin ortak özelliği ise yemek isimleri ve tarifleri toplama düzeyinde olmaları, yemek (mutfak) kültürü alanına ilişkin derleme çalışmalarının nasıl yapılacağı hususunda bilgiler vermeleri ve belirli yöresel yemekleri tanıtmalarıdır. “*Türk Folklor Araştırmaları Dergisi*”nin künyesi incelendiğinde ise aslında derginin halkbilimi yaklaşımı ve yayıncılık anlayışında Türk yemek kültürünün önemli bir yerinin olduğu görülmektedir. Çoğu sayıda yayınlanmaya çalışılan Türk yemek kültürüne dair yazılara toplu olarak şu şekilde yer verebiliriz:

Rıza Yetişen “*Naldöken Tahtacıları’nda Yataklar, Yemekler ve Kapları-III*”, (Nisan 1951, Yıl: 2, Cilt:1, No: 21, sf. 329-331); İsmet Zeki Eyüboğlu “*Mısır Unundan Yapılan Yemekler*” (Kaymak), (Haziran 1954, Yıl:5, Cilt:3, No:58, sf. 941-942); Veysel Arseven “*Kırşehir’de Kışlık Yiyecekler*”, (Ağustos 1954, Yıl:6, Cilt:3, No:61, sf. 966); Muzaffer Batur “*Gölpazarı’nda Yiyecekler*”, (Mart 1964, Yıl:15, Cilt:8, No:177, sf. 3371-3372); Selçuk Es “*Konya Yemekleri – I*” (Şubat 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:187, sf. 3655-3657); Selçuk Es “*Konya Yemekleri*” (Mart 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:188, sf. 3684-3685); Selçuk

<sup>71</sup> Halkbilgisi Haberleri dergisinde M. Enver Beşe “Safranbolu ve Köylerinde Aile” (15 Haziran 1934, sayı 37, s. 5-10); M. Enver Beşe “Safranbolu ve Köylerinde Aile (2)” (Temmuz 1934, sayı 38, s. 30-33); Şakir Sabri “Gaziantep Yemekleri” (15 Kasım 1934, sayı 43, s. 165-166); Mürüvvet Bayrı “İstanbul Ailesinin Mutfağı” (Eylül 1937, sayı 71, s. 217-218); Bilge Sırrı “Erzurum’da Ev Teşkilatı” (Haziran 1938, sayı 80, s. 180-181); M. Enver Beşe “Safranbolu’da Bir Köylünün Hayatı” (Mayıs 1939, sayı 91, s. 144-152); M. Enver Beşe “Safranbolu’da Bir Köylünün Hayatı (2)” (Haziran 1939, sayı 92, s. 169-176); M. Enver Beşe “Hodala ve Bandırma” (Temmuz 1940, sayı 105, s. 225-227); Hikmet Turhan Dağlıoğlu “Kahve Hakkında” (Ocak 1940, sayı 111, s. 61-65); Ali Rıza Yalın “Abulyan Gölünde Balıkçılık Etnografyası” (Aralık 1941, sayı 122, s. 31-33) yazıları yayımlanmıştır. (Sular, 2006, s. 148-151. Ayrıca bakınız: Çek, 2002, s. 90-101.

Es “*Konya Yemekleri – III*” (Nisan 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:189, sf. 3710-3712); Selçuk Es “*Konya Yemekleri*” (Ağustos 1965, Yıl: 17, Cilt: 9, No: 193, sf. 3834-3835); Selçuk Es “*Konya Yemekleri-IV*” (Eylül 1965, Yıl: 17, Cilt: 9, No: 194, sf. 3863-3865); Zeki Sarihan “*Akçayazı Köyü Yemekleri*” (Aralık 1965, Yıl:17, Cilt: 9, No:197, s. 3936); Hasan Özbas “*Yozgat’ta Sızgıt ve Kış Yiyecekleri*” (Aralık 1966 Yıl:18, Cilt: 10, No: 209, sf. 4265); Şener Yüce “*Bucak’ta Sofra ve Yemek Adetleri*” (Ocak 1967, Yıl: 18, Cilt: 10, No: 210, sf. 4294-4295); Gündüz Artan “*Tire Yemekleri*” (Aralık 1967, Yıl: 19 Cilt: 11, No: 221, sf. 4606); Nevzat Gözaydın “*Bazı Anadolu Yemekleri*” (Şubat 1968, Yıl:19, Cilt: 11, No: 223, sf. 4657); Kemal Özergin “*Bolvadin Yemekleri*”, (Haziran 1968, Yıl:19, Cilt: 11, No: 227, sf. 4770-4774); Saim Sakaoğlu “*Konya Yemek sofrasına Dair Notlar*” (Eylül 1968, Yıl: 20, Cilt: 11, No: 230, sf. 5055-5056); Nefise Arslanoğlu “*Posof’ta Yemek Adları ve Pişirildiği Yerler*” (Mart 1970, Yıl:21, Cilt: 12, No: 248, sf. 5575-5577); Nevzat Gözaydın “*Anadolu Yemekleri*” (Aralık 1971, Yıl: 23, Cilt: 13, No: 269, s. 6165); Bedri Noyan “*Bektaşilerde Sofra Adabı-Yemek-Tuz-Helva*” (Temmuz 1972, Yıl: 23, Cilt: 14, No: 276, Temmuz, sf. 6357-6361); İrfan Ünver Nasraddınoğlu “*Afyonkarahisar Yemekleri – I*” (Eylül 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No: 278, sf. 6423-6426); Bedri Noyan “*Bektâsilik’te Dokunulmayan Hayvanlar ve Yenilmeyen Yemekler*” (Ekim 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No: 279, sf. 6438-6440) ve İrfan Ünver Nasraddınoğlu “*Afyonkarahisar Yemekleri – II*, (sf. 6441-6444); İrfan Ünver Nasraddınoğlu “*Afyonkarahisar Yemekleri – III*” (Kasım 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No:280, sf. 6481-6482); Müyesser Tosunbus “*Çukurova’da Bulgur ve Bulgur Yemekleri*” (Haziran 1974, Yıl: 25, Cilt: 15, No: 299, sf. 7007-7009); Enver Necati Göksen “*Anamın Afyonkarahisar Yemekleri*”, Gül Durmuşoğlu: “*Senirkent Yöresinde Haşhaştan Yapılan Yemekler*” (Aralık 1974, Yıl: 26, Cilt: 15, No: 305); Şükrü Bekan “*Ulusal Besinimiz Yoğurt*”, Eylül 1978, Yıl:30, Cilt: 18, No: 350, sf. 8430-8431); Ali İlisulu “*Bir Ermenek Yemeği: Batırık*”, (Temmuz 1979, Yıl:30, Cilt: 18, No: 360, sf. 8718); Selahattin Çoruh, “*Turizm ve Türk Mutfağı*” (Mayıs 1979, Yıl:30, Cilt: 18, No: 358, sf.8649-8650); Ertuğrul Taylan, “*Kışlık Yiyecek Hazırlığı*” (Eylül 1979, Yıl:31, Cilt: 19, No: 362, sf. 8760) (Gündoğan, 2008)

Türkiye’de cumhuriyetten sonra yemek kültürü alanında gerçekleştirilen bazı temel çalışmalar ve etkinlikler hakkında ise şu bilgiler de verilebilir:

Hamit Zübeyir Koşay'ın Akile Ülkücan ile beraber yayınladığı *Anadolu Yemekleri ve Türk Mutfağı* (1961) adlı çalışma Koşay'ın Türk dili alanında özellikle halk ağızlarını derleme doğrultusunda yürüttüğü çalışmaların (*Ana Dilden Derlemeler*, birinci cilt 1932'de İ. Refet Işıtman, ikinci cilt 1952'de O. Acıpayamlı) yemek kültürü alanına yönlendirilmesi niteliğini taşımıştır. Derleme çalışmalarına yönelik oluşturulan 3 anket rehberliğinde (bu anketin birincisi yemek/mutfak alanına ilişkin bilgiler ve çalışma yöntemleri içermektedir) Türkiye'nin dört bir yerinden gönüllü veya memur kişilerin derleme çalışmalarına katılmaları istenerek kış hazırlığı ve bu hazırlık sırasında söylenen şarkılar-türküler, yemekle ilgili inanışlar, mutfak araç-gereçleri ve bunların kullanım şekilleri, yemeklerin pişirilmesinde kullanılan yakıt çeşitleri, takvime ve yaşa bağlı yemeklerin düzenleniş biçimleri ve çeşitleri gibi bilgilerin veya çeşitli materyallerin derlenerek Etnografya Müzesi Müdürlüğüne gönderilmesi ricasında bulunulmuştur. Başka bir deyişle bu kitap, yukarıda belirtilen sürecin ardından elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulmuştur. Kitabın sonuna ise -daha önceden de değindiğimiz gibi H. Z. Koşay'ın halk ağızı derleme çalışmaları ışığında- *Türk Dil Kurumu Derleme Dergisi* ve *Ana Dilden Derlemeler* adlı çalışmalardan da yararlanılarak “*Kap-kacak ve diğer mutfak takımları ile ilgili lügatçe*” başlığı altında halk ağızlarına dayanan küçük bir yemek terimleri sözlüğü eklenmiştir.

Türkiye'de yemek kültürü alanında *Milli Folklor Araştırma Dairesi*'nin bazı önemli çalışmalarının olduğu görülmektedir. Bunlar arasında Türkiye'de akademik düzeyde yapılan ilk ciddi bilimsel toplantı olan ve 1981 yılında gerçekleştirilen *Türk Mutfağı Sempozyumu*; 1983 yılında Milli Folklor Araştırma Dairesi Başkanlığı ile İstanbul Kültür Müdürlüğü'nün ortaklaşa düzenledikleri *Geleneksel Türk Tatlıları Sempozyumu*; Milli Folklor Araştırma Dairesi'nin UNESCO'nun katkıları doğrultusunda 1985 yılında başlattığı *Türk Mutfağını Derleme Projesi*<sup>72</sup>; MİFAD ile Ankara Turizm Eski Eserleri Sevenler Derneği tarafından 1981'de düzenlenen *Türk Yemeklerinden Örnekler Sergisi*; 1983 yılında İstanbul'da düzenlenen *Geleneksel Türk Tatlıları Sergisi* ve Ankara'da düzenlenen *Gaziantep Tatlı ve Böreklerinden Örnekler Sergisi* gibi etkinliklerden öne

<sup>72</sup> İlk ayağı Ankara'nın Ayaş ilçesinde başlatılan projede, zengin Türk mutfağının derlenip arşivlenmesi amacıyla hazırlanan *Türk Mutfağını Derleme Projesi Soru Kitabı* doğrultusunda ilkokul öğretmenlerinden derleme heyeti oluşturulmuş ve yayınlanmak üzere bilgiler elde edilmiştir. Projenin Elazığ'ın Sivrice ilçesinde devam edileceği bilgisi verilmiştir.

çıkıştır. Ayrıca Milli Folklor Araştırma Dairesi'nin yukarıda adı geçen etkinlikleri yayınladıklarının da belirtilmesi gerekmektedir.<sup>73</sup> (Tuygar, 1986, s. 309-318).

Türkiye'de yemek kültürü alanında gerçekleştirilen diğer çalışmalar arasında çeşitli *Yemek Kongreleri* önemli bir yer tutmuştur. Feyzi Halıcı'nın öncülüğünde Konya Kültür ve Turizm Derneği ile Konya Kültür ve Turizm Vakfı bünyesinde düzenlenen *Tarihi Konya Mutfağı-Konya Yemekleri Yarışması* (1977) ile başlayan çalışmalar, 1982 yılında Konya'da akademik düzeyde gerçekleştirilen *Geleneksel Türk Mutfağı Sempozyumu* ile sürdürülmüştür.

Bu sempozyumda Ali Rıza Balaman'ın *Mutfak Olgusunun Halkbilimindeki Yeri* başlıklı bildirisi önem arz etmektedir. Balaman'a (1982, s. 33) göre "halkın yaşam biçimine dayalı gözlemlenebilecek bir olguyu (mutfak) saptamak, benzer ya da benzemezlikleriyle karşılaştırmak, değişip değişmediğine değinmek ve yemek-araç, yemek-insan, yemek-toplum ilişkilerinden söz etmek halkbiliminin görevleri arasından sayılmalıdır". Diğer taraftan yemek kültürüne ilişkin halkbilimsel bir sınıflandırma yapan Balaman "biyolojik, fizyolojik hatta psikolojik (göz doyması) gereksinmelere doyum sağlamak amacıyla bir şeyler yeme içme olgusu, insanoğlunun bir de toplumsal varlık alanına sahip olmasından giderek içinde bulunduğu yaşam biçimine uyumlu bir içerik (anlam) kazanmıştır. İdeal tiplendirme iddiasında olmamak koşuluyla günlük yemekler dışındaki toplumsal içerikli (anlamı) grupla yemek yemeye vesile olan grupları şöyle kümeleyip sıralayabiliriz" (Balaman, 1982, s. 36) şeklinde düşüncelerini sürdürerek şöyle bir tasnif yapmıştır:

- A. Aşama Törenleri Yemekleri
  1. Doğum Yemeği
  2. Sünnet Yemeği
  3. Nişan Yemeği
  4. Düğün Yemeği
  5. Ölü Yemeği.
- B. Dinsel Dayanlı Yemekler
  1. Bayram Yemekleri
  2. Sahur Yemekleri
  3. İftar Yemekleri
  4. Adak Yemekleri
  5. Mevlüt Yemeği

<sup>73</sup> Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri (1982); Geleneksel Türk Tatlıları Sempozyumu Bildirileri (1984); Türk Mutfağını Derleme Projesi Soru Kitabı (1985); Türk Mutfağından Örnekler Sergisi (1981); (Gaziantep Tatlı ve Böreklerinden Örnekler Sergisi (1983); Türk Yemekleri (XVIII. Yüzyılda Yazma Bir Yemek Risalesi) 1985 vb.

6. Hacı Yemeği
7. Yağmur Duası Yemeği
8. Zekeriya Sofraları
- C. Kutlama, Uğurlama, Karşılama Yemekleri
  1. Hacca Uğurlama Yemeği
  2. Askere Uğurlama Yemeği
  3. Hacı Karşılama Yemeği
  4. Arkadaş Karşılama (Kondu) Yemeği
  5. Arkadaş Uğurlama (Uçtu) Yemeği
  6. Kutlama (İslatma, Doğrultma) Yemekleri.

Balaman bildirisinin sonunda ise “amacımız kuşkusuz ne olanı ve olacağı kötüleyip eskiye (geleneğe) övgü düzmek, ne de geleneği horlayıp tu kaka, her yeniliği cici, denilmesine razı olmaktadır. Var olmanın önkoşulu değişmedir özdeyişinde belirtildiği gibi değişme olgusu göz ardı edilemez ve değişme yadsınamaz. Ancak kişiliksiz değişmeye verilecek ödünümüz de yoktur, olmamalıdır” (Balaman, 1982, s. 37) şeklinde bir düşünce belirterek gelenek/geleneksel algısı ve kültür değişmeleri konusunda katı bir tutum içinde bulunmadığını dile getirmiştir. Başka bir deyişle yemek kültürü konusu özelinde kültür değişmeleri olgusuna işaret etmiştir.

Diğer taraftan yine Feyzi Halıcı'nın öncülüğünde düzenlenen *Milletlerarası Yemek Kongreleri* de yemek kültürü alanında gerçekleştirilen önemli çalışmalardan olmuştur. Buna göre *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi* 1986 yılında İstanbul, Ankara ve Konya gibi şehirlerde; *İkinci Milletlerarası Yemek Kongresi* ise 1988 yılında düzenlenmiş ve bildiri konuları serbest tutulmuştur. *Üçüncü Milletlerarası Yemek Kongresi* ise “Tören Yemekleri” konusunda 1990 yılında; *Dördüncü Milletlerarası Yemek Kongresi* “Ülke Mutfaklarının Yemek Etkileşimleri” konusunda 1992 yılında; *Beşinci Milletlerarası Yemek Kongresi* “21'inci Yüzyıla Girerken Dünya Sofrasına Sunacağımız Yemek” konusunda 1994'te düzenlenmiştir. (Halıcı, 1994, s. 1-9).

1986 yılında *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi*'nde sunduğu bildirisinde Nevin Halıcı, Türk mutfağını üç başlıkta şöyle sınıflandırmıştır (1986, s. 123):

1. Yazılı Kaynaklardaki Türk Yemekleri
2. İstanbul Mutfağı
  - 2.1. Saraylardaki Gelişimi
  - 2.2. Konaklardaki Gelişimi
  - 2.3. Aşçı, Lokanta, Tatlıcılar vb. yerlerdeki gelişimi
3. Türk Halk Mutfağı

N. Halıcı'ya (1986, s. 124) göre “Anadolu halkının gelenek ve göreneklerle bütünleşmiş bir takım toplumsal töre ve törenlere bağlı beslenme, yemek anlayışı ve kültürü Türk halk mutfağını oluşturmaktadır”. Halıcı ayrıca Türk halk mutfağının temel özelliklerini şöyle açıklamıştır:

Günümüzde Anadolu'da canlı bir şekilde yaşamakta olan Türk halk mutfağı mercimek ve bulgur taneleriyle Çatalhöyük'ten; ölü aşı töreniyle Göktürk Kitabeleri'nden; kebab ve yahni vb. Dede Korkut Hikayeleri'nden; ayran, yufka, kavurma, tutmaç, katmerle vb. Divan'ü Lügat it Türk'ten; helva, pilav, zerde, baklava, börekle Selçuklu'dan izler taşır. Bölgesel farklılıklar, ürünler, kültürel anlayışlar Türk halk mutfağını çoğu yerde birleştirmekle beraber İstanbul mutfağından ayıran nedenlerdir. Aynı etkenler Halk Mutfağı'nın kendi içinde de farklılıklar göstermesine neden olmaktadır... Halk Mutfağında mimari özellikler bölgelere göre farklılık gösterir... Sofra düzenleri genellikle farklılık göstermemektedir. (Halıcı, 1986, s. 124).

Nevin Halıcı Türk Halk Mutfağını ise şöyle sınıflandırmıştır:

#### A. Günlük Öğünler

##### 1. Kış Mevsiminde

a. *Sabah*

b. *Öğle*

c. *Akşam*

d. *Yat Geberlik*

##### 2. Yaz Mevsiminde

a. *Sabah*

b. *Öğle*

c. *Akşam*

d. *Yat Geberlik*

#### B. Geçiş Dönemler

##### 1. Doğum

##### 2. Diş Buğdayı

##### 3. Sünnet

##### 4. Askere Uğurlama

##### 5. Söz Kesme

##### 6. Nişan

##### 7. Nikah

##### 8. Düğün Hamamı

##### 9. Çehiz Asma

##### 10. Kına Gecesi

##### 11. Düğün

12. Yüz Açımı

13. Düğün Haftası

14. Ölüm

C. Kutsal Günler

1. Ramazan Bayramı

2. Kurban Bayramı

3. Mevlid Kandili

4. Regaib Kandili

5. Miraç Kandili

6. Berat Kandili

7. Kadir Gecesi

8. Aşure Günü (On Muharrem)

9. Mevlid Okuma

D. Neşeli Günler

1. Hıdrellez

2. Sultan Nevruz

3. Diğerleri

E. İstek-Dilek Sofraları

1. Acele Bacı'ya Helva

2. Derderli Mevlid

3. Zekeriya Sofrası

4. Diğerleri

F. Kışlık Yiyecekler (Kapsam Dışı Tutulmuştur<sup>74</sup>)

G. Sofra Düzenleri (Kapsam Dışı Tutulmuştur)

H. Servis Usulleri (Kapsam Dışı Tutulmuştur)

I. Mutfak Mimarisi (Kapsam Dışı Tutulmuştur)

J. Yemek

Çiğdem Kara (2019, s. 226-229) ise geleneksel Türk yemek kültürü şöyle sınıflandırmaktadır:

1-Mevsimsel Yiyecek Hazırlama Dönemleri

a) *Tarımsal ürünlere dayalı kış hazırlığı*

b) *Yaylacılık*

c) *Kışlık et hazırlama*

<sup>74</sup> Söz konusu bildiri de kapsam dışı tutulduğu belirtilmiştir.



## 2-Yemek Tarifleri ve Ana Malzemeleri

*(Hazırlama ve pişirme süreçleri)*

## 3-Temalı Yemek Yeme Düzeni

a) *Kahvaltı sofrası*

b) *Ramazan sofrası*

c) *Bayram sofrası*

d) *Dilek-istek sofrası*

e) *Davet sofrası*

f) *Rakı/çilingir sofrası*

## 4-Yemeğin Pişirildiği Gün ve Etkinlik Bağlamı

a) *Günlük yemekler (birey ya da ailenin günlük kalori ihtiyacını karşıladığı öğünler)*

b) *Özel yemekler (Haberli ya da habersiz gelen misafirlere hazırlanan sofralar)*

c) *Dinî ve mevsimler bayramlar ve törenler, özel günler (kurban ve şeker bayramı, Hidrellez, Nevruz, yağmur duası, Ramazan ayı, arefeler vb.)*

d) *Geçiş dönemleri (doğum, evlenme, sünnet, askerlik, ölüm)*

e) *İş Yemekleri (tarlada yenen çiftçi, çoban yemeği, kentte çalışanların sabah ve öğlen yeme alışkanlıkları, iş görüşmelerinin yapıldığı yemekler vb.)*

Ç. Kara (2019) ayrıca geleneksel yemek kültürünün sınıflandırılmasında *yemeği pişirenler* bağlamında kişi faktörüne; *pişirme teknikleri* bağlamında çeşitli yöntemlere ve maddi kültür unsurlarına; *öğünü oluşturan yiyecekler* bağlamında zaman, sıralama (yemek dizimi) mekâna; *yemeğin sunumu ve tüketimi* bağlamında ise mekân, araçlar, temizlik, servis gibi faktörlere değinmiştir. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet rolleri açısından yemek pişirmenin annenin görevinin olduğuna ve bu geleneksel yemek bilgisinin anneden kıza aktarıldığına; geleneksel Türk yemek kültüründeki ana pişirme tekniğinin kızartma olduğuna ve çeşitli vesilelerle haşlamanın da bir yöntem olarak kullanıldığına; pişirme kıvamı-ölçüsü açısından Türk kültüründen ürünün pişkin tercih edildiğine ve yarı çiğ yeme alışkanlığının da sembolik anlamları dolayısıyla hamlık göstergesi olmaya işaret ettiğini belirtmiştir.

UNESCO'nun *Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi* (SOKÜM) kapsamında bir değerlendirme yapıldığında ise belirlenen kadrolarda geleneksel yemek kültürüne müstakil bir başlık açılmadığı; *doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar* başlığı altındaki alanlar arasında geleneksel yemek kültürüne (halk mutfağına) yer verildiği görülmektedir. (Ayrıca bakınız: Oğuz, 2013, s. 160-162). Diğer bir ifadeyle halk

mutfağı/geleneksel yemek kùltürü alanı, folklorun ve dolayısıyla insanlığın önemli kùltür mirasları arasında değerlendirilmektedir. *Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar* maddesinde dikkat çeken asıl nokta ise toplulukların/grupların ya da bireylerin kùltürel miraslarının bir parçası olarak geleneksel bilginin ve bu bilgiye dayalı uygulamaların görülmesidir. (Özdemir, 2018a, s. 3). Bu bağlamda halk mutfağı (geleneksel yemek kùltürü) alanının temelinde, geleneksel bilginin (halk bilgisinin) olduğu ve bu bilginin de doğa ve evren içerisinde edinildiği ve deneyimlendiği görüşü ortaya konulmaktadır. İlgili maddedeki uygulamalar kısmı ise geleneksel bilgi temelli yemeğe ilişkin her türlü beceri, temsil, ritüel, teknik, yöntem, araç-gereç gibi unsurları kapsamaktadır.

Türkiye'nin UNESCO'ya kayıtlı Somut Olmayan Kùltürel Miras Listesine bakıldığında yemek kùltürü alanıyla ilgili doğrudan veya dolaylı olarak önemli unsurları göze çarpmaktadır. *Tören Keşkeği Geleneği (2011)*, *Mesir Macunu Festivali (2012)*, *Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)*, *İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (2016)* Türkiye'nin tescil ettirdiği 20 önemli kùltürel miras unsurları arasında yemek kùltürüne ilişkin öne çıkan geleneklerdir. Adı geçen unsurlar incelendiğinde *Tören Keşkeği Geleneğini* ve *Mesir Macunu Festivalini* diğer festivaller/şenlikler/törenlerden ayıran taraf, geleneksel bilgiye dayalı yapılan bir ürün çerçevesinde gerçekleştirilen bir etkinlik olmasıdır. Başka deyişle –her festivalde yeme içme olmasına karşılık- festivalin ana kaynağı ve unsuru bir yiyecektir. Bununla birlikte bu geleneklerin festival/şenlik niteliği, bazı işlevleriyle yiyecek unsurundan bir adım önde gibi durmaktadır. Bu festival içerisinde söz konusu ürünün (gıdanın) grup temelli ya da bireysel beceriye dayalı yapılış sürecinin yaşatılması ve dolayısıyla bu deneyimin aktarılması söz konusudur. Bu yapılış sürecinde kişi/kişiler, malzeme, araç-gereç, yakıt, mekân, etkinlik vb. bağlamsal şartlar belirgin olmaktadır. Diğer bir yönüyle yaklaşıldığında herhangi bir yöresel yemeğin kendi sınırlarının aşılmasında ve dünya kùltür mirası olarak tescil edilmesinde salt lezzet kriterinin belirleyici olmadığı; bunun ötesinde söz konusu mirasın geleneksel bilgi belleği, toplumsal cinsiyet rolleri, sosyal katılım ve kaynaşma, ortak iş gücü, beceri sergileme, gösteri, eğlence, sembolizm, kùltür ekonomisi ve turizmi, halk inançları, halk hekimliği gibi alan veya işlevlerde herhangi bir kùltüre katma değer sağlayan niteliklere ve döngüye de sahip olması gerektiği görölmektedir.

Diğer taraftan Türkiye'nin tescil ettirdiği unsurlar arasında *Türk Kahvesi ve Geleneği* ile *İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği (lavaş/yufka)* ise yukarıdaki örneklere nispetle festival/kutlama/tören gibi etkinlik kimliklerine bürünmese de bir gıda/içecek unsuru etrafında oluşan çok yönlü ve işlevli kültür miraslarındandır. Türkiye'de bilinen tarihi 16'ncı yüzyıla kadar götürülen Türk kahvesi geleneğinde hazırlama ve pişirme tekniği, sunum biçimi, araç ve gereçleri, mekânı, gösterge/sembol işlevleri, kültürel yeniden üretim unsurları (ör. fal, kız isteme), edebi yaratımlar bu kültürel mirasın boyutlarını sergilemektedir. Bununla birlikte *İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneğinde (yufka-lavaş)* ise pişirme şekli (ör. sac), pişirme mekânı (ör. tandır), el becerisi ve araç gereç kullanma (ör. hamur yoğurma, oklava ve evrağaç) gibi süreçlerin yanı sıra imece yöntemi, sosyal dayanışma, kışa hazırlık için ürün saklama gibi işlevler de adı geçen unsurun kültürel değerini ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri Listesinde ise *Aşure Geleneği, Arabaşı Geleneği, Çiğdem Pilavı, Diş Hediği Geleneği, Ölü Helvası Geleneği, Pekmez ve Şıra Yapımı, Zeytin ve Zeytin Yağı Kültürü, Lokum Kültürü, Çay Kültürü* (URL3; URL4) gibi zengin kültürel unsurları da yemek kültürü alanına ilişkin diğer önemli örneklerdir. Diğer taraftan Gaziantep (2015), Hatay (2017) ve Afyonkarahisar (2019) illerinin de gastronomi alanında UNESCO'nun *Yaratıcı Şehirler Ağı* programına girdiğinin belirtilmesi gerekmektedir. Ayrıca Adana (2021), Balıkesir (2021), Diyarbakır (2021), Kayseri (2021), Konya (2021) şehirlerinin yine gastronomi alanında Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesinde bulunduğu da eklenebilir.

Yemek, insan kültürünün önemli basamakları ve halkası içerisinde konumlandığından dolayı SOKÜM'ün *doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar* başlıklı maddesinde temel kadrolardan biri olmasının yanı sıra *toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler ve el sanatları geleneği* başlıkları/maddeleri içerisinde dolaylı olarak (bazen de doğrudan) girebilen bir özelliktedir. Bu açıdan insanlığın somut olmayan kültür mirası temsili listelerinde yemek unsuru, önemli bir kültür mirası olarak tescil ettirilme aracı olarak beklemektedir. Yemeğin, -biyolojik bir ihtiyaç dışında- bir kültür hazinesi/değeri/mirası haline dönüşmesinde sosyal ve kültürel yaşamın her katmanında ve aşamasında temsil edilmesi ve yaşatılmasının etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda yemek, doğa ve evrenle ilgili uygulamalarda geleneksel bilginin işe koşulması doğrultusunda doğaya ait

malzemelerin beceri ile dönüştürülmesi; geçiş dönemleri içerisinde inanç temelli bir ritüel veya el sanatları geleneği içerisinde bir meslek ve araç-gereç şeklinde niteliklere sahiptir.

Diğer taraftan SOKÜM'ün diğer alanlarından olan *sözlü gelenekler ve anlatımlar* maddesi bağlamında düşünüldüğünde yemek, bir atasözü, fıkra veya destanın bir teması veya konusu olabilmektedir. SOKÜM'ün ikinci maddesi olan *gösteri sanatları* çerçevesinde bir çözümleme yapıldığında ise yemek kültürünün –bazı nitelikleri ya da işlevleriyle- doğrudan ya da dolaylı olarak bir gösteri sanatı olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği dijital kültür çalışmalarıyla birlikte dikkat çekilmeye başlanılan bir husus olmaktadır. (İlerde daha geniş değinileceği gibi bu çalışmanın temel amaçlarından birisi de yemek kültürünün özellikle dijital medya aracılığıyla bir gösteri sanatı haline dönüştürüldüğünün ortaya konulmasıdır).

Halkbiliminin yemek kültürüne kattığı boyutlarını çözümleyen Çiğdem Kara (2018, s. 434) “kültürün bir sistem olarak kabul edilmesi; sistemi oluşturan parçaların – halkbilimsel unsurların- birbirleriyle olan bağıntılı ilişkisi (bütüncül bakış), fiziki–doğal çevre ve iklim şartlarıyla etkileşim; geçim örüntüsü; grup/halk kimliği; kimlik göstergeleri; gelenek yapısı” şeklinde bir sıralama yapmıştır. Kara'ya (2018) göre bu bağlamda “araştırmacılar, hareket noktaları ister bir tören (örn. Hıdrellez), ister tek bir yiyecek (örn. keşkek), ister tek bir malzeme (örn. kahve), ya da tek bir maddi kültür ürünü olsun (örn. kepçe); bir sistem olarak kültüre bütüncül bir bakışla yaklaşarak, söz konusu unsurun gözlemlenen topluluktaki diğer halkbilimsel üretimlerle olan ilişkisine de bakabilmektedirler (örneğin aşçı kadınlar, mutfak düzeni, sözlü sanat, misafir ağırlama, tören, halk zanaatı vb.)”. Başka bir ifadeyle yemek, müstakil bir kültür biçimi olmasının yanı sıra pek çok kültürel örüntünün kavşağında yer almaktadır. Bu doğrultuda kültürün çeşitli unsurlarını incelemek için yemeğin somut ve soyut boyutundan hareket edilebileceği gibi herhangi bir ritüel, gelenek, inanç, nesne gibi yapılar üzerinden de yemeğin kültürel çözümlenmeleri yapılabilmektedir.

Yemek ve ses ilişkisini “geleneksel yemek kültürünün temel bir boyutu” olarak çözümlendiği çalışmasında Ç. Kara (2018, s. 445) “yemek, doğal bağlamını oluşturan ilişkiler ağı ve uyarlanma biçimleriyle kültürel bir sistem olarak düşünüldüğünden somut olmayan kültürel miras unsurudur” şeklinde bir değerlendirmede bulunarak ses başta olmak üzere duyu organlarının bu kapsamda görülmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Kara başka bir çalışmasında (2019, s. 215) ise bir bellek çeşidi olarak nitelendirdiği yemek kültürünün, kültürel miras olmasını sağlayan unsurları şöyle sıralamıştır:

- 1- Yerel bitki çeşitliliğine ve ana geçim kaynaklarına bağlı olarak elde edilen besin maddelerine dayanması
- 2- Ana besin maddelerinin üretiminde, geleneksel tarım (ekim-dikim teknikleri, hasat vb.) ve hayvancılık bilgisinden yararlanılması
- 3- Tarımda ve besin maddeleri ile yemek malzemelerinin (örn. peynir, kuru sebze) üretiminde, mevsim ve zaman döngüsüne bağlı bilgilerin kullanılması
- 4- Pişirme teknikleri ile mutfak araç-gereçlerinin tarihsel süreç içinde gelişmesi
- 5- Damak zevki ile yenilen ya da yenilmeyen şeyler bilgisinin tarihsel süreçte belirginleşmesi
- 6- Farklı toplumsal uygulamalar (örn. düğün, sünnet, bahar bayramı) içinde de rol yüklenmesi
- 7- Yemeğin ana malzemelerinin hazırlanış-piştiriliş-sunum ve tüketiliş süreçlerinin tamamının farklı toplumsal bilgi (örn. kadın toplumsal cinsiyet rolü), değerler sistemi (örn. yemeğin bereketli olması için sağ elle hazırlama) ve estetik algılayışla (örn. yoğurt çorbasının yağının sonradan çorbanın üstüne dökülmesi) düzenlenmesi.

Yemeğin kültürel bir miras olduğunu çerçeveleyen bu özellikler, Birleşmiş Milletler bünyesindeki farklı birimler başta olmak üzere çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından da yaşatarak koruma amaçlı bir şekilde geliştirilen programlarla, projelerle ve sözleşmelerle sürdürülmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda (1) *“yiyecek ve içeceklerin yaratıldıkları toplumsal uygulamalar bağlamı; (2) besin maddelerinin ekiminden yetiştirilmesine, hasadına kadar çok farklı boyutlarıyla korunması”* (Kara, 2019, s. 215-216) gibi boyutlar içerisinde bu kültürel mirasın önemi gözler önüne serilmektedir. Geleneksel yemek kültürü alanındaki çalışmalarda tarif odaklı bir yaklaşımın öncesinde, yemeği/yiyeceği ortaya çıkaran ana malzemelerin temel niteliği önem arz etmektedir. Bu bağlamda yerli tohumlar (ata tohumları) başta olmak üzere geleneksel ekolojik bilgi çerçevesinde genetik kaynaklara sahip olabilmenin kritik boyutunun tartışılması gerekmektedir. Kara'ya (2019, s. 216) göre geleneksel Türk yemek kültürü, kültürel bir miras olarak düşünüldüğünde *“ana besin maddelerimiz ve bunları elde etme stratejilerimiz; yerel tohumlar ve hayvan türleri; yiyecek hazırlama-saklama dönemleri ve teknikleri; pişirme teknikleri; yemek sunum ve tüketim tarzları, araçları; simgesel tüketimler; yeme biçimleri”* korunması gereken katmanlar olarak öne çıkmaktadır.

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından *“bir topluluk içinde geliştirilen, sürdürülen ve nesilden nesile aktarılan ve genellikle kültürel veya manevi kimliğinin bir*

parçasını oluşturan bilgi, teknik bilgi, beceri ve uygulamalar” (URL5) olarak tanımlanan *geleneksel bilgi (traditional knowledge)* kapsamındaki programlar içerisinde –doğrudan ya da dolaylı- yemek/mutfak alanına ilişkin önemli yaklaşımlar ve çalışmalar bulunmaktadır. WIPO’nun belirlediği çalışma politikaları doğrultusunda biyo-çeşitliliğin korunması, gıda güvenliği, genetik kaynaklarla ilgili tarımsal, çevresel ve sağaltım bilgisi, geleneksel hekimlik bilgisi (Özdemir, 2018a, s. 5) geleneksel bilgi çerçevesinde değerlendirilen ve yemek/mutfak alanını da kapsayan konulardır. Yine WIPO’nun geleneksel bilgi programını kapsayan genetik kaynaklar yaklaşımı da yeniden üreyen veya üretilebilen bitki, tarımsal tohumlar ve hayvan ırkları gibi bazı temel unsurları içermesiyle yemek kültürünü doğrudan biçimlendiren bir yapıyla dikkat çekmektedir. Genel anlamda düşünüldüğünde genetik kaynakların, aynı zamanda kültürün de kaynağı olduğu gerçeğinden hareketle bu kültürel alanın önemli bir bölümünü oluşturan yemek/mutfak kültürünü baharat, tarım ve tarımsal ürünler, et ve süt ürünleri gibi doğrudan veya geleneksel tıpta ilaç malzemesi gibi de dolaylı olarak kapsayan bütüncül bir yapının olduğu düşünülmelidir. Başka bir deyişle insan-doğa-kültür ilişkisi ekseninde genetik kaynaklar meselesi yemek kültürünün altyapısını oluşturmaktadır.

Diğer taraftan yine WIPO’nun yaklaşımları doğrultusunda genellikle tarım ürünleri, gıda maddeleri, şarap ve alkollü içecekler, el sanatları ve endüstriyel ürünler için kullanılan *coğrafi işaretler (geographical indication)* konusu da yemek kültürü ile doğrudan ilişkili başka bir husustur. Sınırları belirlenmiş bir alandan kaynaklanan, ortaya konulan/üretilen ve herhangi bir bölge-ülke ile özdeşleşmiş ürünlerin kalite, ün ve özgün bazı niteliklerinin tescil edilip korunmasına dayalı olan coğrafi işaretler yemek kültürü alanında çok yönlü çözümlenmesi yapılabilecek yaklaşımların başında gelmektedir. Türkiye’de Türk Patent Enstitüsü tarafından tescil edilen ürünlere bakıldığında bunların büyük bir bölümünün geleneksel mutfak ile ilgili olduğu görülmektedir. N. Özdemir ve E. Özdemir’e (2020, s. 11) göre “Türkiye’deki coğrafi işaretler geleneksel mutfakın tescil sistemine dönüşmüş durumdadır”. Özetle UNESCO’nun somut olmayan kültürel miras sözleşmesi ve ilgili programlarının yanı sıra WIPO’nun geleneksel bilgi, kültürel ifadeler/folklor ve genetik kaynaklar yaklaşımı ile coğrafi işaretler hususu ekseninde geleneksel Türk yemek kültürü koruyup yaşatılmaya çalışılmaktadır.

Son olarak Türkiye’de halkbilimi ve geleneksel yemek kültürü (halk mutfakı) ilişkisinin somutlaştırılmasına dair başka çıktılar ise bazı üniversitelerin halkbilimi bölümlerinde

lisans ve lisansüstü derslerin açılmasıyla; çeşitli illerde mutfak müzelerinin kurulmasıyla (Emine Göğüş/Gaziantep, Şanlıurfa Mutfak Müzesi, Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi/Şanlıurfa, Adatepe Zeytinyağı Müzesi/Çanakkale, Zavot Peynir Müzesi/Kars vb.); çeşitli gastronomi sempozyumlarının düzenlenmesiyle verilebilir.

## 1.2. TEMEL KAYNAKLAR VE YAKLAŞIMLAR

Tezin bu bölümünde araştırma konusuyla ilgili dünyada ve Türkiye’de yayınlanmış bazı çalışmalar hakkında bilgiler verilecek ve bu çalışmaların yöntem ve yaklaşımları incelenecektir.

Dijital kültür çağı içerisinde yeniden biçimlenen sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamın önemli göstergelerinden biri olan yemek kültürü, “dijital teknolojilerin sosyokültürel boyutları üzerine geniş ve canlı bir akademik literatür gelişimine rağmen gıda üretimi, hazırlanması ve tüketimiyle ilgili popüler ve sürekli genişleyen dijital içerik akışları açısından yakın zamana kadar dünyada yüksek düzeyde ilgi görmemiştir” (Lupton, 2020, s. 3). Yine Lupton’un (2018, s. 67) başka bir ifadesiyle “yeni medya ve internet araştırmalarındaki pek çok araştırmacının dikkatlerini dijital yemek kültürlerine<sup>75</sup> çevirmeleri” zaman almıştır. Bu durumun önemli sebepleri arasında dijital iletişim teknolojilerinin çeşitli içerikler doğrultusunda aktif kullanımının artması ve yeni çağın dijital kültür olarak adlandırılan alanı üzerinde farkındalık düzeylerinin akademik çalışma konuları açısından da belirginleşmesi ve ilgi çekici hale gelmesi örnek gösterilebilir. Lupton’a (2020, s. 1) göre “internetin ve World Wide Web’in ortaya çıkışından bu yana dijital medya, yalnızca yemek kültürlerini temsil etmek için değil aynı zamanda içerik oluşturmak ve paylaşmak için de bir dizi yeni fırsat sunmuş; Web siteleri, bloglar ve çevrimiçi tartışma forumları, sosyal medya, çeşitli içerikteki siteler, mobil cihazlar ve uygulamalar gibi iletişim ortamları zengin çeşitlilikte yiyecek hazırlama ve tüketim aktiviteleri yelpazesi üretimine katılmıştır”. Dijital sistemin bu olanakları ise dijital yemek kültürlerinin genişlemesini teşvik etmiştir” (Lupton, 2018, s. 70). Bu doğrultuda “dijital medyanın içerik yaratmak ve tüketmek için fırsatlar sunduğu yolları tanımlayan *katılımcı kültür (participatory culture)* terimi kullanılmıştır” (Beer and Burrows 2010; Beer 2013’den akt: Lupton, 2018, s. 68). “Geleneksel medya kuruluşlarının katılımcı kültürü sınırlı ölçüde mümkün kılmasına karşılık çağdaş dijital teknolojilerin insanların başkalarıyla kolayca iletişim kurmasına ve materyalleri çevrimiçi paylaşmasına olanak tanıdığı belirtilmiş; *paylaşım değerleri ve inançları sisteminin (sharing ethos)* dijital katılımcı kültürün temel bir özelliği olduğu” vurgulanmıştır. (John 2013 ve Gehl 2014’den akt: Lupton, 2018, s. 68). Başka bir ifadeyle “dijital katılım, internet iletişiminin

<sup>75</sup> Lupton’a göre Digital Food Cultures (2020) adlı çalışma “dijital yemek kültürü” tabirini kullanan ilk kitaptır.



paylaşım ethosunun üzerine inşa edilmiştir” (John 2013’den atfen: Lupton, 2018, s. 68). Tarihsel açıdan daha önceki zamanlara giderek bir değerlendirme yapıldığında ise medya, -yine- yemekle ilgili kültürel anlamların ve bilgilerin (yeniden) üretilmesine “dini broşürler, tıbbi dergi makaleleri, yemek kitapları, film ve televizyon dizileri, reklamlar, haber raporları ve diğer birçok formu dahil” büyük etkide bulunmuştur” (Lupton, 2020, s. 1). Bu anlamda medyanın, kültürü biçimlendirici işlevlerinin günümüzdeki durağı ise dijital iletişim araçları olmuştur.

Yemek kültürü küreselleşme, küreyerelleşme, kültürel melezleşme, fabrikasyonlaşma, sanayileşme, milliyetçilik, toplumsal cinsiyet, cinsellik, halk hekimliği, halk inançları, medya, dijital kültür, kültür ekonomisi, kültür turizmi, tüketim kültürü, popüler kültür, kültür değişimleri, kültürel miras, kültürel bellek, kimlik, yaratıcı şehirler ağı, gastrodiplomasi, gıda güvenliği, mizah, sembolizm, organik yaşam, obezite, vejetaryenlik gibi pek çok kavram merkezinde çözümlenebilecek bir alandır. Dünyada çeşitli disiplinler tarafından son dönemde gerçekleştirilen yemek kültürü çalışmaları içerisinde yukarıda adı geçen kavram veya konular açısından önemli araştırmalar yayınlanmaktadır. Bununla birlikte –bu çalışmanın da konusu olan- dijital kültür çağı ve araçları içerisinde yemek kültürünün araştırıldığı çalışmalar son yıllarda artmaya başlasa da henüz yeterli nicelik ve niteliğe ulaştığı söylenemez. Başka deyişle dijital kültür çalışmaları içerisinde yemek kültürü alanına ilişkin yaşanan hareketlilikler dünyada yürüme; Türkiye’de ise henüz emekleme aşamasındadır. Ayrıca halkbilimi disiplini kapsamında yemek kültürü alanına ilişkin mevcut çalışmaların niteliği ve niceliği ayrı bir tartışma konusu olmakla beraber araştırma konumuzla ilgili bütüncül bir yayın da görülmemektedir.

### 1.2.1. Tezler

Sedef Erdoğan Giovanelli tarafından 2017 yılında hazırlanan “*Culinary Heritage In Turkey Cultural Policy, Official Practice And Online Representation of Food Culture (Türkiye’de Mutfak Mirası Kültür Politikaları, Resmi Uygulamaları ve Yemek Kültürünün Online Olarak Temsili)*” başlıklı doktora tezinde somut olmayan kültürel miras yönetimi doğrultusunda Türkiye’deki mutfak mirasını araştırmaya odaklanılmıştır. Bu doğrultuda dijital iletişim araçlarının sunduğu olanaklar çerçevesinde ulusal ve uluslararası düzlemde

kültürel mirasın çağdaş bir şekilde yönetilmesine dair hususlar ele alınmış; Türkiye’deki mutfak mirasının resmi kurumların internet sitelerinde nasıl temsil edildiği incelenmiştir.

Ayşegül Elif Çaycı tarafından “*Küreselleşen Yemek Kültürünün Dönüşümünde Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Gurmeleri*” (2019) başlığıyla -İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora Programında- gerçekleştirilen tezde ise yemek kültürünün dönüşümü olgusu, sosyal medyanın ve aktörlerinin etkileri üzerinden araştırılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde insanlık tarihinde yemek kavramının geçirdiği dönüşüm ilk olarak avcılık-toplayıcılık faaliyetleri, ateşin bulunması, bitki ve hayvanların evcilleştirilmesi aşamaları doğrultusunda değerlendirilmiş; daha sonra küreselleşme, semboller, kültürel bellek, sosyal hayat ve din, gastronomi gibi kavramlar üzerinde durularak yemeğin kültürü oluşturan boyutu ele alınmıştır. İkinci bölümde ise kitle kültürü, yüksek kültür, popüler kültür, kültürel hegemonya gibi kavramlar ve -İngiliz yaklaşımlı- bazı kültürel kuramlar açıklanmış; sosyoloji ile yemek kültürü ilişkisine değinilmiş ve yemeğin bazı toplumsal işlevlerinden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise modern yemek çağının doğuşu bağlamında yemek ideolojisi, gastronomi, mutfak diplomasisi/gastodiplomasi, kültürel relativizm, markalaşma, dijitalleşme, hipermetinsellik, eşzamansızlık, kitlesizleştirme, multimedya gibi kavramlar açıklanmış; yemek ve sosyal medya ilişkisi temelinde yeme ritüellerinin paylaşımı, dijital iletişim biçimi olarak görsel haz, sosyal medyada benliğin sunumu, modern yemek kültürünün ortaya çıkmasında influencerlerin rolü başlıklarıyla yeni çağın iletişim araçlarına ve platformlarına özgü davranış biçimleri üzerinde durularak bunların kültürel değişimlerin yeni örnekleri olduğu belirtilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise Instagram gurmeleri ve bazı takipçileri ile gerçekleştirilen anket ve görüşme yöntemi doğrultusunda sosyal medyanın, yemek kültürünü değiştiren/dönüştüren rolü ele alınmış; Instagram’ın ve gurmelerinin/fenomenlerinin yemek kültürünün dönüşümünde etkili oldukları sonucuna varılmıştır.

Eda Yıldız tarafından Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı’nda 2022 yılında hazırlanan “*Yeni Medya Aracılığıyla Yemek Kültürünün Dönüşümü: Instagram Yemek Tarifî Sayfaları Üzerine Bir İnceleme*” başlıklı yüksek lisans tezinde *Instagram* adlı platform temelinde yemek kültürünün sosyal ve kültürel bir açıdan nasıl dönüşüme girdiği ele alınmıştır. Bu doğrultuda *Instagram*’da yemek tarifleri sayfası bulunan kullanıcılarla görüşmeler yapılarak ve yemek sayfası takipçileriyle

anketler gerçekleştirilerek sosyal medyanın yemek kültürü açısından hangi işlevlerde kullanıldığına dair bilgiler verilmiş ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

### 1.2.2. Kitaplar

Yazarlığını Signe Rousseau'nun yaptığı *Food and Social Media: You Are What You Tweet* (2012) adlı kitap, çoğu insanın yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medya ile yemek dünyası arasındaki bağlantının ele alındığı öncü bir çalışma olmuştur. Bu kitapta, internetin sürekli gelişen popülaritesi ele alınarak yemek blogları ve yemekle ilgili internet sitelerinin içerik yaratıcıları ve içerik tüketicileri arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğinin üzerinde durulmuştur. Yayımlandığı tarih ve günümüzde sosyal medyanın yemek kültürlerini yansıtmaya potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda yemek ile sosyal medya arasındaki etkileşimin yüzeysel kalan noktaları olmuştur.

Editörlüğünü Deborah Lupton ve Zeena Feldman'ın yaptığı *Digital Food Cultures* (2020) adlı bir dizi makaleden oluşan kitap ise araştırma konusuyla ilgili önemli bir çalışmadır. Bu çalışmadaki birinci sırayı oluşturan ve Deborah Lupton tarafından yazılan *Understanding Digital Food Cultures (Dijital Yemek Kültürlerini Anlamak)* başlıklı yazıda kitabın genel bir tanıtımı yapılarak dijital yemek kültürleri üzerine bazı çalışmalar hakkında bilgiler verilmiş; diğer on iki bölüme ilişkin bedenler ve etkiler, sağlık ve maneviyat, uzmanlık ve etkileyiciler, mekansallık ve siyaset, gıda geleceği şeklindeki beş ana tema çerçevesinde çalışmanın oluşturulduğu belirtilmiştir. Lupton'a (2020, s. 2) göre "bu kitap çeşitli dijital medya organlarında yemekle ilgili temsilleri ve uygulamaları incelemek için *dijital yemek kültürleri* terimini kullanan ilk eserdir". Bu kitapta yayımlanan makaleler incelendiğinde genel konu ve yaklaşımlar dijital gıda medyası aracılığı ile üretilen anlamlar çerçevesinde yeni ahlaki değerlerin ortaya çıktığı ve insan bedenine müdahalenin arttığı; dijital medyanın insanların beslenme tercihlerine (veganlık, diyet vb.) rehber olduğu ya da bu tercihleri biçimlendirdiği; yemek içerikli videoların yemek nasıl yapılırsa ötesine geçtiği; dijital medyanın sağladığı olanakların uzmanların yanı sıra amatör kişilere de ulaşabildiği ve herkesin bu alanı işgal edebileceği; kişisel bir marka oluşturulmasında gıdaya dair içerik üretiminden yararlandırıldığı; Facebook ve Instagram gibi küreselleşmiş platformlardaki çevrimiçi topluluklar tarafından dijital gıda pazarlarının yaratıldığı; dijital medyanın gıda tüketimi etrafındaki

baskın ahlaki anlamların hem korunduğunu hem de bunlara meydan okunduğu şeklinde özetlenebilir.

Son dönem yayınlanan çalışmalar arasında dikkat çeken başka bir eser ise Tania Lewis tarafından yazılan *Digital Food: From Paddock to Platform* (2020) adlı kitaptır. Yemek ve dijital dünyanın nasıl kesiştiği konusunu ele alan Lewis, *dijital yemek* ifadesinin “restoran müdavimlerinin robotlar tarafından servis edildiği, akıllı buzdolaplarının yiyecek siparişi verdiği, 3 boyutlu yazıcıların mükemmel olarak şekillendirilmiş hassas mutfak kreasyonları ürettiği ve giyilebilir cihazların insanların diyet ihtiyaçlarını izleyip öngöründe bulunduğu otomatikleşmiş bir şimdinin vizyonunu çağrıştırdığını” belirtmiştir. Başka bir deyişle *dijital yemek (digital food)* şeklinde adlandırdığı ve önerdiği mutfak alanının, dijitalin karmaşık evrimini ve günlük yaşamdaki etkisini, bununla bağlantılı ortaya çıkan kamusal ve politik kültürleri daha geniş bir şekilde anlamak için özellikle üretken bir alan sunduğunu ileri sürmüştür. (Lewis, 2020, s. 1-2). Bu çalışmada (dijital olan-dijital olmayan) *yaşam tarzı medyası* (Lewis, 2020, s. 8) aracılığıyla yemek üretimi, tüketimi ve politikalarının nasıl güçlü bir şekilde dönüşüme uğradığını ele almıştır. Herkesin evinin artık bir dijital işlem merkezi olduğunu belirten Lewis, sosyal medyanın ve bilgisayarların araştırma özelliklerinin insanlara yiyecek konusunda politik ve sosyal olarak daha aktif olmaları için fırsatlar sağladığını vurgulamıştır. Bununla birlikte dijitalleşmiş otomasyonun, gıda endüstrisini çoktan değiştirdiği tespitini yapmış; gıdanın yetiştirilme, takip edilme, satışa hazırlanma, satılma ve daha sonra evde pişirilme yöntemlerini değiştirmeye devam edeceğini belirtmiştir. Diğer taraftan dijitalleşmenin güvenlik ve mahremiyetin ihlali konularında endişe yarattığını da eklemiştir.

2021 yılında yayınlanan ve editörlüğünü *Jonatan Leer ve Stinne Gunder Strøm Krogager*’in yaptığı *Research Methods in Digital Food Studies* adlı kitapta ise dijital gıda alanındaki çalışmaların metodolojik bir sentezi sunulmuştur. Bu kitapta dijital çağın sunduğu fırsat ve zorlukların yanı sıra değişen dinamiklerin hangi metodolojiler doğrultusunda incelenebileceğine dair yaklaşımlar örneklendirilmiştir. Bu doğrultuda bloglar ve web sayfaları, YouTube gibi ortamlardaki restoran incelemeleri ve gıda aktivizmi gibi yemek kültürüne dair çeşitli konular dijital etnografiye yönelik bir dizi yaklaşımla incelenmiştir.

### 1.2.3. Makaleler

Tania Lewis, “*Digital Food: From Paddock To Platform*” (2018) adlı çalışmasında yemeğin, dijital dünyanın karmaşık evrimini ve etkisini anlamak için özellikle üretken bir alan olduğunu ileri sürmüştü; bu doğrultudaki düşüncelerini sosyal medyada yemek fotoğrafçılığı, You-Tube gibi video paylaşım sitelerinin Web. 2.0 teknolojiyle birlikte sıradan katılımcıların rolünü artırması, gıda aktörlerinin sosyal medyadaki işlevleri gibi konular etrafında dile getirmiştir.

T. Lewis ve M. Phillipov tarafından yayınlanan *Food/Media: Eating, Cooking, And Provisioning In A Digital World (2018)* başlıklı makalede dijital kültür alanı içerisinde yemek konulu bazı çalışmalar hakkında bilgiler verilmiş; yemek dünyasının bir dizi elektronik cihaz, çevrimiçi içerik, bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından sessizce kolonileştiği eleştirisinde bulunulmuştur.

Sosyolog Deborah Lupton tarafından yazılan “*Cooking, Eating, Uploading: Digital Food Cultures*” (2018) başlıklı dijital teknolojiler ve bunların popüler kültürdeki rolü ile ilgili temel konuların ve kavramların özetlendiği makalede ise internetin ilk yıllarından günümüze kadar yemeğin dijitalleştirildiği çeşitli yollara genel bir bakış sunulmuş; dijital medyadaki görüntü temelli içeriğe artan vurgunun yemek tasvirlerine etkileri çözümlenmiş; ilgili içeriklerin dijital veri ekonomisinde nasıl kullanıldıkları hakkında değerlendirmeler yapılmıştır. Lupton (2018, s. 77) -kendi ifadesiyle- *dijital yemek kültürlerinin (digital food cultures)*, medyanın yemek kültürleri üzerindeki ayrılmaz rolünü sürdüren çeşitli unsurlarıyla karakterize edildiğini belirtmiştir. Özetle Lupton’ nun dijital kültür çağı ve araçları içerisinde yemek kültürüne ilişkin yaklaşımı geleneksellik olgusundan ziyade popüler kültür gelişmeleri merkezli olmuştur.

İsabelle de Solier “*Tasting the Digital: New Food Media*” (2018) adlı çalışmasında ise Güney Koreli genç bir adamın akşam yemeğini canlı izlemek için yaklaşık on bin kişinin bir web sitesine bağlandığını ele almış; kültürel bir fenomen haline gelen bu eylemin Instagram’da yemek fotoğrafları paylaşmanın ve insanların ne yediğini görmesinin ötesine geçtiğini işlemiştir.

European Journal of Cultural Studies (Avrupa Kültürel Çalışmalar Dergisi) adlı derginin 2021 yılındaki *Digital Food Culture* başlıklı özel sayısında (24/6) önemli makaleler yayımlanmıştır. Bunlar arasında Zeena Feldman ve Michael K. Goodman’ın “*Digital food*

*culture, power and everyday life*” (2021) başlıklı makalelerinde dijital yemek kültürünün kapasiteleri, paradoksları ve günlük yaşam üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu doğrultuda dijital gıda politikalarının sosyal, kültürel ve etik konular üzerindeki belirleyiciliği sorgulanmış; COVID-19 sonrası oluşan koşullar karşısında dijital yemek kültürüyle güçlü bir bağlantı kurulmuştur.

Yine bu sayıda Zeena Feldman’ın *“Good Food’ in An Instagram Age: Rethinking Hierarchies of Culture, Criticism And Taste”* (2021) başlıklı makalesinde basılı bir materyal olan Michelin Rehberi ile dijital bir platform olan Instagram’ın yemek eleştirisi üzerine karşılaştırması yapılmıştır. Bu açıdan her iki platformun iyi yemek anlayışına katkıda bulunduğu belirtilmiştir.

Bu sayıda Kaisa Tiusanen tarafından yayınlanan *“Fulfilling The Self Through Food In Wellness Blogs: Governing The Healthy Subject”* başlıklı çalışmada kadınlar tarafından yürütülen sağlıklı yaşam gıda bloglarının analizine odaklanılmış; sağlıklı yaşam kültürüyle ilgili öznelliklerin postfeminist ve sağlıklı ideolojilerden kaynaklandığı ileri sürülmüştür.

Türkiye’ye yayınlanan çalışmalara bakıldığında ise Funda Cantek’in *“Mutfakta Pişer İnternete de Düşer: Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaat Ediyor”* (2011) başlıklı makalesinde dönüşüm geçiren mutfak kültürünün kadınlar tarafından açılan ve yemek platformu işlevi görev bloglar üzerinden incelemesi yapılmıştır. Bu doğrultuda kadın-mutfak-teknoloji ilişkisi bloglar özelinde irdelenerek blogların kadınlar tarafından sanal alana çıkma, bilgi ve deneyim aktarma, özgürleşme, benliğin sunulması ve toplumsallaşma gibi işlevler doğrultusunda kullanıldığı belirtilmiştir.

Nihal Kocabay Şener’in *“Sosyal Medyada Günün Menüsü: Sosyal Medyada Paylaşılan Yemek Fotoğrafları Üzerine Bir Değerlendirme”* (2014) başlıklı makalesinde internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla beraber içerik üretme ve yayma konusunda önemli bir mecra olan sosyal medya ekseninde bazı incelemelerde bulunulmuştur. Buna göre *Foursquare* sitesinde yemek kategorisi altında en çok puan almış İstanbul’a ait beş mekâna (cafe) ait fotoğraflar yemek, kişi, iç mekân, etkinlikler, fotoğrafların çekiliş açıları, kadraja giren diğer unsurlar gibi etkenler doğrultusunda istatistiksel verilerle değerlendirilmiştir. Buna karşılık kültürel kodların ve dolayısıyla geleneksel yaşam biçiminin dönüşümüne neden olan etkenler üzerinde yeteri kadar durulmamıştır.

Ayşegül Elif Çaycı ve Celalettin Aktaş'ın “*Dijitalden Tatmak: Yemeğin Yeni Gastro Mekânlardaki Seyirlik Gösterisinin Kültürel Yansımaları*” (2018) başlıklı makalelerinde ise dijital bir iletişim biçimi olarak sosyal medyada paylaşılan yemek ile ilgili içeriklerin çözümlenmesi yapılmıştır. Buna göre dijital iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte yemek kültürü olgusunun bir gösteri biçimi niteliği kazandığı vurgulanmış; dijitalleşme, küreselleşme, tüketim kültürü, popüler kültür gibi olgular doğrultusunda yeni çağa özgü melez bir yemek kültürü biçiminin ortaya çıktığı ileri sürülmüştür. Bu makalede yemek kültürü alanındaki çalışmalarının disiplinlerarası boyutunun altı çizilmiş; genellikle sosyoloji ve antropoloji gibi disiplinlerin çalışmalarına konu olan yemek kültürü alanının, iletişim bilimleri ekseninde de çözümlenmesinin gerekliliğine dikkat çekilmiştir.

Ayda Sabuncuoğlu İnanç ve Mehpare Yağlıcı'nın “*Mahrem Mekânlarını Reklam Alanına Dönüştüren Kadınlar: Instagram'ın Yemek Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma*” (2018) başlıklı makalelerinde kadınların ev içi bir ortamdan sosyal medyaya sanal olarak taşınarak mutfak fenomeni olma süreci incelenmiştir. Bu doğrultuda incelenen bazı hesaplardan hareketle kadınların dijital alandaki faaliyet biçimlerinin nasıl gerçekleştirildiği sorgulanmıştır.

Ayşegül Elif Çaycı'nın “*Sosyal Medya'da Dijital Yemek Kültürü*” (2019) başlıklı makalesinde –doktora çalışmasında olduğu gibi- küreselleşme ve etkilerinin, sosyal medya bağlamında üretilen içeriklerin, yeme içme davranışları üzerindeki etkileri incelenmiş; bu doğrultuda sosyal medyanın, yemek kültürünün dönüşümünde başlıca bir etken ve yeme-içme içerikleriyle ilgili önemli bir vitrin olduğu sonucuna varılmıştır.

Semra Özdemir'in “*Sosyal Medyada Yemek Kültürüne Bakış: Instagram Örneği*” (2019) başlıklı makalesinde sosyal medya platformu olan Instagram'ın içeriğinin önemli bir bölümünü oluşturan yemek fotoğraflarının ve videolarının yemek kültürünün değişimini nasıl etkilediği ve yeni tüketim alışkanlıklarını ortaya çıkartış işlevleri üzerinde durulmuştur.

Muhammed Şükrü Duman, Kadriye Alev Akmeşe ve Ümit Sormaz tarafından yayınlanan “*Üniversite Öğrencilerinin Yöresel Mutfak Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi*” (2019) başlıklı makalede üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen anket yöntemi doğrultusunda mutfak alanında eğitim alan öğrencilerin yöresel gıdalara ilişkin diğer öğrencilere kıyasla farkındalık düzeylerinin daha fazla olduğu belirtilmiş; bu bağlamda

sosyal medyada yöresel gıdalara yönelik tanıtıcı ve teşvik edici içeriklere daha fazla yer verilerek bu gıdaların tüketiminin artırılabilceği önerisinde bulunulmuştur.

Gökhan Demirel ve Mehmet Karanfiloğlu tarafından yayınlanan “*Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği*” (2020) başlıklı makalede dijital iletişim araçlarının etkili organlarından biri olan ve sosyal medya olarak adlandırılan platformlarda yemek içerikli paylaşılan fotoğrafların kimlik oluşumu ve kişisel imaj yaratımı işlevleri açısından değerlendirmelerinde bulunulmuştur. Başka bir deyişle sosyal medya aracılığıyla (fotoğraf paylaşarak) kimlik oluşturulmasında ve kimliğin sunumunda yemek unsuru üzerinden hareket noktasının sağlandığı belirtilmiş; diğer taraftan sosyal medyanın içeriğinin oluşturulmasında yemek unsurunun başlıca bir aktör olduğu eklenmiştir. Instagram üzerinde elde edilen görsel veriler ise gösterebilimsel bir açıdan çözümlenerek çeşitli mekanlarda çekilen ve farklı içeriklere sahip yemek fotoğraflarının gösteren ve gösterilen ilişkisi açısından değerlendirmeleri yapılmıştır.

Yeliz Pekerşen ve Murat Kaplan tarafından yayınlanan “*Tüketicilerin Yeme İçme Alışkanlıkları ve Yiyecek-İçecek İşletmesi Tercihlerinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü: Muğla Örneği*” (2020) başlıklı makalede sosyal medya ile yemek ilişkisi bağlamında yemek yenilecek mekanların seçiminde ve yeme-içme davranışların dönüşümünde sosyal medya platformlarının biçimlendirici etkileri incelenmiş; bu ortamlarda yapılan paylaşımların işletme ve tüketicilerin birbirlerini tamamlayıcı ve etkileyici bir işlevde bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Nurhayat İflazoğlu ve Kurban Ünlüönen tarafından yayınlanan “*Sosyal Medyada Yemek Temalı Paylaşımların Gösterişçi Tüketim Bağlamında İncelenmesi: Mardin Artuklu Üniversitesi Örneği*” (2020) başlıklı makalede –bundan önceki benzer çalışmalarda olduğu gibi- sosyal medya kullanımının ve bu platformlarda “gösterişçi tüketimin” bir unsuru olarak gerçekleştirildiği belirtilen yemek temalı paylaşımların yaşam tarzlarının ve temel algıların değişmesinde etkili olduğu dile getirilmiştir.

Yaşar Öztürk ve Naci İspir tarafından yayınlanan “*Sosyal Medyanın Yerel Yemek Kültürü Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme: Dijital Fenomenler*” (2021) başlıklı makalede ise YouTube platformunda kanalı bulunan yemek fenomenlerinin yerel yemek kültürlerinin tanıtılmasındaki işlevleri incelenmiştir. Bu bağlamda dijital çağın bir meslek biçimi



olarak konumlanan “YouTuber”lık doğrultusunda gerçekleştirilen bu faaliyette, yemek fenomenlerinin yerel yemeklerin tanıtımına katkı sağladıkları belirtilmiştir.

Önder Yayla'nın “*Sosyal Medya’da Türk Sokak Lezzetleri: Youtube Örneği*” (2021) başlıklı çalışmasında ise gastronomi alanının az araştırılan konularından birisi olan sokak lezzetleri, YouTube üzerinden -en çok izlenen videolar kapsamında- incelenmiştir. Gastronomi turizmi açısından önemi vurgulanan Türk sokak lezzetlerinin tanıtılması için yetkili kurumlar tarafından sosyal medya organlarının etkin kullanılması gerektiği belirtilmiş ve bir dizi öneri sıralanmıştır.

Araştırma konusuyla ilgili yayınlanan kaynaklar hakkında şu değerlendirmeler yapılabilir:

Dijital platformlar bağlamında yemek/gıda/beslenme (kültürü) alanıyla ilgili son yıllarda artmaya başlayan çalışmaların varlığı göze çarpmaktadır. Yukarıda yer verilen İngilizce kaynaklar genel olarak değerlendirildiğinde bu yayınların birinci cephesini gıda sürdürülebilirliği, gıda güvenliği, gıda aktivizmi, gıda eşitsizliği, genetiği değiştirilmiş ürünler (gıda sağlığı), kentsel tarım, gıda atıklarının azaltılması, dikkatli yeme, geleneksel gıda, çiftçilik, yerel gıda tedariki gibi konulardaki sosyal, ekonomik ve politik sorunları gündeme getirme ve çözümüleme çabaları oluşturmakta; ikinci cephesini ise gıda politikalarının ve gıdayla ilgili çeşitli sosyo-kültürel ve ekonomik meselelerin dijital iletişim teknolojileri kullanarak nasıl çözümlenebileceği hususları teşkil etmektedir. Başka bir deyişle dijital medyanın yemek/gıda/beslenme konusunda hem araç hem de amaç doğrultusunda kullanımı söz konusudur.

Yemeğin, kültür biçimi oluşturan boyutunun dijital medya ekseninde çözümlendiği (Türkiye’de yayınlanan) çalışmalarda ise genellikle sosyal medyanın bazı trendlerinin geleneksel yeme içme davranışları açısından nasıl karşılaştırılabileceği incelenmiştir. Özellikle kişilerin yedikleri yemeklerin fotoğraflarını sosyal medya hesaplarında paylaşma popülaritesi kültür değişimleri bağlamında işlenmiştir. Diğer bir ifadeyle dijital çağın iletişim araçlarının yeme-içme kültürünü biçimlendirici etkilerinden bahsedilmiştir. Bu doğrultuda sosyal medyanın içeriğinin büyük bir bölümünü oluşturan yemek unsurunun, tüketim nesnesi olarak sunulduğu; yemeğin sosyal medya aracılığıyla kimlik inşasında kullanıldığı ve bunun da dijital kültürün bazı gösterge biçimleriyle kodlandığı belirtilmiştir. Başka bir deyişle inceleme yapılan çevrenin ya da toplulukların

değiştirilmesi şeklinde kendisini gösteren ve birbirinin tekrarı niteliğindeki bu çalışmaların genel özellikleri aynı ana fikir içerisinde benzer konuları (değişen yeme-içme alışkanlıklarında sosyal medyanın rolü ya da sosyal medyanın, yemek kültürünü nasıl dönüştürdüğü vb.) ele almalarıdır.

Temel kaynaklarda işlenen konularla ilgili şöyle de bir sınıflandırma yapabiliriz: (1) *Dijital kültür platformları içerisinde yemek kültürü konusunu popüler eğilimler bağlamında inceleyen çalışmalar*; (2) *dijital iletişim araçlarının yemek kültürlerini biçimlendirdiği veya dijital çağa ve araçlara özgü yemek kültürlerinin oluştuğu tezinin işlendiği çalışmalar*.

Söz konusu çalışmaların ortak özelliği yemek kültürünün geleneksellik boyutunun veya karakterinin –birkaç küçük husus hariç- çözümlenmemesidir. Çalışmamızda geleneksel yemek kavramını işlediğimiz bölümde özellikle İngilizce yayınlanan kaynakları dikkatlice taradığımızda geleneksel yemek kavramının medya ve iletişim araçları dışında ele alınıp kültürel boyutun pek fazla çözümlenmediğinin de altını çizmemiz gerekmektedir. Daha açık bir ifadeyle dijital kültür çağı ve araçları içerisinde geleneksel yemek kültürünü (veya geleneksel yemek kültürünün dijital çağda ve araçlar içerisindeki temsil, aktarım ve dönüşümlerini) bütüncül bir açıdan inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Dijital çağın eğilimleri içerisinde oluşan, şekillenen ve dijital yemek kültürü adı verilen olgunun incelenmesi kadar geleneksel yemek kültürünün temel bileşenlerinin bu süreçte aldığı pozisyon da çözümlenmelidir.

Bu bağlamda çalışmamızın temel hareket noktasını oluşturan bu olgular, aşağıdaki bölümde yer verilecek kuramsal tartışmalar ve önerilen çözümlere yaklaşımları doğrultusunda işlenecektir.

### 1.3. KURAMSAL TARTIŞMALAR VE ÖNERİLEN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI

Çalışmanın bu bölümünde kuramsal tartışmalara başlayış noktası olarak iki temel olgudan hareket edilecektir. Temel kavramlar bölümünde de tarihi ve teorik bir zeminde işlediğimiz bu olgular, önerilen çözümleme yaklaşımlarımıza kapı aralayacak bir altyapıya sahiptir. Bu olguların birincisi, tarihi süreç içerisinde teknolojinin folklorun kaynağı ve yayılım aracı olabileceğinin kabulü doğrultusunda geliştirilen paradigmların son (veya şimdiki) ayağının dijitalleşme, dolayısıyla dijital kültür (ve disiplinler çerçevesindeki literatürüyle internet folkloru) olan bölümüdür. İkincisi ise temelinde geleneksel bilgi olan ve tüm bileşenleriyle halkbiliminin çalışma kadroları arasında bulunan geleneksel yemek kültürü alanının, halkbilimi disiplini tarafından boş bırakıldığı ve ihmal edildiğinin yansımalarıdır.

Birinci olgu, yazı ve matbaadan başlayarak telsiz, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar ve internet gibi teknolojik iletişim araçlarının kültürel boyutunun (oluşum, aktarım, temsil, dönüşüm vb.) kabulüne evrilen ucu açık bir süreci kapsamaktadır. Bu alandaki tartışmalar –disipliner çerçevede de- bazı noktalarda devam etmekle beraber ilgili çalışmalar genel anlamda teknoloji ve kültür ilişkisinin temelleri üzerine inşa edilmektedir.

İkinci olgu ise disiplinler sınırlar içerisindeki bir meselenin (öz) eleştirilerinden başlayarak disiplinlerarası boyuta uzanan bir kültür unsurunun ve sürecinin kuramsal tartışmalarını içermektedir. Özü, oluşumu ve gelişimi itibarıyla temelinde halkbilgisi olan; dünya halkbilimi tarihindeki ilk kadro belirleme çalışmalarının bazılarında disiplinin temel çalışma alanları arasında gösterilen; *The Journal of American Folklore* gibi prestijli bir derginin erken dönem folklor çalışmaları konuları arasına giren; buna karşılık disiplinin uzun yıllar boyunca kurumsal ve bireysel anlamda çekildiği (boş bıraktığı) bir alan olan geleneksel yemek kültürünün (veya halk mutfağının) tüm cepheleriyle sorgulanması ve alandaki boşluğun doldurulmaya başlanması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle temelinin atılıp inşasına başlanılamayan (veya gecikmeli başlanılan) geleneksel yemek kültürü alanında halkbilimi disiplininin kendisini gözden geçirerek birikimini ortaya koyması önem oluşturmaktadır. Bu alanda söz sahipliğinin artırılmasının yolu, kuramsal temele dayanan nitelikli çalışmalardan geçmektedir. Bu noktada takip edilecek yöntem ise

geleneksel yemek kültürü alanındaki araştırmaların yöresel yemek tarifleri toplama ve bu yemekleri tanıtmanın çok ötesine taşınması gerektiğidir. Bu açıdan çoğunlukla tespite dayalı ve ürün (nesne) odaklı geleneksel yemek kültürü alanına ilişkin bakış açılarının farklı görme biçimleriyle genişletilerek bu olgunun ve sürecin bileşenlerine (bilgi, işlem, kişi, iletişim, performans, medya vb.) yönelmek, nitelikli çalışmaların ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda çalışmamızın, kuramsal temelde ve disiplinlerarasılık yaklaşımı içerisinde yürütülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bir kültür biçimi olan yemeğe ilişkin dünyada kuramlar ve önemli yaklaşımlar var mı/varsın nelerdir(?) sorusunun yanıtları belirli araştırmalar sonucunda genel hatlarıyla verilebilir. Beardsworth ve Keil (2011, s. 99) tarafından dikkat çekildiği gibi besin sisteminin toplumsal süreçlerinin ve karmaşık örüntülerinin hangi teorik çerçevelerde incelendiği meselesi ancak temel yaklaşımların özetlenmesi şeklinde ele alınabilir. Bu bakış açısının özü ise daha önce J. Goody (2013a) tarafından getirilen bir eleştiriye dayanmaktadır. J. Goody, T. Khun'un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* adlı çalışmasındaki düşüncelerine atfen doğa bilimlerinde devrimsel bir niteliğe sahip olabilecek paradigma değişikliğinin sosyal bilimlerle karşılaştırıldığında zıtlıklar içerdiğini belirtmiştir. Başka bir ifadeyle sosyolojideki (ve sosyal antropolojideki) teorik yeniliklerin, disiplinin araştırma faaliyetlerinin baştan düzenlenmesini gerektirecek bir durumdan ziyade analizi yapılan konu üzerinde görme biçimlerinin değişmesinin ve çözümlemelerinin çeşitlenmesinin bir işareti olduğuna değinmiştir. Mennel, Murcott ve Otterloo (1992, s. 6-7) ise yemek sosyolojisinde birbirinin yerine geçen paradigmalardan bahsetmenin aşırıya kaçan bir tarafının olacağını; mevcut bakış açılarının her birinin daha önceki yaklaşımların soru ve cevaplarını kesin bir şekilde geçersiz kılmadan gıda ve yemenin farklı önemli yönlerine yönelik araştırmalarla ilişkilendirildiğini ifade etmişlerdir.

Bu bağlamda -genellikle iki veya daha fazla yaklaşımın bir sentezi olan- yemek kültürü alandaki yaklaşımları sınıflandırma çabalarıyla herhangi bir şema ortaya koymanın deneyimsel ve bulgusal bir çalışma sayılması (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 99) gibi bir durum söz konusu olsa da belirli bir çerçevenin de çizilmesi gerekmektedir. Bu konuya ilişkin fikir belirten diğer bir kişi olan antropolog Rachel Black (2013, s. 206) yemek kültürü alanının disiplinlerarası doğası nedeniyle gıda çalışmalarını karakterize eden özel araştırma metodolojilerini tek tek belirlemenin zor olduğunu; gıda çalışmaları metodolojisindeki araç kutusunda çeşitliliğin bulunduğunu; bu açıdan gıda çalışmaları

programları büyüdükçe ve çeşitli disiplinlerden akademisyenleri kendine çektikçe kullanılan metodolojilerin de genişlediğini dile getirmektedir.

Sosyoloji disiplininin son yıllarda gelişen alt uzmanlık alanlarından biri olarak tanımladıkları yemek sosyolojisi üzerinde hem disiplinler hem de disiplinlerarası bir bakış açısıyla konuyu ele alan iki sosyolog Lake ve Oh (2007, s. 191) ise mevcut bilimsel birikim içerisinde doğrudan yemek ya da gıda üzerine oluşturulan bir teorinin bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda literatür araştırmalarımıza dayanarak yemek kültürünün kuramsal boyutu meselesine dair ön plana çıkan cephe, genellikle çeşitli disiplinler içerisinde oluşturulan ve geliştirilen kuramların yemek kültürü alanına uygulanması şeklinde kendisini göstermektedir. Başka bir deyişle yemek kültürüne ilişkin gerçekleştirilen bilimsel çalışmalarda her disiplinin, çoğunlukla kendi teorik perspektiflerinden ve kavramlarından yararlanarak çalışma kadroları arasına giren konuları çözümledikleri görülmektedir.

Sosyal bilimler alanında her yeni gösterişli fikir için sıklıkla kullanılan “teori” sözcüğünün yerine “eğilimler/yaklaşımlar” ifadesinin doğru bir tanımlama olacağını belirten J. Goody’nin (2013a) çözümlmelerine göre yemek kültürü üzerinde “*işlevsel, yapısal ve kültürel*” olmak üzere üç temel yaklaşım vardır. Daha sonra bu konuyu ele alan S. Mennell, Murcott ve Van Otterloo (1992) ise benzer bir incelemeyle *işlevselcilik, yapısalcılık ve gelişimcilik* olarak; Beardsworth ve Keil (2011) ise –bu iki sınıflandırmayı eleştirel bir şekilde birleştirerek- *işlevsel, yapısal, kültürel*<sup>76</sup> ve *gelişimsel* olmak üzere dört kategoriye ayırmıştır.

Lake ve Oh (2007, s. 191) tarafından yapılan eleştiriye göre, etkili olmalarına karşılık temel paradigmalara haline gelemeyen bu yaklaşımlar, sağladığı içgörülerle bilim insanlarını gıdanın insan toplumunda önemli bir unsur olduğunu düşünmeye teşvik etmiş ve gıda çalışmalarını geniş alanlara yaymıştır. Bu bağlamda bahsedilen yaklaşımlar şöyle özetlenebilir:

---

<sup>76</sup> Beardsworth ve Keil (2011, s. 100) Goody’nin sınıflandırmasında kültürel yaklaşımın diğer yaklaşımlar açısından temel bir kavram olarak alınması ve kendi başına bir kategori oluşturulmaması nedeniyle kendi çalışmalarında müstakil olarak ele almadıklarını belirtmişlerdir.

### a. İşlevselci Yaklaşım

Franz Boas, Ruth Benedict, Margaret Mead ve Melville Herskovits gibi kültürel antropologların gerçekleştirdikleri çalışmalarla beliren, Bronislaw Malinowski ve R. Radcliffe-Brown'un kurucusu oldukları bu teori, yemek kültürü çalışmaları bağlamında değerlendirildiğinde “işlevselci yaklaşımın<sup>77</sup> besin ve yemek yemenin analizine uyarlamasıyla” (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 103) somutlaştırılmaktadır. Başka bir deyişle yemek kültürü araştırmaları Malinowski, R. Radcliffe-Brown, Audrey Richards, Evans-Pritchard gibi araştırmacıların dünyanın uzak noktalarında yaşamlarını sürdüren ve genellikle ilkel/yerli olarak kabul edilen toplumlar üzerinde işlevsel bir yaklaşımla gerçekleştirdikleri kültürel çalışmalar içerisindeki unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada vurgulanması gereken nokta incelenen toplulukların kültür yapıları içerisinde yemek olgusunun belirleyiciliğinin göz önünde bulundurulmasıdır. Bu doğrultuda incelenen toplumun kültürel bir unsuru olarak yemek kültürüne bir göz atmanın çok ötesinde olan bu temel yaklaşım, yemek unsurunun bir kabile içerisinde belirli düşünce ve davranışların oluşup şekillenmesinde biyolojik ihtiyaçların kültürel bir karşılığı olarak değerlendirilmesidir. Bu bağlamda insani temel ihtiyaçların kültürel cevaplar şeklinde bir karşılık bulduğu ve kültürün bu doğrultuda bir topluluk içerisinde kurumlar şeklinde örgütlendiği ve geleneksel kurullarla işlevsel hale getirildiği tezini işleyen Malinowski'nin (1992, s. 105) “(A) Temel İhtiyaçlar→(B) Kültürün Tepkisi” listesinin ilk basamağında yer alan “(1) Metabolizma→Beslenme Sistemi”, yemeğin (gıdanın) bir topluluk içerisinde kültürel değerini ortaya koyan bir çözümleme olarak görülmelidir. Başka bir deyişle yemeği, biyolojik bir olgudan yola çıkıp kültürel bir karşılık bularak gelişen ve çeşitlenen bir yapı olarak değerlendiren Malinowski'nin, insan davranışlarının incelenmesinde salt biyolojik nedenselliğin ötesinde kültürel yapıların da belirleyici olduğunun altını çizdiği de vurgulanmalıdır.<sup>78</sup>

Özetle “toplum ve canlı bir vücut gibi organik bir sistem arasındaki analogiye dayanan”; vücudun kendi sistemini sürdürebilmesindeki biyolojik dinamiklere benzer olarak bir

<sup>77</sup> “Halkbilimi çalışmalarında işlevselcilik, her folklor öğesinin bir işlevi olması gerektiği görüşüdür” (Glazer, 1997, s. 386). “Folklordaki işlevsel analiz, esas olarak A. R. Radcliffe-Brown ve Bronislaw Malinowski'nin ilgili bilimsel teorilerinde sundukları açıklamalardan türetilmiştir”. (Oring, 1976, s. 67). Bu kuramda “her atasözü, masal, halk inancı veya türkünün bazı önemli kültürel, sosyal veya psikolojik işlevi yerine getirdiği ileri sürülmektedir”. (Glazer, 1997, s. 386). “Böylece işlevselcilik, belirli bir sosyal sistemde sosyokültürel kalıpların devam eden varlığını açıklama girişimi olarak ortaya çıkmaktadır. Açıklamanın temeli, belirli bir sosyokültürel örüntünün onu takip eden bireylere ve parçası olduğu sosyal sisteme yaptığı işlevsel bir katkının gösterilmesine dayanmaktadır” (Oring, 1976, s. 71).

<sup>78</sup> Malinowski'ye (1992, s. 121) göre kültür, özel biyolojik ihtiyaçlara gösterilen tepkilerin toplamının çok ötesindedir.

toplumun da sosyal sisteminin uyumunun ve devamının sürdürülebilmesinde “bir dizi kurum ve niteliklerin düzenli bir bütün olarak görülmesi” (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 101) anlayışını ortaya koyan işlevselcilik yaklaşımı, yemek kültürü bağlamında yiyecek araması, gıda üretimi-dağıtım-paylaşımı, tüketim biçimleri, yemeğin grup içerisindeki değeri ve karşılığı, ayin, kurban ve tabulardaki rolü gibi çeşitli hususlar açısından geniş bir yelpazede kullanılmıştır.<sup>79</sup>

### **b. Yapısalcı Yaklaşım**

Kökeni dillerin incelenmesine dayanan yapısalcılık, Levi-Strauss (antropoloji), Roland Barthes, Julia Kristeva (semiyotik ve edebiyat kuramı), Althusser, Poulantzas (Marksizm ve sosyoloji), Godelier (iktisat), Foucault (felsefe ve bilim tarihi) ve Lacan’ın (psikanaliz) çalışmaları doğrultusunda sağlam zeminler üzerine oturmuştur. Ana ilkesi “gözlemlenebilir olan bir unsurun ancak temeldeki bir yapı ya da düzenle ilintili olduğu kadarıyla anlam taşıması” olan yapısalcılık, gerçekliği şeyler ya da toplumsal olgular üzerinden değil öğeler arasındaki ilişkilere dayanarak açıklamaktadır. (Swingewood, 1998, s. 347-348). Başka bir deyişle işlevselciliğin, bir bütünü oluşturmak için birbirleriyle ilintili sistemin parçalarını kurumsallaştırma yoluyla çözümlene anlayışına karşılık yapısalcı yaklaşım, yüzeysel bağlantıların altındaki derin ve köklü dinamiklere yönelmektedir. (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 105). Bu açıdan yapısalcıların genellikle gıda ve yemek yemenin estetik yönlerine odaklandıkları; Fischler’in ifadesiyle, işlevselcilerin yemeğe bakmalarına karşılık yapısalcıların mutfağı inceledikleri ifade edilmektedir. (Mennell vd. 1992, s. 8).

Bu bağlamda yapısalcı yaklaşımın yemek kültürü çalışmaları açısından işlevsel yaklaşımdan ayrıldığı nokta “yemeğin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesini içeren toplumsal pratiklere odaklanmak yerine besinlerin sınıflandırılmasını, hazırlanmasını ve birbirlerine katılmasını yönlendiren gelenek ve kurallara yoğunlaşmasıdır”. (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 106). Başka bir deyişle yapısalcılık, yemek kültürünün yüzeyinde bulunan bu kurallar bütünüünün daha derin yapıların bir göstergesi olduğu varsayımına dayanmaktadır. Mennell, Murcott ve Van Otterloo’ya (1992, s. 8) göre en büyük erdemi, zevkin kültürel olarak şekillendirildiğini ve sosyal olarak kontrol edildiğini açıkça kabul

---

<sup>79</sup> Bu konuda ayrıca bakınız: Mennell vd. (1992, s. 7-8); Goody (2013a, s. 24-30), Beardsworth ve Keil, (2011, s. 100-105).

etmesi olan yapısalcı yaklaşım çoğu çalışmada görülen geçicilik, biyolojik indirgemecilik ve örtük etnosentrizmden kaçınmaktadır. Buna karşılık yapısalcılığın zayıf yönü ise aşırı bir kültürel görecelik perspektifi içerisinde farklı yemek alışkanlıklarını ve özellikle yemeğin kökenlerini amaç, işlev ve fayda açısından açıklamayı gözden kaçırmasıdır.

Yapısalcı yaklaşımın yemek kültürü çalışmalarında özellikle C. Levi-Strauss, M. Douglas, Roland Barthes, (kısmen de) Pierre Bourdieu ve Claude Fischler'in çalışmalarında temsil edildiği söylenebilir. (Mennel vd. 1992, s. 8). Yapısalcılığın önemli teorisyenlerinden olan Levi-Strauss, yemeğe ilişkin özgün yaklaşımıyla bütün dikkatleri üzerinde toplamıştır. İnsanın düşünce dünyasının derin yapısı ile toplumlarının derin yapısı arasında nedensel bir ilişki, özdeşlik, benzeşim olduğu varsayan Levi-Strauss<sup>80</sup>, yüzeysel niteliklerin incelenmesiyle temelde bulunan örüntülerin ve evrensel olanın çözümlenebileceğini belirtmiştir. (Goody, 2013a, s. 30; Beardsworth ve Keil, 2011, s. 105).

Levi-Strauss (2013) kültür ve doğa arasındaki ikili karşıtlıklar temelinde yemeğin “*çiğ, pişmiş (pişirilmiş) ve çürümüş*” döngüsü içerisinde kültürel görecelik esasına da dayalı ifade ve uygulama alanı bulduğunu ileri sürmüştür. Levi-Strauss'un (2013) temel tezi “*ürünün çiğken doğaya; piştikten sonra kültüre ait olması*” üzerinde kurulmuştur. *Çiğ, pişmiş ve çürümüş* kategorilerinin oluşturduğu ve *Levi-Strauss'un mutfak üçgeni* olarak adlandırılan bu şemada pişmiş, çiğ olanın kültürel dönüşümü; çürümüş ise doğal bir dönüşüm olarak gösterilmiştir. Temel pişirme yöntemleri üzerinden de tezini ilerleten Levi-Strauss (2013, s. 42) *kavrulmuş/kızarmış* olanı *çiğ*in yanında; *haşlanmış/kaynatılmış* olanı ise çürümüş olanın yanında konumlandırmış; kavrulmuş olanı ateşe doğrudan maruz kalması (ateşle dolayimsız bir birleşme gerçekleştirilmesi) bakımından *doğaya*; haşlanmış (kaynatılmış) olanı ise su ve araç –gereç ile dolayımlanmasıyla *kültür* kategorisine dahil etmiştir. J. Goody'e (2013a, s. 21) göre Levi-Strauss tarafından “yemek yapma alanının kendisi dilsel ikilik üzerine kurulan bir yaklaşımın geçerliliğini göstermek için kullanılmıştır”. Bu doğrultuda Levi-Strauss bir toplumun mutfağının, o

<sup>80</sup> Beardsworth ve Keil'e (2011, s. 105) göre işlevselciliğin dayandığı yaşayan organizma ve toplum arasındaki analogiye benzer olarak yapısalcılık da bir analogiye dayanmaktadır.



toplumun yapısını bilinçsizce çevirdiği bir dile karşılık geldiğini ve bu dilden gizli çelişkilerin ortaya çıkarılabileceğini (Mennel vd. 1992, s. 9) ileri sürmüştür.

Diğer bir yapısalcı antropolog Mary Douglas ise besinlerin ve yemek yemenin birtakım kodları olduğunu ve bu kodların toplumsal bağlantıları taşıyan mesajlar içerdiğini ileri sürmüştür. (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 108-109). Başka bir deyişle “yemekleri, daha geniş kültür içindeki sınıflandırmaları yansıtan deşifre edilebilir kod sistemleri olarak tasarlamıştır”. Levi-Strauss’un aksine, yemeği evrensel kalıpları açığa vuran unsurlar olarak genellemeyen ve görmeyen Douglas, ritüellerle ifade edilen bu kodların bir toplumda kabul görmüş sosyal örüntüler içinde anlaşılabilirliğini belirtmiştir. (Lake ve Oh, 2007, s. 192). Ayrıca Douglas, yemeği biyolojik gerçekliklerin yanı sıra sosyal gerçekliklerle de ilişkili görerek sosyal gerçekliklerle bağıntılı yemeğin şifresini çözmeye çalışmıştır. (Goody, 2013a, s. 46).

Göstergebilimin kurucusu kabul edilen Roland Barthes ise “insanların yedikleri yiyeceklerdeki tercihlerinin altında yatan kodu veya dilbilgisini aramasıyla dikkat çekmiştir. Onun özel odak noktası, gıda reklamcılığının göstergebilimi ve aşçılık yazarlığı olmuştur”. (Mennel vd. 1992, s. 11). Barthes “bir besin ögesini bir bilgi ögesi” (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 110) olarak değerlendirdiği yaklaşımında besinleri tanımlamada semantik bir yaklaşım benimseyerek bütün besinler ve dolayısıyla yemekleri iletişim sisteminin göstergeleri olarak görmüştür. Yemek nedir sorusunu cevaplayan Barthes’e (2013, s. 24, 28) göre yemek “sadece istatistiksel veya beslenme çalışmaları için kullanılabilecek bir ürün koleksiyonu değildir. Aynı zamanda bir iletişim sistemi, bir imgeler bütünü, bir kullanımlar, durumlar ve davranışlar protokolüdür. Bu bağlamda “yemek yemek, kendi amaçlarının ötesinde gelişen, başka davranışların yerini alan, özetleyen ve işaret eden bir davranıştır ve tam da bu nedenlerle bir göstergedir”.

Mennel, Murcott ve Van Otterloo’nun (1992, s. 12) analizlerine göre kendisini bir yapısalcı olarak tanımlamasa da “yapısalcı teorisyenler ile sonraki gelişimciler arasında bir geçiş figürü niteliğiyle” Pierre Bourdieu, *A Social Critique of the Judgment of Taste (Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi)* başlıklı kitabı göz önünde bulundurulduğunda bir yemek sosyoloğu olarak değerlendirilebilir.

Zevki, sınıf ayrımlarının yeniden üretildiği ve güçlendirildiği bir araç olarak tanımlayan Bourdieu, habitus kavramıyla da “bireylerin eylemlerini şekillendiren içselleştirilmiş

yapıların olduğunu (Lake ve Oh, 2007, s. 193) belirtmiştir. Başka bir ifadeyle bireyin sahip olduğu ve içselleştirdiği tutumların, tercihlerin, davranışların ve alışkanlıkların kendi sınıfı tarafından belirlendiğini ve sınıfını temsil ettiğini ileri sürmüştür. Bourdieu, genel olarak çalışmalarında insanların yiyecek seçimlerinin ötesinde genellikle bireysel zevke atfedilen davranışların (giysi, mobilya, müzik, görsel sanatlar, sinema, edebiyat) diğer bazı yönleriyle de ilgilenmiştir. “Levi-Strauss ve Barthes’in farklı toplumların yemek tercihlerinin altında yatan sabit bir kod veya gramer aramasına benzer olarak Bourdieu da her bir sınıf veya alt sınıfın kültürel tercihlerinin altında yatan formülleri aramıştır” (Mennel vd. 1992, s.12).

Yemek ve kimlik ilişkisine, yemek yeme alışkanlıklarına ve bu alandaki değişimlere odaklanan Claude Fischler ise Fransız toplumu üzerinden bu olguları incelemesiyle öne çıkmıştır. İnsan türünün sadece proteinler, yağlar, karbonhidratlarla değil aynı zamanda semboller, mitler, fantezilerle de beslendiğini öne süren Fischler (1980, s. 937) yiyeceklerinin seçiminin yalnızca “fizyolojik gereksinimlere, algısal ve bilişsel mekanizmalara göre değil neyin yenilip yenemeyeceği, neyin sevilip neyin sevilmediği konusunda ek kısıtlamalara yol açan kültürel ve sosyal temsiller temelinde yapıldığını” belirtmiştir. Diğer taraftan Fischler (1988, s. 289) yemek ve kimlik ilişkisinde “duyusal karakterlerinden arındırılmış, görünüm ve işaretlere indirgenmiş olarak işlenen, paketlenen ve sunulan” modern yiyeceğin dönüşüme yol açtığını; başka deyişle geleneksel olandan uzaklaşmanın kimlik belirsizliğine neden olduğunu ileri sürmüştür. Bu bağlamda Fischler (1980, s. 948) E. Durkheim’ın –kısaca normsuzluk anlamına gelen– “anomy/anomi” kavramından türettiği “gastro-anomy/gastro-anomi” terimiyle modern bireylerin yiyecekler üzerindeki bilgi, tercih, algı, değer ve davranışlarının sosyo-kültürel ipuçlarından uzaklaşarak bireysel çerçeveye indirgendiğini ve bu durumun da bir krize yol açtığını savunmuştur.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Yemeğe ilişkin yaklaşımlar için ayrıca bakınız: Akarçay, 2016, s. 45-96.

### c. Gelişimsel Yaklaşım

İşlevselciliğin ve yapısalcılığın belirli bir tutarlılık ve bütünlük içerisinde öne sürülen yaklaşımlarına karşılık gelişimciliğin daha sınırlı kaldığı dile getirilmektedir. Bu yaklaşım genel olarak “toplumsal ilişki örüntülerinin veya çağdaş kültürel formları anlama çabalarının” geçmiş formlarıyla aralarındaki ne tür bir ilişki olduğunun saptanması üzerine kurulmuştur. Bu bağlamda toplumsal değişme konusu bu yaklaşımın merkezinde yer almıştır. (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 112).

Gelişimsel yaklaşım S. Mennell tarafından N. Elias’ın “uygarlaşma süreci” kavramının gıdaya/yemeğe uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. (Lake ve Oh, 2007, s. 192). Elias’ın temel yaklaşımlarından birisi olan bireyler üzerindeki dışsal sınırlandırmaların içsel sınırlandırmalara doğru kayarak gelişimin gerçekleştiği tezini Mennel, kendi çalışmasında “iştahın uygarlaşması” şeklindeki bir kalıba dönüştürerek iştah üzerindeki kendi kendini kontrol etme mekanizmasının kademeli bir artışı yansıttığını savunmuştur. (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 112-113; Lake ve Oh, 2007, s. 192).

Beardsworth ve Keil’e (2011, s. 113) göre gelişimsel yaklaşım içerisinde yerleştirilebilecek diğer bir isim olan J. Goody, Gana’nın kuzeyindeki iki etnik grubun yemek kültürlerini incelediği çalışmasında bu grupların besin sistemlerinin değişiminin izini sürmesi açısından gelişimsel yaklaşım anlamında önemli görülmüştür.

Diğer taraftan “yemek yemenin sembolik boyutlarının önemli unsurlar olduğunu ve bu olguların insan yaşamının besinsel, ekolojik ve ekonomik gerçeklerden bağımsız olarak analiz edilebileceği konusunda” (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 114) eleştirel yaklaşımıyla öne çıkan M. Harris, anti-yapısalcı kimliği nedeniyle Mennell, Murcott ve Van Otterloo (1992, s. 14) tarafından gelişimsel yaklaşım kategorisi altında değerlendirilmiştir. Sidney Mintz ise *Şeker ve Güç* adlı çalışmasıyla nadir bulunan bir ürünün belirli bir zaman diliminde yaygınlaşıp zevk ve lüks aracı haline gelmesini araştırması ve bu doğrultuda yaşanan dönüşümleri incelemesi bağlamında gelişimsel yaklaşım içerisinde değerlendirilmiştir.

Geleneksel yemek kültürüne ilişkin yukarıda ele alınan bazı yaklaşımlara ek olarak değerlendirilmesi gereken konulardan birisi de bu alanda yayınlanan çalışmaların genel niteliğidir. Türkiye’de geleneksel yemek kültürüne ilişkin yayınlanan çalışmalar, geleneksel yemek kavramının dar kapsamda değerlendirilmesiyle de bağlantılı olarak

yöresel yemek odaklı; derleme yöntemiyle malzeme tariflerinin verildiği, kuramsal temelden ve çözümlemeden genellikle yoksun yayınlardır. Bu tür yayınların ortak amacı ve önemli işlevi, belirli bir yörenin kültürel değerleri çerçevesinde yemek unsurunu ele almaları ve çeşitli araştırma yöntemleri doğrultusunda bu yemekleri yazılı ve görüntülü belgelemeleridir. Başka bir ifadeyle *kaydetmek, tanıtmak, öğretmek ve yaşatmak* şeklinde belirlenebilecek başlıca dört işlev doğrultusunda herhangi bir yörenin/bölgenin öne çıkan geleneksel lezzetleri yemeğin türüne göre sınıflandırılmakta ve bu yemeklerin tarifleri aktarılmaktadır. Bununla birlikte bu yayınlar -deyim yerindeyse- tarif odaklı geleneksel yemek çalışmalarıdır; bu yayınlarda kültürel yapı arka planda bırakılmakta veya eksik işlenmektedir.

Bu alanda yayımlanan popüler çalışmalara bakıldığında ise büyük bir yığın oluştuğu görülmektedir. Bir bölümü geleneksel lezzetleri ele alan (veya aldığını öne süren) bu çalışmalar “sağlıklı yaşam için beslenme rehberleri”, “lezzet yolculukları”, “pratik tavsiyeler”, “mutfağın sırları” gibi sloganlarla şeflerin, gurmelerin, yeni seyyahların ve diyetisyenlerin yayınlarını kapsamaktadır. Son yıllarda ise “geleneğin/gelenekselin yeniden keşfi” (N. Özdemir, 2018a) ve öneminin teslimi bağlamında artış gözlemlenen bazı akademik yayınlarda ise genetiği değiştirilmiş ürünler ve organik gıdalar gibi konularda tartışmalar yansımaya karşılık geleneksel yemek ve kültürel boyut sınırlı kalmaktadır. Başka bir ifadeyle bu çalışmalarda çağa özgü oluşan sorunların gündeme getirilmesi söz konusudur.

Diğer taraftan geleneksel yemek kültürünü teknoloji ekseninde ele alan ve bu doğrultuda yaşanan kültürel dönüşümün geleneksel yemek kültürü üzerinden etraflıca çözümlendiği bir çalışma bulunmamaktadır. Başka bir deyişle bu çalışmanın hem konusunu hem de gerekliliğini oluşturan bu hususun kuramsal bir temelde kültürel analizlere tabi tutulması önem arz etmektedir. Bu bağlamda bir cephesini çağın bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde oluşan, gelişen ve değişen geleneksel yemek kültürünün; diğer cephesini ise – aynı denklemde- geleneksel yemek kültürünün dijital bağlamlardaki ifade ve icra biçimlerinin oluşturduğu bu araştırma konusunda çözümlene yöntem ve yaklaşımlarımıza ilişkin şunları söyleyebiliriz:

“Tarihin belirli zamanlarında hüküm süren farklı teknoloji türlerine yanıt olarak teknofil (teknolojisever/sevgisi) ve teknofobi (teknoloji korkusu) teknolojik ütopya ve distopya

(kötü son/gelecek) tartışmaları ortaya çıkmıştır” (Pau, 2010, s. 1). Bu doğrultuda teknoloji karşısındaki insan tutumunun göz önünde bulundurulmasıyla büyük oranda beliren ve şekillenen “*teknolojik anarşi, teknofili, teknofobi ve uygun teknoloji*” gibi sınıflandırmalar mevcut felsefi yaklaşımlar içerisinde değerlendirilmiştir. Kanadalı felsefeci Alan R. Drengson (2020) tarafından çözümlenen meselede *teknolojik anarşi*, güç elde etmek ve zengin olmak için teknik bilginin doğanın ehlileştirmek için kullanılması; *teknofili*, teknolojinin hayatın merkezine yerleştirilmesi ve doğal olanın teknikle mağlup edilmesi; *teknofobi* canlı ve duygusal bir varlık olan insanın teknoloji aracılığıyla mekanikleştirilmesine karşı çıkılarak insan yaşamının teknolojiden arındırılması ve teknolojinin insan denetimi sınırları içerisinde bırakılması; *uygun teknoloji* “teknolojinin kendisini yaratan ve yaşatan kişilerden ayrı tutulamayacağı” (s. 342) ilkesinden hareketle teknolojinin bağdaştırmacı bir biçimde doğal dünyaya saygılı ve ölçülü bir biçimdeki bilgelikle kullanılması” şeklinde açıklanmıştır. Bu doğrultuda Drengson’a (2020, s. 341) göre *uygun teknoloji* yaklaşımı maliyetlerin dengelemesine, biyo-çeşitliliği korunmasına, insan-doğa-teknoloji arasındaki ilişkinin geliştirilmesine yardımcı olabilecektir.

Bu çalışmada önceki bölümde de işlediğimiz gibi *teknolojik determinizm* ve onun antitezlerinden biri olarak *teknolojinin sosyal inşası* kuramı da söz konusu tartışma bağlamına yerleştirilebilir. Bu denklemdeki temel tartışmalar teknolojinin tek merkezli olarak kültürü büyük oranda değiştirip dönüştürerek geleneksel yapıyı alt üst ettiği gerekçesiyle korumacı bir yaklaşımın sergilenmesi gerektiği; buna karşılık kültürel yapının da teknoloji üzerinde baskın taraflarının ve biçimlendirici etkilerin olduğu üzerine kurulmuştur.

Kişiliğin ve kültürün teknoloji içinde erimesi, kuşatılması, kontrol edilmesi ihtimali ve endişesine karşılık “toplumsal ve kişisel uzantıları olan teknolojik meselelerin salt teknolojik problemler olmadıkları” ve “bazı teknolojik sorunların köklerinde bizzat insan hayatının kendisindeki sorunlarda yattığı” (Drengson, 2020, s. 350) realitesi dikkate değer bir yaklaşımdır. Drengson’a (2020, s. 338) göre “toplumsal süreç farklı unsurlardan meydana gelen bir dere gibi akış içinde olduğundan teknofilin kusursuz bir teknokrasiye<sup>82</sup> erişmesi mümkün değildir”. Teknolojinin genişleyen ağının toplumdaki

---

<sup>82</sup> Teknolojik süreçler ile teknolojik süreçler için konulan kurallar (Drengson, 2020, s. 338).

her yapıyı sarması durumunda ise zıt kuvvetler karşı karşıya gelecektir. Başka bir deyişle burada açıkça ifade edilmese de teknolojinin olumsuz etkilerinin görülmeye başlanmasına yanıt olarak geleneğin/gelenek kültürünün dengeleyici bir yapı veya bir panzehir unsuru olarak devreye girmesi söz konusu olmaktadır. Bu doğrultuda rayından çıkan teknoloji, zaman zaman gelenek kültürü tarafından kontrol altına alınabilmekte veya alınmaktadır.

Bu bağlamda teknolojiye ilişkin temel yaklaşımımızın bütüncül bir perspektifle kurulması gerekmektedir. Dijitalleşme ve dolayısıyla dijital kültür, yaşadığımız çağın tekno-kültürel bir olgusudur ve ucu açık bir süreci kapsamaktadır. Kendi bağlamsal şartları içerisinde pek çok kültür unsurunun değişim ve dönüşüm geçirdiği; teknolojik altyapıya uyumlanarak varlığını sürdürdüğü; aynı zamanda bu mecralarda yeni geleneklerin oluştuğu, diyalektik düşüncenin bir gereğidir. Önceki bölümlerde işlediğimiz gibi genellikle durağan ve katı bir yapıya sahip olduğu şeklinde dar bakış açılarıyla değerlendirilen gelenek kavramının dinamik karakterinin teknoloji başta olmak üzere çeşitli unsurlar tarafından yenilenebileceği ve yaşatılabileceği gerçeği de bir köşede durmaktadır. Dolayısıyla teknolojinin, gelenekler (gelenek kültürü) üzerinde bütünüyle olumsuz etkilerinin olduğunu ileri sürmek, üç yüzyıldan uzun bir süredir ölüm döşeğinde olduğu ilan edilen geleneklerin çağa uyumlanarak devam ettiği gerçeğinin altını çizmesine karşılık bir genellemeye de yol açmaktadır. Başka bir deyişle *teknolojinin varlığı ve yükselişi=gelenek kültürünün dibe batışı* denklemi veya önermesi genellemeci ve yanlış bir tutumdur. Teknoloji tarihçisi Melvin Kranzberg'in teknoloji ile toplum arasındaki ilişkiye dair öne sürdüğü ve "Kranzberg Kanunu" olarak adlandırılan yasanın ilk maddesinde "teknoloji ne iyidir ne kötüdür ne de nötrdür (Akt. Castells, 2008, s. 96) fikri bu bağlamda önemlidir.

Tüm bu fikirlere karşılık teknolojinin kendi dinamizminin, doğanın ve insan yaşamının devingenliğiyle harmanlanması sonucu dijital kültür denilen büyük alanın meydana gelmesi ve bunun çağın bir gereği olması dijitalleşmenin ve dijital kültürün kutsanması, yüceltilmesi ve teslimiyetçi bir anlayışa kapı aralanması anlamına da gelmemelidir. (Aynı şekilde kötülemek ve ötelemek de yanlış bir tutum olacaktır). "Arzuları ve eğilimleri karşılamanın bir yolu olmaktan çıkıp zaman zaman kendi başına bir amaç olma yoluna giren" (Drengson, 2020, s. 337) her teknolojik unsur gibi dijitalleşme de gelenek kültürü açısından birtakım riskleri bünyesinde barındırmaktadır. Başka bir deyişle

teknolojinin bazı amaçlar ya da ortaya çıkardığı sonuçlar doğrultusunda gelenek kültürünün birtakım değerlerinin/varlıklarının/süreçlerinin işlevsizleşmesi, belirsizleşmesi ve kaybolmasının –deneyimlenerek- dile getirilmesi, teknofobik bir çerçeveye sıkıştırılamayacak kadar önemli durmaktadır. Teknoloji ile kültürün birbirini beslediği ve şekillendirdiği yaklaşımının kabulü, gelenek kültürünün incelenen bölümü/unsuru üzerinde tespit yapmayı; kazanımları ve kaybedilenleri belirtmeyi ve çözümlemeyi örtmemelidir. Bu bağlamda dijitalleşme teknik altyapısı ve sunduğu iletişim olanaklarıyla, sosyal ve kültürel yapı üzerindeki biçimlendirici karakteriyle, oluşturduğu ve dönüştürdüğü yeni insan tipleriyle yaşanan çağın bir olgusu olarak karşımızda durmakta ve bu olgunun çözümlenmesi gereken pek çok dinamiği bulunmaktadır. Özetle dijitalleşme karşısında temel yaklaşımımız dijitalleşmeyi ve dolayısıyla dijital kültürü kutsamamak; aynı zamanda bunu bir devingen bir süreç, olgu, iletişim merkezinde algılayıp olumlu ve olumsuz etkileri çok boyutlu düşünmektir.

Dijitalleşmenin hız ile özdeşleştirilen baskın karakteri insan yaşamında pek çok kolaylıklar sağlasa da sosyal ve kültürel yapı açısından değişim ve dönüşümlerin ritmini arttırdığı gözlemlenmektedir. Günlük hayatta uzaktan eğitim, çevrimiçi alışverişler, dijital sağlık bilgileri, kripto paralar-hesaplar, sanal geziler ve sergiler, çevrimiçi konserler vb. pek çok eylem, etkinlik ve olgu dijital kültür alanının sınırlarını genişletmekte ve dolayısıyla insan hayatını (yeniden) dizayn etmektedir. Bu alanda gözle görülür ve elle tutulur değişimlerin-dönüşümlerin yaşanması karşısında kişisel, toplumsal ve –disipliner çerçevede- bilimsel refleksler gösterilebilmektedir.

Bu noktada geleneklerin yok olduğu veya daha iyimser bir ifadeyle değişmeye ve dönüşmeye başladığı argümanına –geleneksel Türk yemek kültürü özelinde- dijital kültür penceresinden nasıl bakılabilir? Kültürel bir değer olarak bir lezzet kaybolursa veya niteliğini yitirirse ne olur? Bu temel sorular çerçevesinde geleneksel bir yemek ile kültürel bilgi belleği ve kültürel kimlik ilişkisinin boyutu nasıl belirlenebilir? Geleneksel yemek kültürü, mutfak savaşlarında hangi cepheededir? Geleneksel tatları korumanın kültürel güvenlikle ve halk sağlığıyla nasıl bir bağlantısı vardır?... şeklinde önemli konular gündeme getirilmelidir.

Korumacı yaklaşımının (hatta değişime kapalılığın) en belirgin olduğu alanlardan birisi de yemek ve kültürüdür. (Diyalektik olarak yeniliğe ve müdahaleye en açık bir alan olarak

da nitelendirilebilir). İnsan ve hayvan türünün içgüdüsel olarak bilmediği veya bilip risk barındıran yiyecekleri potansiyel bir tehlike olarak görme davranışı, fizyolojik (sağlık) ve psikolojik süreçlerle kendisini göstermektedir. Bununla birlikte yemek yemenin kültür biçimine evrilmesiyle de benzer çekimserlik veya muhafazakarlık kendisini kültürel tutumlarla (din, gelenek-görenek, alışkanlık vb.) ve ekonomik gerekçelerle açığa vurmaktadır. Başka bir deyişle önce fizyoloji ve psikolojinin izin vermediği değişime, daha sonra kültürel psikoloji ve değerler müdahalede bulunur. Fischler'in (1988, s. 278) ifadesiyle omnivore'un (hepçil-her şeyi yiyen tür veya canlı) beslenmesinin kökenindeki iki kutupluk, "neofobi (ihtiyatlılık, bilinmeyenden korkma, değişime direnç) ve neofili (keşfetme eğilimi, değişim ihtiyacı, yenilik, çeşitlilik) arasındaki salınımda yatmaktadır". Böylelikle "insan sadece biyolojik programlamalara ya da düzenleyici mekanizmalara değil aynı zamanda son derece karmaşık bilişsel yeterliliklere ve kültürel olarak inşa edilmiş pratiklere ve temsillere de sahiptir" (Fischler, 1988, s. 278). Bu doğrultuda yiyeceklere ilişkin fizyolojik korkular, yediğimiz şey olmanın<sup>83</sup> ağırlığına kadar genişler ve kültürel olarak tanımlanmış yiyecek repertuarı oluşturulur; sınıflandırmalar ve kodlamalar yapılır; tabular ve semboller ortaya çıkar. Gelenek veya geleneksellik ise bu noktada konumlanır. Geleneksel bilgi temelinde deneyimlenerek yaşatılagelen değerler içerisinde yemek aracılığıyla öz kimlik, kolektif kimlik ve kültürel kimlik doğrulanır. Bununla birlikte yemek unsuru üzerinden "kutsiyet atfetme, sosyal ilişkilerin derecesini gösterme, toplumsal bütünlük sağlama, sosyalleşme, birleştirme, paylaşma, sınanma/erginlenme" (Öğüt Eker, 2018b, s. 170) aitlik ve yücelme hissi, katılım ve kabul görme gibi birtakım işlevler gerçekleştirilir. M. Douglas'a göre "insan adeta bir kültür içinde yer ve bu kültür dünyayı kendine özgü bir şekilde düzenler" (Douglas, 1966'dan akt: Fischler, 1988, s. 281).

Diğer bir cephesiyle yemek olgusu tarih boyunca seyahatler, göçler, savaşlar, coğrafi keşifler gibi etkenlerle ithal ve ihraç edilip bazı unsurlarıyla diğer kültürel yapılarla uyumlandırılabilen ve kültürü biçimlendirebilen; teknolojik müdahalelerin olumsuz kullanımıyla niteliği dönüştürülebilen çeşitli dinamik karakterlere sahiptir. Bu atmosfer içerisinde geleneksel yemek ve kültürü ise denizleri dolaştıktan sonra sınımlanacak bir

<sup>83</sup> "Man ist, was man isst" şeklinde *ne yersen osun* anlamına gelen Alman atasözüdür" (Fischler, 1988, s. 279).



liman, çeşitli maceralara giriştikten sonra dönülecek bir ev olmaktadır. Başka bir deyişle kökeni, tarihi ve kimliği bilinen bir kontrol mekanizmasıdır.

Geleneksel yemek kültürünün şifreleme sisteminin çözülmesinin olası boyutları –daha önceden de belirtildiği gibi- salt bir lezzet kaybının kalıbına sıkıştırılmaz. Bu bağlamda dijital kültür çağında ve dijital iletişim araçları içerisinde geleneksel Türk yemek kültürünün varlık ve ifade ediliş biçimleri, değişim ve dönüşüm geçiren unsurlarının stratejik boyutu bu araştırmanın temel hareket noktasını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada geleneksel Türk yemek kültürü, dijital platformlar bağlamında *Geleneksel Bilgi, Genetik Kaynaklar, Coğrafi İşaretler, Geleneksel Ürün, Kültürel İfadeler, Kültürel Miras, Kuşaklararasılık, Geleneğin Yeniden Keşfi, Küreselleşme-Küyerelleşme-Kültürel Melezleşme-Slow Hareketler, Yemek ve Performans, Gastronomi (Mutfak) Turizmi, Çevrimiçi Alışveriş/Yemek Siparişi, Temiz Gıda ve Gıda Güvenliği, Toplumsal Cinsiyet, Dijital Mutfak Teknolojisi, Sentetik Biyolojik Gıda* gibi pek çok kavram ve konular etrafında çözümlenecektir. Bu başlıkların seçilmesinin nedeni bu konuların dijital kültür bağlamında yoğun bir karşılık bulduğunun düşünülmesidir. İnisyatife göre ve gelişen dijital teknolojilerin kültürel yansımaları olarak listeye yeni eklemeler yapılabileceği de kabul edilebilir.

Dijital platformlar bağlamında geleneksel Türk yemek kültürünün -disiplinlerarası bir perspektifle- inceleneceği bu çalışmada uygulanacak kuram ve geliştirilecek yaklaşımlara ilişkin bütüncül olarak şunlar söylenebilir:

Yemeğin dijital araçlarda bir performans biçimi olarak nasıl kullanıldığına dair çözümlenelerde bağlam merkezli halkbilimi kuramlarından “Performans Teori”den yararlanılacaktır. Bu doğrultuda performans olgusuna yönelik son dönemde geliştirilen internet temelli yaklaşımların ışığında bir model oluşturulacaktır. Aynı zamanda bu yöntem, belirtilen halkbilimi kuramının (medya eksenli) yemek kültürüne nasıl uygulanacağını da bir sorgulaması ve girişimi olacaktır. Çalışmanın ilgili noktalarında çeşitli konuların çözümlenmesinde ise zaman zaman “İşlevsel Teori”ye başvurulacaktır.

Halkbiliminin birçok disiplinin kesiştiği kavşak konumunda bulunan karakterinin yanı sıra yemek kültürünün de pek çok bilim dalının araştırma alanına girmesinden dolayı disiplinlerarası bir yaklaşım sergilenecektir. İlerleyen kısımda değinileceği gibi teorisi üzerinde genel kabul gören görüşler olmakla birlikte metot ve işlev bakımından da çok

çeşitli bir yapı görünümünde olan disiplinlerarasılık yaklaşımı, çalışmayı zenginleştirmek için kullanılacaktır. Bu doğrultuda dinamik bir konunun ve olgunun incelenen unsurlarına ilişkin farklı disiplinlerin verileri bilgi sentezi gerçekleştirme, bilgi zenginliği oluşturma, farklı arka planlara bakma ve bütünü görme gibi temel işlevler doğrultusunda çözümlenecek ve çalışmaya eklenilecektir.

Bu doğrultuda teknolojinin insan yaşamı üzerinde tek yönlü bir belirleyici güç olduğu veya (buna karşıt görüşler bağlamında) kültürden teknolojiye doğru da güçlü bir gidişin hatlarının çekildiği tartışmaları açısından iletişim sosyolojisinden veya kitle iletişim kuramlarından (teknolojik determinizm, teknolojinin sosyal inşası); yemeğin kültürel boyutunun arka planına bakmak veya kültürel olguların basamaklarının döşenmesinde fizyolojik faktörlerin belirleyiciliğini incelemek için fizyolojiden (duyu fizyolojisinden); bu bağlamda kültürel belleğin bir çıktısı olarak lezzet belleğini oluşturan dinamiklerin işaretlenmesi açısından duyu fizyolojisinden ve kültürel psikolojiden; geleneksel yemek kültürünün bağlamsal düzeyde veya bağlamlar arası farklılıklarının ve işlevlerinin çözümlenmesinde zaman ve uzam faktörüne dair temel çözümlenmeler için bazı felsefe ve fizik yaklaşımlarından; kuşak ve kuşaklararasılık kavramına dair biyolojik ve sosyolojik yaklaşımlardan; yemek ve toplumsal cinsiyet ilişkisinin irdelenmesinde sosyolojik veya bazı feminist görüşlerden yararlanılacaktır.

Yemek bir nesne ve kültür olgusu olarak sözsüz, görsel, işitsel, performansa dayalı, sembollerle örülü bir iletişim biçimidir. Bununla birlikte sözlü, yazılı/basılı ve elektronik kültür ortamları içerisinde de varlık alanı bulduğundan dolayı iletişim bilimleri ekseninde de çözümlenebilecek bir yapıdadır. Bu çalışmada dijital kültür platformları merkezli bir araştırma yapılacağı için geleneksel yemek kültürünün iletişim biçimi oluşturan boyutu göstergebilimsel bir yaklaşımla da çözümlenecektir. Bu bağlamda sosyal medya araçlarında geleneksel yemek kültürüne ilişkin çeşitli gösterge dizgeleri (estetik sunumlar, performans biçimleri, kültürel kodlamalar, kimlik ve benlik sunumları, kültürel ekonomik işlevler) incelenecektir.

Bu çalışmada yararlanılacak kuramlar ve takip edilecek yöntemler açısından yukarıdaki sınıflandırma ve fikirlere ilişkin daha ayrıntılı açıklamamız gereken hususlar bulunmaktadır. Bunların birincisi dijital iletişim araçları bağlamında yeniden düşünülen

performans kavramına dair son yaklaşımlar; ikincisi ise halkbilimi ile disiplinlerarasılık konusunun tarihi ve teorik olarak genişletilmesidir.

Richard Baumann'a (1992b. 41) göre "iletişimsel davranış modu ve bir tür iletişimsel olay veya gösteri"; "estetik olarak işaretlenmiş ve yükseltilmiş bir iletişim modu" olarak tanımlanan performans, elektronik kültür ortamları içerisinde kendi bağlamsal karakterine sahip olan bir yapıya bürünmektedir. Elektronik bağlamlara taşınarak radyo, televizyon ve sinemanın kendi iç dinamikleri çerçevesinde yapı ve içerik olarak dönüşümler geçiren herhangi bir gelenek kültürü unsurun dijital ortamlarda nasıl konumlandırıldığı sorusu –performans kavramı<sup>84</sup> etrafında- güncelliğini korumaktadır. Diğer bir ifadeyle dijital iletişim araçları içerisinde folklor performansı nasıl yapılandırılabilir ve çözümlenebilir?

"Dijital ve bedensel kültürel alanlar arasındaki benzerliklerin artan bir şekilde kabul edilmesi hoş karşılanan bir yenilik" olarak değerlendirip özellikle dijital performans ortamlarında ortaya çıkan estetik ifade dinamiklerini açıklayan bir performans teorisine hala şiddetle ihtiyaç duyulduğunu" belirten Trevor J. Blank (2012, s. 16), bir folklor performansının incelenmesindeki yüz yüze olma (temas) ve küçük gruplar arasındaki artistik iletişim kriterinin dijital ortamlarda gerçekleştirilen yeni performans biçimlerinin araştırılması üzerinde çekimser bir etki yarattığını belirtmiştir. Anthony Bak Buccitelli (2012, s. 64, 75) ise "dijital ve aktüel performanslar arasındaki farklılıklara rağmen folklorcuların şu anda dijital performansı yeterince anlamak için ihtiyaç duyulan teorinin çoğuna sahip olduklarını"; dijital teknolojilerin sunduğu yeni sosyal alanlara ve şiirsel olanaklara standart performans teorilerinin uygulanmasındaki zorlukların halkbilimciler tarafından kabul edilmesine karşılık halkbilimcilerin dijital ve aktüel performanslar arasındaki hem belirgin benzerlikleri hem de büyük farklılıkları hesaba katmak için performans merceğini ayarlamaları" gerektiğinin altını çizmiştir. Başka bir deyişle dijital

---

<sup>84</sup> Performans kavramıyla ilgili ayrıca bakınız: Abrahams, Roger D. (1972). Folklore and Literature as Performance, *Journal of the Folklore Institute*, 9, (2/3). 75-94; Hymes, Dell. (1975) Breakthrough Into Performance. Dan Ben-Amos and Kenneth S. Goldstein (eds.), *Folklore: Performance and Communication*. Mouton: The Hague: Mouton, 11-74; Bauman, Richard. (1975). Verbal Art as Performance. *American Anthropologist*, 77, (2), 290-311; Schechner, R. (1988). *Performance Theory*. New York: Routledge; Bauman, Richard, (1992). *Performance*. R. Bauman (Ed.). *Folklore, Cultural Performance, and Popular Entertainments* (s. 29-40). New York: Oxford University Press. 41-49; Fine, Elizabeth C. (1996). Performance Approach. *American Folklore An Encyclopedia*, Jan Harold Brunvand (Ed.), New York-London: Tylor & Francis. 1165-1167; Ben-Amos, Dan, (1997). Performance. *Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music And Art* (Ed. Thomas A. Green), Santa Barbara, California, 630-634.

iletişim ortalarındaki eylem biçimlerini bir tür performans olarak gören Buccitelli (2012: 73), “Folklorun Dijital Performansına Dair Bir Teoriye Doğru (Toward a Theory of the Digital Performance of Folklore)” başlığıyla bir yaklaşım geliştirmiş ve bu teorik boşluğu çağdaş folklor biliminde doldurmaya çalıştığını belirtmiştir.

Buccitelli’nin (2012) -Performans Teoriye ve Web. 2.0 teknolojisine<sup>85</sup> atfen- *Performans 2.0* olarak kavramsallaştırdığı dijital performans, dijital ortamlarda “estetik, üretim, alımlama ve tepki sürecini karşılayan bir terim” olarak tanımlanmıştır. Buna göre dijital ortamlara özgü çevrimiçi ya da çevrimdışı performans biçimleri üzerinde benzer ya da farklı bakış açılarıyla yeni bağlamsal şartlar temelinde çözümlenmelerin yapılabileceği üzerinde durmuş; folklorcuların dijital teknolojileri basitçe çevrim dışı folkloru kaydeden veya ileten medya olarak düşünmekten vazgeçerek bu mecraların performans yerleri olarak görülmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Blank’a (2012: 19) göre bu olgu “kimyasal olarak farklı yollarla oluşturulan, aynı görünmeyen fakat aynı şekilde çalışıp benzer risk ve sonuçları olabilen, aynı amaca hizmet eden ilaçlar gibidir”. Tok Thompson (2012: 58) da folklorun çevrimiçi olarak muazzam bir Rönesans yaşadığını belirterek çevrimiçi folklor çalışmalarını benzer bir yaklaşımla “*folklor 2.0*” şeklinde kavramsallaştırmıştır.

Dijital kültür bağlamlarında performans biçimlerinin –özel ve çeşitlendirilebilecek şekilleri olsa da- genel anlamda iki türlü gerçekleştiği söylenebilir. Bunlardan birincisi dijital çağın iletişim araçlarında beğen butonuna tıklama, emoji ekleme, gönderinin altına yorum yazma, grafik oluşturma, engelleme, beğenme, gizlice takip etme (stalklama), hashtag açma (etiketleme) gibi “dijital davranışın tezahürleri” (Buccitelli, 2012: 35) olarak nitelendirilen dijital alana özgü olanlar/oluşturulanlar/ gerçekleştirilenler; ikincisi ise geleneksel ortamlarda üretilip/kaydedilip dijital ortama taşınan/aktarılan performans içerikleridir. İkincisi açısından vurgulanması gereken diğer nokta ise temel niteliğinin dijital çağın ve kültür araçlarının mantığı doğrultusunda yeni bağlamsal şartlar gözetilerek hazırlanmasıdır. Başka bir deyişle her türlü hareketli-hareketsiz, sesli-sessiz-çevrimiçi-çevrimdışı vb. hazırlanan görsel içerikler dijital ortamlarda (ör. sosyal

---

<sup>85</sup> *Performance 2.0* ifadesiyle ikinci nesil internet hizmeti olarak tanımlanan Web 2.0 sistemine göndermede bulunmaktadır. Web 2.0, “kullanıcının bilgi arayabildiği veya bilgi edinebildiği tek yönlü bir ilişkiden, çeşitli içerik türlerine erişmenin yanı sıra içerik üretilebildiği çift yönlü bir ilişkiye geçişinin sağlanarak kullanıcı deneyimini pasif olmaktan çıkarıp aktif bir ilişkiye dönüştürmesine” (Levin ve Mamlok, 2021, s. 3) olarak tanıyan teknolojidir.

medyada) yayınlanabilecek alt yapı çerçevesinde hedef kitlenin dikkatini cezbedici bir yaratıcılıkla gösterilmekte veya icra edilmektedir.

Yemek, malzeme temininden veya üretiminden başlayarak yemeğin yapılışı, hazırlanışı, sunulduğu, toplanılışı ve temizlenişine kadar başlı başına bir süreç ve önemli bir performans biçimidir. Yapan, yapılan ve yiyen(ler) eksenindeki ilişkiye göre biçimlenen bu performans biçiminin boyutları psikolojik, sosyal ve kültürel anlamda da katlanmaktadır. Yemeğin, özellikle yapılış sürecinde bir performans olarak izlenilmesinin “*bireysel boyutunda*” ustalık sergileme, pazarlama ve iletişim kurma; “*sosyal boyutunda*” “malzeme dönüşümü merakı” (Alpyıldız, 2019: 113), tanık ve tatmin olma yatmaktadır. Bu açıdan yemek yapmak, güçlü bir performans biçimi veya bir tür gösteri (sanatı) olarak değerlendirilmelidir.

Diğer taraftan sadece hazırlama bakımından değil, yemeğin yeniliş biçimleri de yemek performansını çerçevesinde düşünülebilir. Bu bağlamda yemeğin ve yemek kültürünün performans boyutunun kısa açıklamalar dışında yeterince incelenmediği belirtilebilir.

Araştırma konumuz çerçevesinde değerlendirildiğinde ise dijital iletişim temelli yemek kültürüne ilişkin son dönemde yayınlanan çalışmalarda yemeğin dijital bağlamlarda ifade edilmiş biçimlerine “gastro-gösteri” kavramı doğrultusunda artan vurgular olsa da yemek performansının artistik/sanatsal iletişim ve diğer bileşenler bakımından yeterince çözümlenmediği görülmektedir. Dijital bağlamların içeriğinin oluşturulmasında ilgi çekici taraflarıyla seyirlik boyutunun keşfedildiği yemek unsurunun performans boyutu, bu çalışmada Gösterimci Kuram (Performans Teori) ekseninde çözümlenecektir.

Bu çalışmaya ilişkin yaklaşımlarımızdan biri olan disiplinlerarasılık konusunda genel tanımlamalardan başlayarak halkbilimi disiplininin kendine özgü karakteri çerçevesinde de şu açıklamalara yer verilebilir:

En genel anlamda disiplinlerarasılık (interdisciplinarity) “*merkez bir disiplindeki karmaşık bir konuyu çözmek amacıyla farklı disiplinlere ait görüş ve kuramların birleştirilmesi, çeşitli düzeylerde entegre edilmesi, yeniden yapılandırılması ve bunların bütüncül ve sistemli sonuçlar elde etmek için kullanılması*” (Keskin, 2019a, s. 20); “*herhangi bir alandaki fikirlerin diğer alanlardan teoriler, kavramlar ve yöntemlerle zenginleştirilmesi*” (Stember, 1991, s. 2); “*belirli bir olguyu kendi bütünlüğü içinde açıklamak amacıyla, farklı bilimlerin açıklayıcı yaklaşımlarını birbirine bağlama*

*girişimi*” (Hübenthal, 1994, sy); “*disipliner bilginin bir araya gelmesinden, kaynaşmasından veya sentezinden kaynaklanan yeni bir bilgi*” (Aram, 2004, s. 407); “*disipliner içgörülerin kapsamlı bir anlayışla bütünleştirilmesi yöntemi*” (Newell, 2001, 18) şeklinde tanımlanmıştır.<sup>86</sup>

Disiplinlerarasılığın tarihi ve teorik düzlemdeki temel argümanları disiplinler çerçevesinde oluşmuş ve şekillenmiş; disiplinlerarasılığın tanımlanmasında ve metodolojisinin belirlenmesinde disiplinler çizgilerden hatlar çekilmiştir. Disiplinlerarasılık çalışmalarında önemli bir isim olan Julie Thompson Klein (2009, 11) birleştirilmiş-bütünleştirilmiş bilgi tabanı arayışları çerçevesinde disiplinler ile disiplinlerarasılığın konumunu belirleme noktasında “bilgiyi disipline etme süreci bağlamında –yöntem ve sonuçlar aynı olmasa da- disiplinlerlik ve disiplinlerarasılığın birbirine bağımlı” (Klein, 1990, s. 39) olduğunu belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle “disiplinlerarası çalışmalarda işe koşulacak belirli bir disipline sahip olma” disiplinlerarasılıktan söz edilebilmenin temel şartı olarak da görülmüştür.<sup>87</sup> (Osborne, 2013’den akt: Keskin, 2019, s. 11). Dogan ve Pahre (1990) de “disiplinlerin izole birimler değil, geçirgen varlıklar oldukları” noktasından hareketle disiplinlerarasılığın disiplinler içerisinde zaten var olduğunu; bu bağlamda disiplinlerin ve disiplinlerarasılığın iç içe geçerek birbirlerine gereksinim duyduklarını belirtmişlerdir. (Akt: Chettiparamb, 2011, s. 69, 73).

Klein’e göre (2000, s. 7) “disiplinlerlik ve disiplinlerarasılık arasındaki ilişki bir paradoks değil, karmaşıklık ve melezlikle karakterize edilen üretken bir gerilimdir. Disiplinlerarasılık ve uzmanlaşma<sup>88</sup> paraleldir ve birbirini güçlendiren stratejilerdir”. “Dolayısıyla disiplinlerarasılık kendi paradigmasını ve söylemini oluştururken, yine disiplinler sınırların etkilediği ve zorunlu olarak biçimlendirdiği bir akademik dil

<sup>86</sup> Amerika Birleşik Devletleri’ndeki *Ulusal Akademiler* (National Academies) tarafından önerilen ve yaygın olarak alıntı yapılan bir tanım şu şekildedir: “disiplinlerarası araştırma çözümleri tek bir disiplinin veya araştırma alanının ötesinde olan; temel anlayışı geliştirmek veya sorunları çözmek için iki veya daha fazla disiplinden veya uzmanlık bilgisinden gelen bilgileri, verileri, teknikleri, araçları, bakış açılarını, kavramları ve/veya teorileri entegre eden ekipler veya bireyler tarafından yapılan bir araştırma şeklidir” (Akt. Szostak 2016, s. 72).

<sup>87</sup> John, D. Aram’a (2004, s. 380) göre disiplinlerarasılık -uygun bir şekilde- disiplinlerin doğasına ilişkin bir araştırma ile başlar.

<sup>88</sup> Uzmanlaşma kavramıyla, kişinin disiplinler bilgi ve birikime ilişkin bir olguya atıfta bulunmaktadır. Geniş anlamda ise bir disiplinin kendine özgü sınırları, hareket ve bağımsızlık alanı veya bazı koşullar nedeniyle yeni disiplinlerin yaratılması kastedilmektedir. Bu bağlamda bazı araştırmacılar tarafından uzmanlaşma, disiplinler çerçevesinde –dar bir kalıp içinde- gerçekleşen bir süreç olarak düşünülüp karakterize edilmekte; disiplinlerarasılığın karşısında konumlandırılmaktadır. Bu bağlamda disiplinlerarasılığın bazı savunucuları tarafından disiplinlerliğin bilimsel çalışmaları eksik bıraktığı ve kısırdöngü içinde kaldığı düşünülmekte; disiplinlerarasılığın da bu bağlamda bir bilimsel çözüm olacağı vurgulanmaktadır. (Tartışmalar için ayrıca bakınız: Kockelmans, 1986; Dogan ve Pahre 1990; Nissani, 1997; Aram, 2004, Chettiparamb, 2007; King, 2011; Curato, 2013).

içerisinde işlemektedir” (Değirmenci, 2011, s. 76). Bu bağlamda Szostak (2016, s. 81) “disiplinlerarası analizin, disiplinler tarafından üretilen anlayışlar (içgörüler) üzerine inşa edildiğini”; “disiplinlerarası araştırmayı, uzmanlaşmış araştırmalara alternatif olarak görmenin yanlış olacağını” belirtmektedir.<sup>89</sup>

Bu bağlamda disiplinlerarasılığın teorik zemininin oluşturulmasında birbirinin karşıtı iki tezin ileri sürüldüğü görülmektedir. Bunlardan birincisi disiplinlerarasılığın normatif bir biçimde disiplinlerin boş ve eksik bıraktığı alanların doldurulmasında; disiplinlerin başarmayı hedeflediği noktaların aşılmasında önemli işlev gördüğü düşünceleridir. (Chettiparamb, 2007, s. 13). Roswitha M. King’in (2011, s. 102) deyişiyile “disiplinlerarasılık, bazılarına göre, aşırı uzmanlaşmanın verdiği hasara bir panzehir olarak görülmektedir”. Disiplinlerarasılığı, disiplinlerliğin karşısında konumlandırıp<sup>90</sup> onun alternatif bir modeli şeklinde sunan bu anlayışa karşılık ileri sürülen diğer savlar ise yine *normatif biçimde* disiplinlerarasılığı, disiplinler bir düzlemden hareketle geliştirilen çalışmalar bütünü olarak değerlendirme perspektifidir. Buna göre disiplin ile disiplinlerarasılık, tarihsel olarak iç içe geçmiştir ve disiplinlerarasılık çoğunlukla disiplinler içinde sessizce gelişmiştir. Klein’e göre (2000, s. 8) “disiplinler arası faaliyetler, disiplin uygulamalarının kalbinde yer alabilir”. Bu bağlamda “disiplinlerarası bilgi, disiplinler arasındaki bağlantıları güçlendirir; çapraz döllemeyi teşvik eder; yeni bir odak alanı yaratır” (s. 18).

Disiplinlerarasılığın teorik çerçevesinin çizilip ana hatlarının belirlenmesinde ve metodolojisinin oluşturulmasında ileri sürülen savlar ve öne çıkarılan modeller çeşitli olsa da genel kabul görmüş yaklaşımlar hakkında ise şunlar açıklanabilir:

Disiplinlerarasılığın gerçekleşebilmesi için *karmaşıklık* olgusu/teorisi/fenomeni yeterli ve gerekli bir ön koşul olarak görülmektedir. (Klein ve Newell, 1998; Newell, 2001, 2013,

---

<sup>89</sup> Szostak (2016, s. 72-73, 81) bazı disiplinlerarası akademisyenlerin, modern akademinin disiplinler yapısını değiştirme hamlelerine rağmen disiplinlerarası araştırmanın uzman araştırmacılar tarafından bir tehdit olarak görülmesine gerek olmadığını; uzmanlaşma ve entegrasyon arasındaki simbiyotik (tamamlayıcı) ilişkinin, disiplinlerarası bilim içinde neredeyse evrensel olarak kabul edilmekte olduğunu; uzmanlaşmış araştırmanın, disiplinlerarası araştırmacı tarafından yanlış olarak değil yalnızca eksik olarak görüldüğünü; disiplinlerarası araştırmacının görevinin, bir yaklaşımı diğerine tercih etmek değil, her bir içgörünün belirli bir durumda ne kadar önemli olduğunu belirlemek olduğunu dile getirmiştir.

<sup>90</sup> Karşı cepheden bakıldığında bilim tarihinde disiplinler yapının savunucuları tarafından disiplinlerarasılık meselesi ve fikri bir “taviz” (Gulbenkian Komisyonu, 2003, s. 49) olarak da görülmüştür. Daha geniş bir ifadeyle bilim tarihinde disiplinlerin oluşmaya başlamasına paralel olarak disiplinler kimlik/varlık meselesi ve evrensellik iddiaları temelinde haritaların çizilmesi disiplinlerarasılığa ilk başta mesafeli yaklaşımlarına sebebiyet vermiş ve disiplinler alanda sınır ihlali algısını yerleştirmiştir.

Hübenthal, 1994; Fuchsman, 2009). Bu bağlamda disiplinlerarasılığın karmaşık sistemleri gerektirdiği tezine paralel olarak *“bir soruyu yanıtlayma, bir sorunu çözme veya tek bir disiplin ve meslek tarafından yeterince ele alınamayacak kadar geniş veya karmaşık bir konuyu ele alma süreci”* (Klein ve Newell, 1997: 393-394; Klein ve Newell, 1998, s. 3) şeklinde yapılan bir tanımla disiplinlerarasılığın hareket noktası belirlenmiş; “disiplinlerarası çalışmalar süreci ise “incelediği karmaşıklık<sup>91</sup> olgunun doğasına uygun akademik yanıt” (Newell, 2013, 32) olarak nitelendirilmiştir.

Disiplinlerarasılığın temel noktalarından biri ise entegrasyondur. Ken Fuchsman’a göre (2009, s. 72) –disiplinlerarasılıkta önemli iki isim olan- Klein ve Newell’in disiplinlerarasılık tanımı, bir problemin tek bir disiplinin yeterliliğinin ötesinde olduğunda entegrasyona odaklanmasına dayanmaktadır. “Epistemolojik olarak disiplinlerarasılığın çoğulcu sonuçları hesaba katması ve güvenilirliği sağlaması bağlamında entegrasyonun fizibilitesi”<sup>92</sup> (Fuchsman, 2009, s. 81) hususunda çeşitli olumsuz görüşler olsa da entegrasyonun (bütünleştirmenin) bir yöntem olarak yaygın bir şekilde kabul edildiği söylenebilir. Bu bağlamda disiplinlerarasılıkta başlıca yöntemler *“karmaşıklık kuralı/olgusu/teorisi ve sorun çözme”, köprü kurma<sup>93</sup> ve ödünçlenme”, “entegrasyon (bütünleştirme) ve yeniden yapılandırma”* (Keskin, 2019a. s. 16-23; Keskin, 2019b, 927-928; Klein, 1990, 2009) şeklinde belirlenmiştir.<sup>94</sup>

Disiplinlerarası yaklaşımla yürütülecek bir çalışmanın ilk koşulunun “diğer disiplinlerle köprü kurarak alışveriş içerisinde bulunabilecek, görüş ve yaklaşımlarını başkalarıyla bütünleştirebilecek, fikirleri entegre edilebilecek bir disipline sahip olmak” (Keskin, 2019a, s. 11) şeklindeki bir belirlenmeden hareketle bu tür çalışmalarda “merkez bir

<sup>91</sup> Disiplinlerarasılığın temelinde karmaşık sistemlerin davranışıyla ilgili olduğunu iddia eden Newell’a göre (2001, s. 3) “disiplinlerarası çalışma daha kapsamlı bir anlayışı sentezlemek için birden fazla disiplinin perspektifinden yararlanıyorsa, bu durumda zorunlu olarak birbirine bağlı daha büyük değişkenler kümesi arasında daha doğrusal olmayan ilişkileri kapsamalıdır. Bu açıdan disiplinlerarası bir araştırmanın nihai amacı, dünyanın o karmaşık sistem tarafından modellenen bölümünü anlamaktır”. Bu bağlamda Newell (2001) “karmaşık sistemler teorisi” şeklinde disiplinlerarasılık çalışmalarını formüle etmiştir.

<sup>92</sup> Disiplinlerarasılık hakkında ve disiplinlerarasılıktaki entegrasyon konusunda olumlu ve olumsuz görüşler için bakınız: Hübenthal, 1994; Chettiparamb, 2007; Fuchsman, 2009; Klein, 2009; King, 2011; Szostak, 2013; Scheff, T. 2013; Holbrook, 2013; Graff, 2016; Politi, 2017.

<sup>93</sup> Disiplinlerarası çalışma yapan araştırmacılara M. Anbar “köprü bilimci” (bridge scientist) kavramını önermiştir. (Chettiparamb, 2007, s. 29).

<sup>94</sup> Bununla beraber disiplinlerarasılıkta “blending (harmanlama, kaynaştırma), building bridge (köprü kurma), borrowing (ödünçleme), collaboration (işbirliği), exchange (değiş tokuş), focusing (odaklanma), hybridization (karmalaştırma), integration (bütünleştirme, birleştirme, uyuşturma), interacting (birbirini etkileme, etkileşim), linking (bağlama, birleştirme), restructuring (yeniden yapılandırma) vb. genel terimler çerçevesinde çeşitli yöntemler ve yaklaşımlar bulunmaktadır. (Keskin, 2019b, 927-928).



disiplinin bütünüyle terk edilmesi yerine diğer alanlardaki bilgi ve yaklaşımların konuyu bütüncül şekilde çözümlenmesi için dikkatli bir şekilde birbirine entegre edilmesinin esas olduğu” (Keskin, 2019a, s. 11) vurgulanmaktadır. Disiplinlerarası bir çalışmanın temel niteliği ve başlangıç noktası hususunda bir sorunun çözümünden veya mevcut disiplinin yöntem ve kuramlarının eksik gelebilecek veya yalnızca yetersizliğini çağrıştırabilecek anlamlarının ötesinde disiplinlerarasılığın –kişiye, çalışmaya ve disipline- *nitelik artırma, çözümü zenginleştirme, görme biçimini çok boyutlandırma, duyarlılığı genişletme, donanım kazandırma* gibi işlevlerinin olduğunun belirtilmesi gerekmektedir.

Disiplinlerarası yaklaşımın bazı katı ve taraflı savunucuları tarafından disiplinlerarası araştırmanın değerini disiplinler araştırmanın üstünde görme düşüncesi; disiplinlerarasılığı, disiplinler yapının alternatifi olarak değerlendirme eğilimleri; disiplinler alana yetersizlik ve çözümsüzlük göndermeleri; disiplinlerarasılık söylemi altında gizli sömürgeci yaklaşımlar tesis etme anlayışları gibi bazı yaklaşımların sergilenmeye çalışıldığı görülmektedir. Bilimsel bir çalışmanın değerini belirleyen ilke ve ölçütlerin çerçevesi içerisinde düşünüldüğünde disiplinler çalışmaların birbirini tekrar eden, ham veri sunan, çözümleyicilik yönü sınırlı olan, araştırmacının özgünlüğünü sunamadığı vb. örneklerinin disiplinlerarası düşüncenin ve yaklaşımların hareket noktalarından biri olarak belirlenmesine karşılık; disiplinlerarası olduğunu veya disiplinlerarası yöntemlerle gerçekleştirildiğini iddia eden çoğu araştırmanın da çeşitli disiplinlerin yığılmış verilerini bir araya getiren ve iyi bir senteze ulaşamamış bir niteliğinin de olabileceği akıllarda tutulmalıdır.

Bu bağlamda disiplinlerarası araştırmanın nasıl yapılabileceğine ilişkin<sup>95</sup> teorik bilgiler veren ve en iyi uygulama modelini oluşturmaya çalıştığını belirten Szostak, (2013, s. 48) disiplinlerarasılığın bir zamanlar imkansız olduğunun disiplinciler (!) tarafından düşünülmesi kadar şimdi de kolay olduğunun yaygın bir şekilde dile getirilmesinin<sup>96</sup> bu alanda daha yanlış bir zemin oluşturduğunu vurgulamakta; “yüzeysel disiplinlerarasılıkla boğulma” endişesini dile getirmektedir.<sup>97</sup> Başka bir deyişle disiplinlerarası çalışmalar

<sup>95</sup> Ayrıca bakınız: Hübenthal, 1994; Chettiparamb, 2007; Fuchsman, 2009; Szostak, 2013. Szostak, 2016.

<sup>96</sup> Szostak’a (2013, s. 48) göre “günümüzde asıl sorun disiplinlerarası iyi araştırma yapmanın imkansız olduğunu iddia eden disiplincilerden değil, hepimizin disiplinlerarası olduğumuza dair çok daha sinsi iddialarda bulunanlardan kaynaklanmaktadır”.

<sup>97</sup> Szostak’a (2016, s. 70) göre “disiplinlerarasılığın artan popüleritesiyle çok sayıda bilim insanı artık kayda değer bir disiplinlerarası eğitim almadan, disiplinlerarası literatürle karşılaşmadan ya da disiplinlerarasılığın anlamını gerçekten yansıtmadan kendisini disiplinlerarası olarak tanımlamaktadır”.

ortaya koyduğunu savlayan çoğu araştırmacının sığ sulara gezdiğinin eleştirisi olan bu düşünceler, disiplinlerarası çalışmaların çeşitli disiplinler bilgilerinin nitelikli bir şekilde bütünleştirilmesi ve çözümlenmesi gerektiğinin de ifadeleri olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda günümüzde disiplinlerarasılık teriminin kullanımının yaygınlaşmasının bir yönünü de onun artan popülaritesi ve çekiciliğinin oluşturduğu üstü kapalı vurgulanmaktadır.

Diğer taraftan R. Szostak'ın disiplinlerarası çalışmaların teorisi üzerine –ve bu konudaki disiplinaryelerin eleştirilerine yanıt olarak- altını çizdiği esas nokta ise “disiplinlerarası araştırmacının uzman disiplinler bilim adamıyla aynı derinliğe sahip olmasının beklenemeyeceğine ve disiplinlerarası bilimin temel içgörüsünün, bu derinlikte bir uzmanlığın gerekli olmadığına dair” (Szostak, 2013, s. 54) paradigmalarıdır. Bu doğrultuda disiplinlerarasılığı, pratik boyuta taşıyan çoğu araştırmacının bunu dolaylı bir biçimde öğrendiklerini ve öğrettiklerini de eklemektedir.

Disiplinlerarasılığı “araştırma konularıyla örtüşen bir düşünce süreci” olarak tanımlayan U. Hübenthal'a göre (1994, sy) “*disiplinlerarası bir yaklaşımın tek amacı, temelde tekdüze bir araç için bir yönerge aramak yerine konuyla örtüşen düşüncenin farklı olasılıklarına işaret etmektir*”. Benzer bir deyişle disiplinlerarasılık, ortak konunun “*farklı olasılıklarını açıklığa kavuşturma yöntemidir*”. Bu bağlamda disiplinlerarası araştırmada, “*tüm bilimlerin bağlantısı değil, bilgi unsurlarının bağlantısı baskın olmalıdır*”.

Disiplinlerarasılığın niteliğine dair tartışmaya açılan ve dikkat çeken bir başka konu ise bilim felsefesi ve tarihi içerisinde disiplinlerarasılığın bilimsel bir devrim olarak görülüp görülemeyeceğidir. Kimi araştırmacılar tarafından bir çeşit “Kuhncu” bilimsel devrim olarak nitelendirilen disiplinlerarasılık tezini irdeleyen Vincenzo Politi (2019), bilimsel devrim kavramı ile disiplinlerarasılık arasındaki analogiyi çözümlediği çalışmasında disiplinlerarasılığın bilim tarihinde yeni bir olgu olmadığı tezinden hareketle çözümlenelerde bulunmuştur. Buna göre Thomas Khun'un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* adlı eserindeki düşünce modeli doğrultusunda sorunu ele alan V. Politi (2019, s. 243, 237) çağdaş disiplinlerarasılığın bilime getirebileceği değişikliklerin kapsamının ve aynı zamanda sınırlarının geniş olmaması; disiplinlerarasılığın gerçekte ne olduğu konusunda güçlü bir anlaşmanın bulunmaması; başka bir deyişle bilim insanları arasında

disiplinlerarası paradigma üzerinde fikir birliğinin olmaması nedeniyle disiplinlerarasılığı “*paradigma öncesi aşama*” olarak nitelendirmiştir.<sup>98</sup> Yani devrimsel sınırlar içine almamıştır. Bu doğrultuda da “*disiplinlerarasılığı çevreleyen söylemin retorik unsurlarla dolu*” olduğunu belirtmiştir.<sup>99</sup> Ona göre “çağdaş disiplinlerarasılık bilime bir devrim getiriyorsa o zaman böyle bir devrim, yalnızca belirli bir disiplin içindeki bir teori değişikliğini değil, bir bütün olarak bilimin disipliner yapısını içerir.”<sup>100</sup> (2019, s. 241-243) Başka bir ifadeyle Politi (2019, s.248), disiplinlerarasılığın bilimde temel bir değişikliği bir noktaya kadar temsil ettiği görüşündedir.<sup>101</sup> Bu açıdan disiplinlerarası bilim ile bilimsel devrimler arasındaki analogi yüzeysel hatta yanıltıcıdır. “Disiplinlerarası paradigma ise devam eden bir çalışmadır”.

Disiplinlerarası yaklaşımların teorik anlamda kabulüne karşılık Dan Ben-Amos *disiplinlerarası çalışmaların tesis edilmesinin geçmişe oranla günümüzün teknolojik şartları bağlamında daha elverişli olduğunu vurgulamıştır.* (Keskin, 2016, s. 230). Başka deyişle disiplinlerarası çalışmaların gerçekleştirilebilmesinin pratik (uygulanabilirlik/erişilebilirlik) yönü de bulunmaktadır. Bu durum ise bilimsel çalışmalarda hangi yöntemlerin belirleneceği veya benimsenen yöntemlerin uygulanabilirliği noktasında teknolojinin önemini açığa çıkarmaktadır. Bu doğrultuda dijitalleşmenin, disiplinlerarasılığa teknik altyapı sağlayacağı vurgulanmalıdır. Başka bir deyişle dijital çağın dijital olanaklarıyla gerçekleştirilecek bilimsel çalışmalarda disiplinlerarası bir yöntem belirlemek ve uygulamak bir araştırmacı için erişebilirlik ve donanım kazanma bakımından önemli kolaylıklar sağlayacaktır. Disiplinlerarasılığın

<sup>98</sup> Karşıt bir düşünce çerçevesinde Repko ve Szostak’a göre (2008) disiplin metodolojilerini yakından takip eden akademisyenler, açıkça normal bilim kategorisine girmektedirler. Disiplinlerarası araştırmacılar ise bilim insanlarını büyük bir sentez ile yeni araştırma yörüngesine yerleştirdikleri için devrimci bilim sınıfindadırlar. (Akt. Politi, 2019, s. 240).

<sup>99</sup> V. Politi’ye göre (2019, s. 244-245) disiplinlerarasılıkta önemli bir kişi olan “Newell bize ne yapacağımızı söylüyor ama nasıl yapacağımızı söylemiyor gibi görünmektedir. Ya da daha polemik olarak ifade edersek disiplinlerarası sorunların neler olduğunu, bunları çözmenin bir yolunu belirtmeden anlatmaktadır....

<sup>100</sup> Politi’ye göre (2019, s. 241) “Kuhncu bir devrim, fizik veya kimya gibi bir disiplin içinde eski bir paradigmanın yerini yenisiyle değiştirirken disiplinlerarasılık bilimin disipliner yapısının sınırlarını sorguluyor görünmektedir”.

<sup>101</sup> Bilginin nasıl üretildiği ve bilginin ne anlama geldiği hususunda disiplinlerarasılığın bilimde radikal bir değişiklik getirdiğini yadsınamaz bir gerçek olarak kabul eden V. Politi, disiplinlerarasılığın Khun’un bilimsel devrim modeline oturtulamayacağı eleştirisinde bulunmuştur. Diğer taraftan “disiplinlerarasılığın desteklenmesinin nedenlerinden birinin mevcut bazı meslek gruplarının tanınması ve yenilerinin ortaya çıkması olabileceğini görmek çok zor değil” (2019, s. 244) şeklinde düşüncesi ile de disiplinlerarasılığın mevcut yapılandırılması ve amaçları üzerinde sert sayılabilecek bir eleştiri sarf etmiştir.

pratik boyutuna ilişkin bir çalışmanın nasıl bir çerçevede gerçekleştirileceğinin belirlenmesi konusunda birtakım genel ilkeler/maddeler olmakla beraber (bknz, Keskin, 2019a, 14-20; 2019b, s. 935-936) her çalışmanın kendi bağlamsal şartları içerisinde şekilleneceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Özetle disiplinlerarasılık için tasavvur edilen paradigmalardan çeşitli amaç ve işlevlere yönelik olduğu görülmekte; tartışmalar ise devam etmektedir. Bu bağlamda bazı araştırmacılar için disiplinlerarasılık “amaca ulaşmak için bir araç; bazıları için ise kendi içinde bir amaç” olarak görülmekte ve “büyük kavrayış, büyük resmi görme, bilgi felsefesi, disiplin bilgisinin algılanan eksikliklerine bir tepki; bilginin ekolojisine saygı duyarak bir denge kurma” (King, 2011, s. 103) şeklinde değerlendirilmektedir.

Halkbiliminin disiplinler yapısı içerisinde disiplinlerarasılık teorisinin nasıl konumlandırılacağı, bu ilişkinin tarihsel ve metodolojik olarak nasıl kurulacağı ve yorumlanacağına ilişkin çeşitli fikirler ileri sürülmüştür. Halkbilimi ile disiplinlerarasılık ilişkisi bağlamında Özkul Çobanoğlu (2000a, 2004) çeşitli çalışmalarında konuyu bilim felsefesi ve bilim tarihi zemininde -Amerikalı fizikçi, tarihçi, bilim felsefecisi Thomas Khun’un teorisi çerçevesinden de hareketle- bütüncül bir şekilde çözümlenmiştir.

Çobanoğlu’na (2000a, s. 33) göre sosyal bilim, beşeri bilim ve bazı yönleriyle de davranış bilimi olan halkbiliminin tarihsel varoluş ve gelişim zeminine bakıldığında *tek paradigmatlı olmayışı ve açık sistem oluşu* gibi temel nitelikleri halkbilimini birçok disiplinin kesiştiği kavşak konumuna yerleştirmekte; bu olgular halkbiliminde disiplinlerarası ilişkilerinin kurulmasında ve etkileşimlerinin sağlanmasında bağlayıcı/belirleyici olmaktadır. Çobanoğlu’na (2000a, S, 30) göre *“bu ilişki ve etkileşimler –disiplinin bazı mensuplarının zannettiği gibi- gereksiz eklektik yapılanışlar değil bizatihi halkbiliminin bu son derece dinamik paradigmatik yapısından kaynaklanan –bilim felsefesi ve tarihi için de- son derece önemli bir temel özelliktir<sup>102</sup>”*.

<sup>102</sup> “Halkbiliminin bu çok yönlülüğü, onun üzerinde çalıştığı malzeme ve çalışma yöntemlerinden kaynaklanan özelliğidir. Akademiyada bu özelliğe sahip başka bir disiplinin olmaması halkbiliminin bu özelliğini feda etmesini gerektirmez. Tam tersine bu özelliğini koruyup geliştirerek bir cephesiyle sosyal ve beşeri bilimler arasında ve diğer bir cephesiyle de akademinin duvarlarıyla geniş halk yığınları arasındaki köprü olma işlevini daha da geliştirip kurumsallaştırarak sürdürmek zorundadır. Bu bağlamda halkbilimci, amatör iştiyaklarla malzeme derleyen basit bir derlemeci ve onların koleksiyoncusu olmanın ötesinde kültür teorisi ve kültürel süreçlerle yakından ilgilenen kültürlenme, kültürleşme ve kültür değişmesi olaylarını nesnel bir gözle değerlendiren ve bu amaçla edebiyat, tarih, antropoloji, sosyoloji, psikoloji, felsefe, etnoloji, coğrafya, etnografya, arkeoloji, hukuk, ilahiyat, mimarlık, sanat tarihi, sahne ve gösteri sanatları, el sanatları, giyim tasarımı ve kreasyon, iç mimari, şehircilik çalışmaları, gıda mühendisliği, endüstri mühendisliği ziraat mühendisliği, veterinerlik, eczacılık, sinema çalışmaları, kadın çalışmaları, kütüphanecilik

Folkloru özerk bir şekilde konumlandırmanın ve yorumlamanın, folklorcunun kim olduğunu/kimler olacağını belirlemenin, herhangi bir çalışmanın folklor sınırlarına dahil edilip edilemeyeceğinin dolayısıyla katı sınır çizgileri çekilmesinin folklorun doğasına zararlı olacağını vurgulayan Richard Bauman (1996, s. 19-20) folklorun disiplinlerarası, bütüleştirici perspektifinin ve vizyonunun ilkeli olarak sürdürülmesinin folklorun en büyük gücü olduğunu dile getirmiş; bu durumun “*folkloru satmak değil, folklorun en kalıcı gücünü kullanmak*”, aynı zamanda akademideki folklor ve folkloristlerin geleceğini güvence altına almanın kesin yollarından biri olduğunu belirtmiştir.

Dan Ben-Amos ise disiplinlerarası yaklaşımların halkbilimi çalışmalarının temel gereksinimleri arasında olduğunu; antropoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, dilbilimi, psikoloji gibi bilim dallarından beslenmek ve bunu elde edilen malzemelere uygulamak gerektiğini; buna karşılık herhangi bir disiplin mensubunun –halkbilimci özelinde kendisini başka bir kimliğe büründürmemesinin önemini dile getirmiştir. (Keskin, 2016, s. 229).

Keskin’e göre (2019b, s. 929) halkbiliminin inceleme alanına giren konulardan hangilerinin disiplinlerarası olduğundan çok, halkbiliminin inceleme alanına giren konulardan hangilerinin daha disiplinlerarası olduğu ve disiplinlerarası entegrasyon sürecinde halkbiliminin konumunun, tutumunun nasıl olacağı gibi konuların tartışılması hız kazanmıştır.

Halkbiliminin araştırma alanının genişliği ve inceleme alanına giren konuların çeşitliliği gibi faktörler, disiplinlerarası çalışmalara oldukça elverişli yapısını (Özdemir, 2000, s. 110; Keskin, 2019a, s. 43) ortaya çıkarmasına karşılık Türkiye’de halkbilimi disiplininin kurumsallaşması ve gelişimi süresi içerisinde mevcut çalışmalarda disiplinlerarası yaklaşımların ne derece uygulandığı tartışılmalı konulardan olmuştur. Bu doğrultuda Ö. Çobanoğlu disiplinlerarasılığın günümüzde sosyal, beşeri ve fen bilimleri arasında müşterek bir zemin oluşturmasına karşılık Türk halkbilimi çalışmalarına yerleşemediği eleştirisini getirmiştir. (Akt. Keskin, 2019a).

---

bilimleri, dilbilimi, göstergebilim, iletişim bilimleri gibi bazıları için en azından bir kollarıyla, diğerleri için tamamen kültürlerdeki bilgi, bilişim, bildirişim kısaca iletişim olaylarını inceleyen, çok çeşitli bilim ve araştırma sahalarından yararlanan ve çalışmalarıyla kendi sahasının yanı sıra bu komşu, yan ve alt bilim dallarına da katkı yapabilen kişidir. Günümüzde aldığı bu son şekliyle halkbilimi kültürel muhteva, kültürün yapısı bağlamında insan ve davranışları konularının tahlilinde başvurulacak en önemli bir sosyal bilim hüviyetindedir” (Çobanoğlu, 2005, s. 19-20).

“*Budunbilim yapmak yerine budunbilgisi ile yetinmekteyiz*<sup>103</sup>” (Karabaş, 1999, s. 29) şeklindeki eleştirilerin yanı sıra halkbilimi ve diğer bilim dalları arasındaki ilişkinin oluşturulması ve halkbiliminin yerinin belirlenmesinde “*halkbiliminin daha çok teori alicısı ve uygulayıcısı mı yoksa hammadde vericisi mi/veri sağlayıcısı mı olduğu*” (Özdemir, 2000, s. 110) soruları yöneltilmelidir. Başka bir ifadeyle “*halkbiliminin esir verilmesi*” (Keskin, 2019a, s. 178) ihtimali ve endişesi; disiplinin temel niteliği ve araştırmaları açısından “*bir folklor çalışması için öncelikle bilimsel/toplumsal sorunların çözümüne katkısı nedir?*” (Yolcu, 2019a. s. 231) şeklindeki sorunun esas olması gerektiği; “ham verinin sunulmasını amaç haline getirerek etnografik-folklorik betimlemenin yöntem olarak benimsenmesi ve yıllardır derlenerek yığılan devasa malzemenin varlığı” (Yolcu, 2019b. 65) gibi ifadeler Türkiye’de halkbilimi çalışmalarının mevcut durumunu ve gideceği yönü belirleme açısından önemli tespitler ve eleştiriler olmuştur.

Thomas Khun’un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* (1995) adlı eserindeki teoriden hareketle halkbiliminin “paradigma öncesi evreden olağan bilim dönemine oradan da bilimsel devrim sürecine sıçrayış tarihi ve bu döngü göz önüne alındığında “multi-paradigmalı” (Baron, 1993) bağımsız disiplinler bir kimlik kazanıp gelişmesi, dolayısıyla disiplinler yapısı ve inceleme alanının genişliği ve bu alanın bazı yönleriyle farklı disiplinlerin de odağında/merkezinde olması gibi başlıca etkenler halkbiliminin disiplinlerarasılık konusundaki elverişliliğine ilişkin yaygın kabullerin oluşmasına ve gelişmesine zemin hazırlamıştır. Başka bir deyişle yukarıda ifade edilen gelişimsel süreç, nitelik itibariyle “benzersiz bir kavşak” (Briggs, 2008, s. 102) olan halkbiliminin disiplinlerarası ilişkilerinin boyutunun ve disiplinlerarasılık bağlamında çalışmalar yapılabileceğinin göstergeleri sayılabilir.<sup>104</sup>

Diğer taraftan altının çizilmesi gereken bir başka husus ise halkbiliminin disiplinler tarihini ve yapısını çözümlerken ifade edilen olumlu niteliklerinin “*bilgelik tekelleri kurma ya da belirli üniversite diplomaları almış kişilere bilgi bölgeleri ihdas etme*” (Gulbenkian Komisyonu, 2003, s. 91) anlayışının veya disiplinlerarasılıktan yararlanarak

<sup>103</sup> S. Karabaş (1999, s. 39) insan ve toplumbilimcilerin halkbilimini yeteri kadar tanıyamamaları ve halkbiliminden yararlanamamalarının disiplinler çerçevesindeki dışadönük yetersizlik veya yavaşlığın yanı sıra diğer disiplinlerdeki araştırmacıların da bütüncül yaklaşım benimsememelerinin bunda önemli bir etken olarak göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmiştir.

<sup>104</sup> Halkbilimi ve disiplinlerarası etkileşimler bağlamında halkbiliminin geleceğine ilişkin düşünceler hakkında bakınız: Keskin, 2019, s. 27-53.

*indirgemeci* amaçları tesis etmenin yerine *disipliner farkındalığa* vurgu yapmaktır.<sup>105</sup> Bilim tarihi ve felsefesi içerisinde disiplinler bilinçli olma hali, yalnızca on veya yüzyılların ardından gelen kazanımların potansiyelinin ortaya konulmasını ve ifade edilmesini değil aynı zamanda disiplinin içine sürüklendiği krizlerin ve bu doğrultuda günümüzde yeni paradigmalara ihtiyaç duyulduğunun ve kendini yenilemenin de su yüzeyine çıkarılması veya özeleştirisi şeklinde algılanmalıdır. Başka bir deyişle disiplinler farkındalık, kendi yeterliliğini bilmekle beraber eksikliklerinin bilincinde olma ve gelişime açıklığını kapsamaktadır. Bu bağlamda Çobanoğlu'nun (2000a, s. 40-41) vurguladığı gibi “dogmatik konuma düşmeksizin paradigma zenginliğinin korunması ve çeşitliliğin devam etmesi akademiya epistemolojik özgünlüğün bir gereği” için önem arz etmektedir.

Türkiye’de halkbiliminin araştırma şubelerinin genişletilmesinde ve disipline yeni bakış açılarının kazandırılmasında son yıllarda artmaya başlayan çalışma alanları olarak medya folkloru, çocuk folkloru, kadın folkloru, meslek folkloru, aile folkloru, geleneksel ekolojik bilgi, davranış folkloru, kültür ekonomisi ve yönetimi, kültür turizmi, dijital kültür vb. (Yolcu, 2019; Yolcu ve Aça 2019; Özdemir, 2012, 2018a; Aça ve Demir, 2020) örnek gösterilebilir. İşaret edilen alanların disiplinlerarası bir yöntem ve bakış açısıyla çalışılması gerektiği yönünde ortak bir kanaatin de dile getirildiği eklenebilir.

Yemek kültürü alanı ise –daha önceden de vurgulandığı gibi- disiplinlerarası karakteriyle ön plana çıkmaktadır. Birçok bilim dalının bazı amaç ve yöntemleriyle inceleme alanına giren yemek/besin/gıda ve bu merkezde oluşan büyük kültür örüntüleri disiplinlerarasılık çalışmalarına zemin hazırlamaktadır.

“Epistemolojik çoğulculuğun, gıda ve beslenme alanına empoze edildiğini vurgulayan Rachel Black (2013, s. 206, 228) yemek ve disiplinlerarasılık hususunda şunları belirtmektedir:

Yemek (gıda) çalışmaları disiplin sınırlarının aşılmasını gerektirir: beslenme, tarih, biyokimya ve antropoloji bazı çalışmalarda gıda bilimi, sosyoloji ve psikoloji ile buluşabilir. Akademisyenler, yiyecekleri çevreleyen karmaşık sorunlarla başa çıkmalarına yardımcı olan metodolojileri benimser ve oluştururlar. Belki de gıda çalışmalarını en çok karakterize eden bu yaratıcı brikolajdır. Yiyecekleri incelemek,

<sup>105</sup> Örneğin -her ne kadar günümüzden önce bir tarih olsa da veya çok erken sayılmasa da- meseleyi bir açıdan ele alan Linda Degh (1986, s. 78) folklorun ilgili beşeri bilimler ve sosyal bilimlerden ne daha erken ne de geç gelişmesine rağmen, halkbilimcilerin alanlarını genç bir disiplin olarak görmeye eğilimlerinin devam ettiği eleştirisinde bulunmuştur.

karmaşık sorunları çözmek ve gıda sistemlerine ilişkin yeni anlayışlar oluşturmak için bu tür yaratıcı düşünme gerekmektedir.

Gıda-besin-yemek unsuru herhangi bir soru ve sorunlar çizisi çerçevesinde veya herhangi bir sosyal ve kültürel olgu etrafında incelenen çeşitli disiplinlerin ortak araştırma konusudur. S. Donizete Prado ve F. Bom Kraemer'a (2015, s. 227-228) göre "gıda ve beslenme, çeşitli disiplinlerin ve teorik-metodolojik yaklaşımların gerginlikler ve fikir birliği arasında ele alındığı bir bilgi üretimi ve bilim insanlarının eğitimsel gelişim alanıdır".

Bu bağlamda disiplinlerarasılık açısından, yemek-gıda-beslenme alanında aşağıdaki bilgi dallarına yönelik bir sınıflandırma yapılmaktadır: *Klinik Beslenme* (tüm bireyin patolojilerinin tedavisine yönelik disiplinler ve içerikler); *Temel ve Deneysel Beslenme* (biyokimya, fizyoloji, genetik gibi insanlarla ve hayvanlarla yapılan çalışmalarla ilgili içerikler); *Sağlıkta Uygulanan Gıda Bilimi ve Teknolojisi* (kimyasal bileşim ve gıda geliştirme aralığındaki disiplinler ve içerikler); *Halk Sağlığında Gıda ve Beslenme* (epidemioloji, politikalar, sağlığın planlanması ve yönetimi gibi disiplinler ve içerikler); *Gıda ve Beslenme Üzerine İnsan Bilimleri ve Sosyal Bilimler* (sosyoloji, antropoloji, epistemoloji, toplu beslenme gibi disiplinler ve içerikler). (Prado ve Kraemer, 2015, s. 227-228).

Yukarıdaki sınıflandırma gıda-besin veya (geleneksel) yemek kültürü açısından gerçekleştirilecek çalışmalarda disiplinlerarasılık bağlamında nasıl bir yol izleneceğine dair genel fikirler sunmaktadır.



## 2. BÖLÜM: GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜNDEKİ BAĞLAMSAL DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜMLER

Bağlam (context) terimi, Latince iç içe geçmek, birleştirmek, oluşturmak, birlikte dokumak anlamındaki *contexere* kökünden türetilen *contextus* sözcüğünden gelmektedir. (Hufford, 1995, s. 528; Ben-Amos, 1996, s. 333). “Çağdaş olmayan kullanımda bağlam terimi, bir kompozisyonun veya yapının geniş olarak tanımlanmış bir arka planının yanı sıra belirli bir pasajdan önce ve sonra gelen kısımlara atıfta bulunmaktadır.” (Ben-Amos, 1993, s. 209). “Folklorda bağlamsalcılık ise bir metin bağlam dışına alındığında yani orijinal bir üretim alanından izole edildiğinde anlamın kaybolduğuna dair etnografik bir anlayıştan doğmuştur” (Hufford, 1995, s. 528).

Folklor araştırmalarında bağlam fikrinin oluşup gelişmesinde antropolojik işlevsel teorinin etkisi olmuş<sup>106</sup>; antropoloji, dilbilim, sosyo-dilbilim, sosyoloji, psikoloji ve felsefedeki teori ve yöntemlerden yararlanılmış (Ben-Amos, 1993, s. 209); “bağlamsalcılık (contextualism), performans çalışmalarının temel taşı haline gelerek” (Hufford, 1995, s. 528) “folklor kavramının bir metne değil bir geleneğin icra edildiği veya aktarıldığı bir zamandaki olaya uygulandığı” (Dorson, 1972, s. 45) fikri kabul görmüştür. Bu doğrultuda 19’uncu yüzyıldaki metin odaklı ve “folklorun özünü oluşturan içerik, biçim, eylem ve inançların nedensel bir açıklamasını sunmaya çalışıp karşılaştırmalı bir şekilde evrensel kültürün varsayımını içeren” (Ben-Amos, 1993, s. 210) paradigmalara geçiş yaparak sadece metin üzerinde değil aynı zamanda bir toplumdaki folklorik süreçleri dikkate alıp nedenler yerine anlamlar arayarak onu yorumlayan bağlamsal analizler folklorun yeni paradigmaları haline getirilmiştir. Başka bir ifadeyle folklor unsurlarını karşılaştırma esasına dayanarak benzerliklerin ortaya konulması anlayışının yerine bir topluluk içerisinde yaşayan (canlı) kültür varlıklarının çeşitli zemin, zaman, kişi, topluluk, iletişim ve performans eksenli yapılanış/yapılandırılış biçimlerinin analizi devreye konulmuştur.

---

<sup>106</sup> Bu doğrultuda Malinowski’nin sözcüklerin (hatta bir dilin) ancak içine gömülü oldukları daha geniş sosyokültürel çerçeveler dikkate alındığında anlaşılır hale geldiklerini ileri sürerek durum bağlamına işaret etmesi (Goodwin ve Duranti, 1992, s. 14); William R. Bascom’un “herhangi bir işlevsel analizin belirli biçimlerin anlatılması için zaman ve yer dahil olmak üzere folklorun sosyal bağlamına dikkat çekmesi” (Ben-Amos, 1996, s. 333) önemli gelişmeler arasında gösterilmektedir.

“Bağlamsal şartları, anlam setinin ayrılmaz parçası” (Ben-Amos, 1993, s. 210) olarak gören bu anlayışa göre bağlam (context) “parçaların ve bütünlerin karşılıklı ilişkilerini oluşturan ve yöneten herhangi bir referans çerçevesi” (Hufford, 1995, s. 528) olarak tanımlanmıştır. Bu açıdan bağlam kavramı “(1) bir odak olay ve (2) o olayın içinde gömülü olduğu bir eylem alanını” (Goodwin ve Duranti, 1992, s. 3) kapsayan şartların bütünlüğü olarak değerlendirilmiştir.

Araştırma amaçları doğrultusunda bağlam türlerini sınıflandıran birçok terim belirlenmiştir.<sup>107</sup> Malinowski'nin *kültür(ün) bağlamı* (context of culture) ve *durum bağlamı/durumsal bağlam* (context of situation) “şeklinde iki anahtar ve kutupsal terimi” bunlar arasındadır. Buna göre *kültürün bağlamı*, “konuşmacının ortak bilgisine, davranış kurallarına, inanç sistemlerine, dil metaforlarına ve konuşma türlerine, tarihsel farkındalıklarına, etik ve yargı ilkelerine atıfta bulunulup bunların temsillerini içeren en geniş bağlamsal çerçevedir. Buna karşılık, durumsal bağlam “konuşma folkloru için en dar, en doğrudan bağlamdır. Konuşmacıların yaşlarının, statülerinin ve cinsiyetlerinin iletişimlerinde sembolik bir anlam kazandığı etkileşimli bir alandır. Benzer şekilde, kod, stil ve ölçü, tonlama ve dramatizasyon, tür ve gelenekleri, performansın zamanı ve yeri ve icracının cinsiyeti de anlam taşımaktadır” (Ben-Amos, 1993, s. 215-216).

Diğer taraftan bağlam fikrini saha çalışmaları açısından değerlendiren K. Goldstein, bağlamları “doğal, yapay ve uyarılmış” olarak sınıflandırması, araştırma metodolojisi bakımından performans yaklaşımının önemli ölçekleri olarak belirlenmiştir. Buna karşılık bu kavramların “performansa bilimsel müdahalenin derecesini tanımladığını” ifade eden Dan Ben-Amos (1993, s. 19) “derleme yapılan ortamı doğal ya da yapay olarak tanımlamak ve onu bazı ideal kesintisiz performans açısından değerlendirmenin yanıltıcı olduğunu; bağlamın, değerden bağımsız bir kavram olarak hiçbir bağlamsal durumun diğerinden daha ayrıcalıklı olmadığını” ifade etmiştir. Dan Ben-Amos bu eleştirilerinde herhangi bir ortamın kendi bağlamsal şartları olduğunu; başka bir ifadeyle ortamın niteliğinin herhangi bir sınıflandırmaya tabi tutulmasının ötesinde kültürel bir iletişim sistemi olarak yeni ve başlıca bir bağlam haline dönüştüğünü vurgulamıştır. Dan Ben-Amos “folklor formlarının performansının, kültürel olarak tanımlanmış olayların içinde

<sup>107</sup> R. Bauman da “*The Field Study of Folklore in Context*” (1983) adlı çalışmasında “1. Kültürel Bağlam: a. Anlam Bağlamı, b. Kurumsal Bağlam, c. İletişim Sistemi Bağlamı. 2. Sosyal Bağlam: a. Sosyal Zemin, b. Bireysel Bağlam, c. Durumsal Bağlam” şeklinde bir sınıflandırma yapmıştır. Ayrıntılı bilgi için bakınız: Çobanoğlu, 2005, s. 314-317.

veya sınırlarının dışında olabileceğini ancak asla bağlamın dışında olamayacağını altını çizmiştir.”

Bu doğrultuda bağlam kavramı, anlamsal ve fikirsel genişlemeye uğrayarak sahte-gerçek, doğal-yapay, köy-kent gibi folklor tartışmalarının ötesine geçerek yazılı-basılı teknoloji başta olmak üzere elektronik kitle iletişim araçları içerisinde de folklorun yeni bağlamlar kazanarak icra edilebildiği bir anlayışa evrilmiştir. Başka bir deyişle -niteliği ne olursa olsun- herhangi bir kültürel iletişim ortamının kendisi –kendi bütünlüğü içerisinde- bir bağlam olarak görülmüş; kültürel aktarım, yaşatım, değişim ve dönüşümlerin temel belirleyicilerinden biri haline gelmiştir.

## 2.1. Geleneksel Bağlamda Yemek Kültürü

Bağlam (context) olgusundaki temel dinamiklerin, değişim ve dönüşümlerin ele alınması gereken başlangıç noktası geleneksel bağlamlardır. Geleneksel bağlam kavramı, yemek kültürü açısından değerlendirildiğinde yemeğin kültür biçimi oluşturan boyutunun bütün bileşenleriyle beraber uygulanageldiği zemini, şartları ve süreçleri kapsamaktadır. Halkbilgisinin temel uygulama alanı olan geleneksel bağlamda yemek kültürü üretim-toplama, hazırlama-pişirme, sunum-dağıtım, tüketim-yeme, temizleme-yıkama gibi bir dizi yöntem ve süreçler ile maddi kültür unsurlarını ve davranış biçimlerini içermektedir. Geniş bir cepheden bakıldığında ise yemeğin ve kültürünün geleneksel bağlamı, aslında halk yaşamı içerisindeki gündelik, takvimsel ya da çeşitli olgulara doğru genişleyen pratikler bütünü ve bunları ortaya çıkarıp şekillendiren şartlardır.

Bu noktada bir dizi soru gündeme getirilebilir: Yemek kültürü açısından geleneksel bağlamın temel niteliklerinin neler olduğu doğrultusunda (1) geleneksel bağlam nasıl bir dinamizme sahiptir? (2) Geleneksel bağlamda öğrenme nasıl gerçekleşir? (3) Geleneksel bağlamda hatırlama ve icra etme nasıl olur? (Geleneksel bağlamın psikofizyolojisi, kültürel belleği vb.)

### 2.1.1. Eğitim, Öğrenme ve Deneyimleme

Geleneksel bağlam, iletişimin yüz yüze olduğu ve söze/konuşmaya dayanan niteliklere sahiptir. Geleneksel bağlam kavramı, -çoğu çalışmada sözlü kültür ortamı karşılığında ve sözlü formlar üzerinden değerlendirme altına alınsa da- yemek kültürü açısından da çözümlenmelerin genişletilmesi gerekmektedir. Yine bu noktada altını çizmemiz gereken husus -önceki bölümlerde de belirttiğimiz gibi- gelenek kavramının sadece sözlü, kırsala ait, eski olana atıf yapmaması; yenilenebilir, güncellenebilir, uyumlanabilir yapısının olmasıdır. Bu doğrultuda geleneksel bağlam kavramının sınırları sadece sözlü ortamlarla çerçevelendirilemese de genel nitelikler, algılar ve anlamsal vurgular bakımından bu kavramın sözlü kültür ortamı karşılığında yorumlandığı ve yorumlanacağı söylenebilir.

Geleneksel bağlam bilgi, nesne-ürün, kişi, yer/mekân ve zaman bakımından “*geleneksel bağlamın uyarılarının*”<sup>108</sup> kişisel ve kolektif belleğe sindirilerek kültürel davranışlara dönüştürüldüğü bileşenleri içermektedir. Örneğin geleneksel yemek bilgisinin sözlü

<sup>108</sup> Nebi Özdemir’e ait bir nitelendirme.

olarak aktarımı; nesneyi-ürünü algılama, kullanma ve dönüştürme yetisi; kaynak kişinin/kişilerin becerileri; ürünün ortaya çıkarıldığı alan-yapı-çatı; günlük süreçler ve mevsimsel döngülerin yönetimi geleneksel bağlam içerisinde canlı olarak karşılık bulan dinamiklerdir.

Geleneksel bağlamda öğrenme eyleminin kapsamı büyük oranda yemeği ortaya çıkaran bileşenlerin özümseme uygulamaya geçirmenin sınırları içerisinde çizilmektedir. Öğrenme kavramını –icracının- yemek yapma eksenine yerleştiren bu anlayış, –yemeği yiyen insanların- kültürel davranış biçimleri de göz önünde bulunduracak şekilde genişletilebilir. Başka bir deyişle bağlam (context) fikrinin, metni ortaya çıkaran şartlar bütünlüğü içerisinde sadece icracıyı değil diğer kitleyi de belirleyici bir faktör kabul etmesi bu bakış açısına zemin hazırlamaktadır.

İlk olarak geleneksel bağlamda yemek yapma temelinde öğrenme eyleminin temel nitelikleri sözlü ve canlı olması, görerek özümseme, biçimlendirilmesi ve deneyimlere dayanmasıdır. Kaynak kişinin (anne, nine veya yaşça büyük birisi) mutfak performansının izlenmesi bu sürece katkı sağlayan önemli bir basamak olmasının yanı sıra bire bir deneyime geçilmesi durumunda usta sayılan bu kişilerin sözlü ve fiziksel müdahaleleri de öğrenmenin geleneksel bağlamdaki temel aşamaları arasındadır. Bununla beraber söz konusu ürünün topluluk içerisindeki işlevsel karşılığı eksenindeki geri dönüşler de (şikâyet, öneri, müdahale vb.) öğrenme sürecine katılan faktörlerdir. Başka bir deyişle usta ve çırak ilişkisi ile yemeği yapan ve yiyen arasındaki döngüler öğrenme kapsamındaki şartlar içerisinde yer almaktadır. W. Ong’a (2013, s. 60) göre “sözlü gelenekte bilgi, insan ilişkileriyle iç içedir ve mücadele ortamının dışına çıkarılamaz”.

Bu doğrultuda J. Goody (2001, s. 200, 202, 204) ise şunları belirtmektedir:

Taşra mutfağı doğal olarak dolaylı bir tarife dayanır. Çünkü her bir yemek, yemek kitabına değil geleneğe dayalı bir yorum aşamasını takip eden bir öge birleştirmesini gerektirir. Aile bağlamında öğrenilen yöntemler dolaylı değil dolaysız bir yoldan, okumayla değil gözlemlerle, deneysel yöntemin başlangıcı için olası bir modeli oluşturacak test etme yoluyla değil izleyerek edinilmektedir..... Sözlü toplumda yeni tarifler, bir bireyden diğerine yüz yüze öğretilmek durumundadır. Bu somut bağlam öğretmen ve öğrenci, yani anne ve kız ilişkisini vurgulamaktadır. Çünkü sözlü öğrenme, başlangıçtaki durumun, sosyalleşme sürecinin yinelenmesini sağlamaktadır.... Yani yazılı tarif, (köyde ya da onun yerine şehirde arkada bıraktığımız) nine ya da büyükannenin yokluğu, anne ve kız arasındaki kültür iletişiminin zayıflığı, yağda balık ve patates (fish and chips), şarküteri ürünleri, dondurulmuş gıda ve her tür konserve yiyecek gibi hazır yemeklerin kolay ve ucuz bir biçimde tüketilmesinin yarattığı boşluğu doldurmaya yaramaktadır.

Geleneksel bağlamlarda “eğitimle değil katılımı edinilen yemek pişirme bilgisi, yazılı buyruklara daha az önem vermekte” veya başvurmaktadır. Bunun yerine “doğaçlamalarla, dolabın içindekinden faydalanma” (Goody, 2001, s. 200) yeğlenilmektedir. Katılım, (bu doğrultuda katılarak öğrenme) Asmann’ın (2015) ritüel bağdaşıklık olarak nitelendirdiği ve kültürel bir unsurun tekrarlama esasına dayalı olarak aktarıldığı ve canlı tutulduğu sözlü ortamın bir özelliğidir. Toplumun bir ferdi olarak belirli bir ritüel içerisine katılım durumunda sözlü olarak bilgi edilmesinin yanı sıra gözleme ve deneyimleme gibi faktörlerle de bu süreç desteklenmektedir. Goody’nin “doğaçlamalarla, dolabın içindekinden faydalanma” şeklindeki ifadesi ise geleneksel bağlamda yemek kültürünün yapma veya hazırlama ekseninde ekonomik gerekçelerine ve kişisel yaratıcılık niteliğine atıf yapmaktadır.

Geleneksel bağlamında malzemenin temini hususunda ekonomik şartlar, ulaşım koşulları ve coğrafi faktörler belirleyici olmaktadır. Yemek, -genellikle veya ziyafetler dışında- var olan/elde olan üzerinden; her ürünü zıyan veya israf etmeden değerlendirilerek sofraya konulmalıdır. Geleneksel bağlamında yemek yapma, belirli bir yemek listesinin oluşturulması veya malzemelerin dışarıdan temin edilmesi sürecinden ziyade mevcut repertuar üzerinden performansın gerçekleştirilmesi ve sahnelemenin yapılmasına dayanmaktadır. Dolayısıyla bu süreçte geleneksel bilgi belleğine başvurulup yapılan yemeğe kişisel bir yaratıcılık katılarak az malzemeyle çok iş çıkarmanın örnekleri sergilenir.

### 2.1.2. Yemek ile Bellek İlişkisinin Boyutları

Yemek ile bellek ilişkisi geleneksel bağlamlar temelinde çözümlenmesi gereken bir diğer husus olarak öne çıkmaktadır. Yemek, geçmişin şimdiye intikalinde; başka deyişle belleğin inşasında önemli bir etken görünümündedir. Bu doğrultuda sözlü kültür ortamının temel dinamiği olan ve hatırlamada kilit bir unsur olarak bulunan “kalıplaştırma ve tekrarlama” (Ong, 2013; Assmann, 2015) gibi özellikler, yemek kültürünün geleneksel bağlamı açısından da irdelenebilir.

W. Ong ve benzer pek çok araştırmacının bellek konusunu, konuşma eylemi çerçevesinde, anlatım türleri, biçimleri ve teknikleri üzerinden yorumladıkları; düşünme sürecinin bileşenlerini masaya yatırdıkları görülmektedir. P. Connerton (1999) anma törenleri ve bedensel pratikler üzerinden incelediği belleği, bilişsel süreçlerden ziyade bir

şekilde bilinen, otomatikleşmiş, uygulamaya dönük olgular olarak değerlendirmektedir. J. Assmann (2015, s. 46) ise kültürel belleğin biyolojik bir devirden ziyade ritüel bağdaşıklık olarak nitelendirdiği ve tekrarlama esası üzerine kurulu –özellikle törensel- icralarla korunup yaşatıldığını ileri sürmektedir. Ayrıca “zaman ve mekâna bağlılık, gruba bağlılık ve kültürel yeniden kurulum” şeklinde ve “*hatırlama figürleri*” olarak nitelendirdiği etmenlerin altını çizmektedir. Her iki araştırmacının çalışmalarındaki ortak vurgu ve amaç belleğin nörolojik, fizyolojik ve psikolojik iç boyutu yerine kültürel bellek kavramını sosyal çevrenin belirleyiciliği ekseninde bir dış yapıya konumlandırmalarıdır. Başka bir ifadeyle bu çalışmalarda yemeğin dolaylı olarak ele alınmasına karşılık kültürel belleği oluşturan dış cephenin veya sosyal çevrenin bedenleştirme deneyimine dayanan törensel zemini içerisinde hatırlamanın bir unsuru olduğu belirtilebilir. Dolayısıyla “kültürel-kolektif hafızanın, her aşamada ritüelistik bir canlandırmaya dayandığı; bu canlandırmanın ise hem geçmişin performatif olarak anımsanmasını hem de şimdiki zamanda yeniden yapılandırılmasını içerdiği” (Kaderli, 2017, s. 365) ifade edilmektedir.<sup>109</sup> Bu bağlamda yemek hem ritüelin kendisi hem de bir parçası olmasıyla bedensel icra düzeyinde çeşitli açılardan somutlaştırılarak hatırlamanın önemli bir bileşeni olmaktadır.

Zaman, mekân ve grup içerisindeki tarihsel döngüde yiyerek hatırlandığı da anlaşılmaktadır. Espinoza-Ortega (2021, s. 7) göre “yemek reenkarne (reincarnated) bir deneyim olarak yeniden üretilmektedir”. Yemekten hareketle (kültürel) belleğin tazelenmesi söz konusudur. R. Appelbaum’a (2003, s. 24) göre “anma töreni bir tür hafızalaştırma işlemidir. Bir yemek, ilk kez unutulmaz bir kişinin huzurunda ya da önemli bir olayda deneyimlendiği için veya zaman içinde kayda değer bir imza kazandığı için anılır”. Bununla beraber Paul Connerton’un (1999) sözlü kültürde ezberin dışında ritüellerin hatırlama/hatırlatma aracı olduğunu belirtmesinden hareketle yemek olgusunun da başlı başına bir ritüel veya ritüel içinde bir ana öge, unsur ve bölüm

---

<sup>109</sup> Diyalektik olarak “hafızanın bedenlenmiş nitelikte olmasının” yanı sıra bilinçli hatırlamadan ayrı olarak beden bir hafızasının olduğu” (beden hafızası) ileri sürülmektedir. Bu doğrultuda beden hafızasının, insan yaşamında hatırlamayı yedekleyen bir mekanizmanın ötesinde konumlandığı belirtilmektedir. (Kaderli, 2017, s. 353-355)

Kaderli’ye (2017, s. 360) göre “beden hafızasıyla ilgili farkındalık, bilişsel olmaktan öte icrasal bir farkındalıktır”. Bu farkındalık söz konusu eylemlerin nasıl icra edildiğinin doğrudan düşünsel olarak hatırlanmasına karşılık gelmemektedir. Dolayısıyla dikkatin odağından uzaklaşma ile farkındasızlık aynı şeyler olarak görülmemelidir.

olabileceğini düşünebiliriz. Bu doğrultuda yemek olgusu, bir ritüel olarak diğer kültürel unsurları etrafında kümeleyebilen bir karaktere sahiptir.

Diğer taraftan J. Asmann (2015) tarafından kültürel bellek kavramının, belleğin dış boyutu ile çerçeveselendirilmesine karşılık yemeğin kültürel belleğinin sınırları genişlemektedir. Beş duyu organı aracılığıyla –özellikle tatma ve koklama ile deneyimlenen yemeğin fizyolojik (hatta psikolojik) temellerinin olması, belleğin iç boyutuna dikkatleri çekmektedir. Bu doğrultuda yemek kültürü araştırmaları, disiplinlerarası çözümlere geniş kapı aralamaktadır.

Yiyerek hatırlama, müstakil bir kültürel eylem biçimi olduğu kadar, törensel bağlamın merkezinde yer alan veya içeriğini oluşturan bir etmen haline de gelebilmektedir. A. Van Gennep'in (1960) "*geçit törenleri (rites de passages)*" olarak kavramlaştırdığı; biyolojik, fiziksel, psikolojik ve sosyal faktörler açısından insanlığın zayıf yanlarını yakalamasından dolayı onlara geçiş kolaylığı sağlama adına -anlama, anlamlandırma ve anlatma esasına bağlı- bir dizi ritüeli içerdiğini belirttiği insan yaşamının birtakım evreleri içerisinde yemek unsuru da önemli bir merkezdedir. Diğer bir ifadeyle Van Gennep'in insanın yalnızca herhangi bir toplumun içinde doğmadığını aynı zamanda toplumsal bir birey olarak geçiş törenleri aracılığıyla yeniden yaratıldığını ve toplumda kabul gördüğünü belirtmesi kültür olgusunu sosyal çevreye; başka bir deyişle geleneksel bağlama yerleştirdiğini de göstermektedir. Bu doğrultuda –örneğin- Türk kültüründe loğusa şerbeti, diş hediği, düğün yemekleri, ölü aşı gibi geçiş dönemlerinin değişik evrelerine özgü veya bu evrelere eşlik eden geleneksel yemekler, ritüel veya törenlerin kalıplaştırma ve tekrarlama unsurları olarak kültürel belleğe işlerlik kazandırmaktadır. Başka bir ifadeyle devretme süreci için yapısal bir gereklilik olan tekrarlama (Assmann, 2015, s. 107) ve kalıplaştırma gibi nitelikler, sözlü süreçler ve teknikler veya ritüellerin ötesinde de yorumlanabilmelidir. Bu açıdan geleneksel bağlamda yemek olgusunun, kültürel belleğin bir tekrarlama ve kalıplaştırma aracı olduğu da düşünülebilir.

Geleneksel bağlamında yemek, kültürel bir hatırla(t)ma aracı ve hatırla(t)manın kendisi olmanın ötesinde müstakil olarak da çözümlenmelidir. Daha açık bir soruyla yemek kültürüne ilişkin tüm bileşenler (yapma, sunma, yeme, toplama vb.) nasıl hatırlanmakta ve uygulamaya konulmaktadır?



Yemek kültürü, kendi bütünlüğü içerisinde çözümlendiğinde kalıplaştırma ve tekrarlama, geleneksel bağlamın işlevi oranında ortaya konulabilir. Geleneksel yemek, aynı zamanda geleneksel bağlamda söz konusu ürünü tüm bilgi, birikim ve beceriyle kalıplaştırma biçimidir. Lezzet sürdürülebilirliği esas kabul edilmektedir. Lezzetin nitelik veya nicelik olarak değişime ve kayba uğraması bu maddi unsura verilen tepkilere yol açmaktadır. Bununla beraber geleneksel bir yemeğin görüntüsüyle-biçimiyle beraber var olduğu gerçeği göz önünde tutulmalıdır. Bu cephesiyle geleneksel bağlamında yemek (veya geleneksel yemek) koruyucu bir kimliğe sahiptir. Lucy M. Long (2001, s. 238) “yemeğin, kültürün en muhafazakâr alanlarından biri” olduğunu belirtmektedir.

Assmann’a (2015, s. 99) göre “ritüelin yapısı, belli bir düzenin mümkün olduğu kadar değişmeden yeniden üretimini gerektirmektedir”. Bu durum yemeğin kültürel olgusu bağlamında yorumlandığında ise çerçeve genişletilebilir.

Yemeğin fiziksel ya da fizyolojik özellikleri kalıbdır (veya kalıplaştırılmıştır). Görüntüsü, kokusu, tadı, dokusu, biçimi, boyutu genellikle aynı veya yakın (benzer) tutulur. Dış cephe bağlamında kültürel bellek, bu noktada belirleyici bir etken olarak görülebilir. Öğrenilmiş davranışlar dizisi içerisinde yemeğe ilişkin bu unsurların kültürel kalıplara döküldüğü söylenebilir. Buna karşılık duyu organlarıyla doğrudan bağlantılı olan yemek olgusunun fizyolojik bir temeli olduğu; diğer bir ifadeyle yemeğin bir kültür biçimi haline evrilişinde fizyolojik, nörolojik ve psikolojik etmenlerin de belirleyici olabileceği düşünülebilir. Bu doğrultuda yemek kültürü açısından bilgi ile belleğin oluşumunda ve denetiminde fizyolojik faktörlerin biçimlendirici etkisi başka çalışmalar için araştırma konusu olabilecek bir niteliktedir.

Diğer taraftan yemek olgusunun fizyolojik bir temeli olması nedeniyle geleneksel bağlamda her türlü deneyimleme sürecinin beş duyu organına da hitap edecek şekilde gerçekleştiği belirtilebilir. Bu açıdan geleneksel bağlamında yemek kültürü, fizyolojik özelliklerin yanı sıra geleneğin uyaranlarıyla belirli seviyelerde karşılaşılan bir yapıdadır. Örneğin bir tandıra girildiğinde hamur yoğrulacağı ve açılacağı, ateş yakılacağı ve yufka ekmek yapılacağı-pişirileceği bellidir. Duyusal ve deneyimsel çerçevede çözümlendiğinde ise bir yemek pişirilirken çıkan sesler, tüten duman, yansıyan koku “yemek yapımcısının kılavuzu” (Kara, 2018, s. 441) olabilmektedir. Bu noktada her türlü uyarısıyla kalıplaşmış eylemler, geleneksel bağlamında tekrarlanır. Söz konusu

geleneksel işlem, kendi havası içerisinde solunur. Ürün pişerken ortaya çıkan koku, yansıyan sesler (cızırtı vb.), malzemenin fiziksel olarak nasıl dönüştüğü, ustanın icrası, ürüne dokunma biçimleri gibi unsurların canlı olarak deneyimlenmesi geleneksel bağlamın duyuşal çerçevedeki temel dinamikleridir.

Kendine özgü duyuşal yöntemlere göre bir performans şeklinin sergilendiği yemek alanında Kirshenblatt-Gimblett, (2015, s. 230) “duyuşal bir deneyim olarak tat faktörünün yalnızca ağız ve burun yoluyla değil aynı zamanda göz, kulak ve ten (cilt) yoluyla da çeşitli şekillerde işlediğini” belirtmektedir. Bu bağlamda görme duyusunun, tat ve koku duyuşu belleğini harekete geçirerek uzaktan yiyeceklerin tadılmasına izin verdiğini aktarmaktadır. Yine Kirshenblatt-Gimblett, (2015, s. 231) tarafından işaret edildiği üzere “tat, şeylerin nasıl görüldüğünden, ele nasıl bir his verdiğinden, nasıl koktuğu ve nasıl bir ses çıkardığından tahmin edilebilen ve anlamaya çalışılabilen bir şeydir”. Bütün bu duyuşal deneyimler, yemek ve bellek ilişkisi çerçevesinde herhangi bir lezzetin geri çağırılması kadar önceki bağlamlarla ilgili hatıraları da (kişi, zaman, mekân vb.) su yüzüne çıkarma gücüne sahip olabilmektedir.

Kalıplaş(tır)ma kavramına başka ve dar bir açıdan yaklaşıldığında ise bazı malzemelerin bir araya getirilmesinin (yağ, soğan, salça) bir kalıplaştırma edimi olduğu belirtilebilir. Bu davranış biçimi, bir başlangıç aşamasını teşkil edebilir. Connerton’a (1999, s. 14) göre “her türlü başlangıcın içerisinde bir anımsama ögesi yatar”. Başka bir ifadeyle kalıplaştırma, çağrışımlarla da sağlanabilir. Yemek yapmaya başlamak için hareket noktasının seçiminde veya elde bulunan malzemenin yan yana getirilmesinde (hatta pişirme yöntemlerinde ve sunumunda) geleneksel bilgi belleğindeki kalıplaşmış zihinsel görüntüye başvurulabilir. Bir yemeğe konulacak malzemeler, bunları sırası, bu yemeğe yakışan baharatlar, kullanılan araç-gereçler, pişirme yöntemleri, yeme davranışları, yenilecek zaman ve mekanlar vb. yemek kültürünün kalıplaş(tır)ılmış boyutunu açığa çıkarmaktadır. Bu noktada geleneksel bağlamında herhangi bir yemeği yapma süreçleri, geleneksel bilginin tekrarlanmasına karşılık gelmektedir. Üretim=tekrar döngüsü içerisinde lezzet, görüntü, koku, doku-dokunma gibi somut; anlam, değer, güven, bağlılık gibi soyut unsurların sürdürülebilirliği sağlanmaktadır.

### 2.1.3. Yemeğe Dair Zaman Algısı ve Yönetimi

Geleneksel bağlamlar açısından yemek kültüründe zaman faktörünün nasıl bir işlevde kullanıldığına ilişkin çözümlenmeler de önem taşımaktadır. Başka bir ifadeyle bu olgunun soruları şöyle sorulabilir: Zaman algısı yemek kültürü açısından nasıl değerlendirilebilir? Bu doğrultuda yemeğin zaman yönetimi geleneksel bağlamda nasıl olmaktadır?

Zaman kavramı, felsefe başta olmak üzere fizik ve pek çok disiplinin temel tartışma alanlarından birisi olmuştur. İnsanların geçen zamanın doğasını nasıl algıladıkları, bunun ileriye dönük zaman ve bellekteki zamanla ilişkisi arasındaki olası döngü, insan düşüncesinin merkezinde konumlanmıştır. “Zamanın bir geçmiş, şimdi ve gelecekte oluşmasına, ayrı birimlere bölünmesine ve ardından belirli görevlere ayrılmasına izin veren Avrupa-Amerikan (Anglo) algısı” zaman kavramını parayla aynı sıfatlar doğrultusunda kullanmıştır. Bu açıdan zaman kazanılabilir, harcanabilir ve boşa harcanabilir bir olgu olarak görülmüştür. Buna ek olarak zamanın bir tüketim malı gibi genellikle parayla satın alınabileceği de aynı algının bir başka yansıması olmuştur. (Graham, 1981, s. 335). “Zamanın geri döndürülemez olduğu ve sabit bir hızda ileriye hareket ettiği” savı, bazı düşünürlerce sorgulanarak tersine akan, düzensiz bir ritme sahip ve hatta duran bir zaman olgusunun bulunduğu fikrine evrilmiştir. Bu doğrultuda kamusal zamana karşılık özel zamanın gerçekliği doğrulanmaya çalışılmış ve zamanın “heterojen, kesintili, genişleyebilir ve kısmen geri döndürülebilir” olduğu savunulmuştur. (Kern, 2013, s.76-79). Yine buna paralel olarak “zaman algısının, duygusal durum gibi içsel bağlama ve başkalarının faaliyetlerinin ritmi gibi dış bağlama bağlı olduğu” (Droit-Volet ve Gil, 2009, s. 1943) vurgulanmıştır. Antropoloji alanındaki bazı çalışmalarda ise farklı zaman algılarının kültürel yapının bir parçası olarak taşındığı belirtilmiştir.

Fizyolojik ve fiziksel bir süreç olan yemek yeme eylemi, yemek yapma faaliyeti olarak da kişinin –günlük ya da dönemsel açıdan- zaman kullanımı arasında önemli aktivitelerden biridir. Bu doğrultuda bu eylem biçimleri, zamanın merkezinde bazı açılardan döngüsel olarak da hareket edebilen bir olgu görünümündedir. Birtakım sınıflandırmaların ötesinde çok yönlü olarak çözümlenebilecek ve çalışmamızın kapsamını aşan bu konu hakkında belirli çerçevelerde fikirler ileri sürülebilir.

İlk olarak yemek yapma ve yeme faaliyetlerinin belirli ritüeller yoluyla tekrarlanması, döngüsel zamana işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle bu tür bir zaman algısının “uzak

geçmişten uzak geleceğe uzanan düz bir çizgi olarak değil aynı olayların bir döngüsel örüntüye göre tekrarlandığı dairesel bir sistem olarak algılanması” (Graham, 1981, s. 336) üzerine kurulu olduğu düşünülebilir. Bu zaman algısında geçmişin, şimdiye intikali söz konusudur. Henri Begson’un bakış açısıyla “geçmiş, şimdinin üzerinde bir çiğneme eylemi” (Kern, 2013, s. 91) olmaktadır.

Konuyu bir örnek etrafında genişletmek gerekirse Hicri takvime göre Muharrem ayının onuncu gününe karşılık gelen aşure geleneğinin “kutsallık atfedilen, kimlik simgesi kabul edilen, hatırlatma özelliğiyle de kültürel mirasın sürekliliğini sağlayan bir gösterge” (Öğüt Eker, 2018c, s.y) olması yemek üzerinden geçmişle bir bağlantı kurulduğunun izdüşümleridir. Bu bağlamda sözlü tarih içerisinde aşurenin kaynağı olarak görülen veya aşureye atfedilen anlamların<sup>110</sup> yapısı, din-inanç merkezli olayların ve anlatıların döngüsel bir zamana karşılık getirilerek bugüne taşınmasında ve şimdiyi biçimlendirmesinde temel oluşturmaktadır. “Takvimin nicelikseliği yaklaşımının tersine özel gün ve mevsimlerden oluştuğu için niteliksel olduğu” (Kern, 2013, s. 90) savı, bu açıdan geçerli ve değerli kabul edilebilir. Muharrem ayında Aşure geleneği üzerinden de Kerbela Olayının vahim anısına somut<sup>111</sup> ya da soyut olarak göndermede bulunularak geçmiş bugüne, bugün de geçmişe taşınmaktadır. Başka bir ifadeyle geçmiş geçmişte kalmamaktadır ve bırakılmamaktadır. Geçmişin bugüne uzanan eli, bir yemek etrafında somutlaş(tırıl)makta; zaman ise dairesel bir sisteme karşılık getirilmektedir. Geçmişin, şimdiyi etkileme ve biçimlendirme gücünün bir başka yansıması olarak Muharrem ayında bir ibadet biçimi olarak oruç tutma da gösterilebilir. Dünyada çeşitli din veya mezheplerin içerisinde de çeşitli örnekleri görülen bu tür inançsal yapılar ve ritüeller hangi zamanda nelerin yenilip içileceği ya da nelerden kaçınılacağından başlayarak geçmişin bugünü çiğneyen dişlerinin izlerini göstermektedir. Bu bağlamda anma törenleri veya belirli ritüeller yoluyla tekrarlanan yemek faaliyetlerinin döngüsel zamana (zaman algısına) işaret ettiği söylenebilir. Başka bir ifadeyle “farklı zaman algılarının olduğu ve bu algıların kültürün bir parçası olarak taşındığı” (Graham, 1981, s. 335) belirtilebilir.

<sup>110</sup> “Tarihî veya bilimsel verilerle desteklenememekle birlikte, sözlü kültürde var olan anlatıların yazılı kültüre geçmesi sonucu, aşure gününün kaynağının, Hz. Âdem’in tövbesinin kabul edilip cennetten dünyaya indiği, Hz. Nuh’un tufandan kurtulup gemisinin Cudi Dağı’nın tepesine oturduğu ve şükür orucu tutulduğu, Hz. Musa’nın Kızıldeniz’i geçtiği ve Firavun’un helâk olduğu, Hz. Eyyüb’un hastalıklarından kurtulduğu, Hz. Yunus’un balığın karnından çıktığı, Hz. Musa ve Hz. İsa’nın doğduğu, Hz. İbrahim’in dünyaya geldiği ve ateşten kurtulduğu, Hz. Süleyman’a saltanat verildiği gün olarak çeşitlilik gösterdiği belirtilmektedir. (Baş 2004’den akt. Öğüt Eker, 2018c, s.y.)

<sup>111</sup> Örneğin zincir vurarak fiziki yaralanmalar.

Geleneksel bağlamda yemek pişirme işlemi açısından zaman algısı ve yönetiminin nasıl olduğu da irdelenmesi gereken bir başka husus olmaktadır. İlerde yazılı bağlamlar açısından karşılaştırmalı olarak tekrar çözümleneceği gibi geleneksel bağlamında yemek yapma eylemi, duyu organlarını temel alan, matematiksel ifade veya sayısal kalıplardan olabildiğince uzak, kendi izafi zaman ve ölçü birimleri ekseninde gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda, *bir taşım kaynatmak* gibi süre belirten durumlar sözel olarak zaman kalıbına dökülmektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel bağlamında yemek pişirilirken duyusal bir zaman anlayışı devreye sokulmaktadır. Örneğin bir tencere içine konulan kemikli bir etin ve üzerine eklenen suyun ne kadar sürede kaynayacağı ve kıvamını alacağı; ocakta kızartılan bir ürünün yanmadan ne zaman çevrileceği saat tutulmadan (saate bakılmadan) ve başında beklenilmeden de bilinebilir. Bu noktada zaman ölçüsü genellikle göz ve kulak olmaktadır. Son aşamada dokunma ve tatma duyuları da bu ölçü birimini desteklemektedir. Geleneksel bağlamda yemek pişirme ve ses ilişkisi çerçevesinde kulak (işitme duyusu), stratejik bir ölçme aracı işlevinde kullanılmaktadır.

Yemek unsuru etrafında geçen zamanın doğasının nasıl algılandığı noktasında çözümlenecek diğer bir husus ise yemeği beklemedir. Başka bir ifadeyle yemeği bekleme, açlığa dayanma ve hayatta kalma gibi bir süreçten başlayarak sabırsızlanma gibi zaman algısının tersine işlemesine ve öznel bir yapıya bürünmesine kadar psikofizyolojik açıdan genişletilebilecek bir konudur.

“Zamanı ölçmelerini sağlayan özel bir mekanizmaya sahip oldukları varsayılan insan türünün” bu özelliği J. Gibbon tarafından *dahili bir saat* (içsel saat) olarak tanımlanmaktadır. (Droit-Volet ve Gil, 2009, s. 1943). Bu açıdan dahili saat, (Droit-Volet ve Gil, 2009) zaman algısını değiştirerek organizmanın acil durumlarda hayatta kalmasını sağlayan ve zamanın duygusal olarak farklı deneyimlenmesine kapı aralayan bir olgu biçiminde görülmektedir. Dahili saatin çevredeki olaylara uyum sağlayarak işlevini sürdürmesi söz konusudur. Bu bağlamda pişen yemeği bekleme, zaman algısının içsel ve dışsal bağlam arasındaki bütünlüğün sağlanmasına göre kurulu olduğu söylenebilir. Aç bir insanın bir an önce pişmesini beklediği bir yemek için geçen sürenin görece uzaması ve bitmemesi algılanan zamanın fiziksel zamanla karşılaştırıldığında bozulmasına neden olan bir durum olarak değerlendirilebilir. Volet ve Gil (2009) tarafından bu olgu “zaman-duygu paradoksu” olarak ifade edilmektedir. Bilim insanları “bir duygusal uyarının neden olduğu fizyolojik aktivasyonun, duyguların zaman algısı üzerindeki etkisinin

baskın yönü olduğu” (2009, s. 1945) sonucuna varmışlardır. Fizyolojik bir faktör olarak açlığın duygusal çıktılarında olan sabırsızlıktan (ve bazı etkenlerden de) kaynaklı olarak benzersiz ve homojen (bağdaşık) bir zamanın ötesinde heterojen (ayrışık) ve öznel bir zaman algısının var olabileceği düşüncesi bu açıdan da örneklendirilebilir.

Geleneksel bağlamda zaman algısı ve yönetimi bakımından ürün dönüştürme ekseninde de bazı çözümler yapılabilir. Kültürel açıdan pek çok işlevi olmasına karşılık ürün dönüştürme işlemlerinin temel amacı ekonomik çerçeve içinde çizilmektedir. Yetiştirilen ürünü heba etmeden en iyi şekilde değerlendirme amacı, geleceğe dönük bir yatırımın göstergeleri olmaktadır. Bu noktada zamanı planlama ve bölümlere ayırma ile bütçe yapma hususları çizgisel-doğrusal bir zaman algısına işaret etmektedir. Başka bir deyişle belirli bir zaman aralığında gerçekleştirilmesi gereken ürün dönüştürme işlemi<sup>112</sup>, zamanın boşa harcanmaması gerektiğini göstermesinin yanı sıra geleceğe doğru çıkılacak basamakları döşemektedir.

Buna karşılık ürün dönüştürme işlemi bağlamında zaman algısı ve yönetiminin döngüsel-dairesel zamana işaret eden noktaları da bulunmaktadır. Genel bir perspektifle ürün dönüştürme işleminin, zamanın düz bir çizgiden ziyade “aynı olayların bir döngüsel örüntüye göre tekrarlanması” veya “eylemlerin saatlere göre değil ay, güneş ve mevsimlerin doğal döngüleriyle düzenlendiği” (Graham, 1981, s. 336) bir sistem üzerine kurulu olduğu da söylenebilir. Ürün dönüştürme işlemi de coğrafi koşulların belirleyiciliği doğrultusunda oluşan zaman içerisindeki bir döngüye sahip olarak yinelenmektedir. Bu açıdan halk yaşamının merkezinde yer alan yiyeceğe dair bu tür uygulamalarda çizgisel-doğrusal zaman algısı ile döngüsel-dairesel zaman algısının iç içe geçtiği de belirtilebilir.

Ürün dönüştürme eylemi ve süreci ile ilgili ise genel bir çerçevede şunlar söylenebilir: Malzeme/ürün dönüştürmenin yemek olgusu açısından temel iki mantığı ve biçimi vardır. Birincisi -Levi-Strauss’un belirttiği gibi- çiğken doğaya, piştikten sonra kültüre ait malzemeyi *yemek* yapabilmek. Bu doğrultuda yenilmek üzere pişirilip hazırlanan bir ürün olan yemek, aslında çeşitli malzemelerin uyum ve yaratıcılık ekseninde dönüştürülme esasına dayanmaktadır. Daha yalın bir ifadeyle yemek/aş, pişen/pişirilen ve

<sup>112</sup> Örneğin salça yapımı için domates hasadı zamanının beklenmesi ve kaçırılmaması.

dönüşen/dönüştürülen bir nesnedir. Ürün dönüştürme kavramı altında değerlendirildiğinde bu birinci boyut biraz örtük kalmaktadır.

İkinci olarak ise coğrafi koşullara ve ürünün toplanma, yetiştirme, bozulma şartlarına bağlı olarak ürünü koruma, ziyan etmeme ve hepsinin de ötesinde aç kalmama adına ürünü dönüştürmektir. Başka deyişle biyolojik ihtiyaç çerçevesinde güdülenen insan, mevsimsel koşullar başta olmak üzere aç kalmamak için zihninin ve performansının sınırlarını aşmakta ve ürün dönüştürme işlemini başarmaktadır. Bu bağlamda ürün dönüştürme işlemi de yemek kültürüne katışı sunan bir alan olmaktadır. Turşu, salça, pekmez, şarap, kavurma, kurutma gibi sebze, meyve ve hayvansal ürünler üzerinde uygulanan bu yöntem yemeğin bir kültür biçimi olarak gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Son olarak geleneksel bağlamlar temelinde yemek kültürüne ilişkin bu bölümde yaptığımız çözümlerimizin karşılaştırılmalı bir biçimde sürdürülmesi gerektiği düşünüldüğünden dolayı yazılı ve elektronik bağlamlar ekseninde de geleneksel (Türk) yemek kültürüne ilişkin bileşenler aşağıda irdelenecektir.

## 2.2. Yazılı Bağlamda Yemek Kültürü

Yazı, matbaa, yazılı kültür gibi konular pek çok araştırmacı tarafından çözümlenmiştir. Her teknolojik icadın insanın bir uzantısı olduğunu ileri süren McLuhan (2001, s. 65, 35) yazıyı, “görsel olmayan uzay ve duyuların görsel bir çerçeve içine alınması” şeklinde tanımlamış ve “yeni duyuşsal oranların” oluştuğunu belirterek matbaayla birlikte, gözün hızlandığını ve sesin alçaldığını ileri sürmüştür. W. Ong (2013, s. 97, 104) tarafından benzer bir yaklaşımla “insan bilincini en çok değiştiren tekil buluş” olarak nitelendirilen yazı, “sözün teknolojileşmiş bir biçimi” olarak tanımlanmıştır. Buna göre yazı, konuşma olgusunun sözlü-işitsel özelliğini yeni bir duyu (görme) organına ve dünyasına bağlayarak başta konuşma olmak üzere insanların düşünme biçimini de değiştiren bir karaktere sahip olmuştur. Ong (2013, s. 142) yazının bu niteliklerine karşılık sözcükleri ve bilişsel süreçleri tam olarak etkinleştiren unsurun matbaa olduğunun altını çizmiştir. Başka bir ifadeyle matbaa (hatta ilerleyen yüzyıllarda bilgisayar) yazının açtığı yoldan yürüyerek görsel üstünlüğü pekiştirmiştir. Bu bağlamda yazı ve matbaa teknolojisiyle birlikte algılama, kodlama, saklama, geri getirme gibi temel bilişsel süreçler ve insanlar arası iletişim yeniden biçimlenmiştir.

J. Goody (2001, 2013b) ise yazının, yazının semboller aracılığıyla konuşmayı kopyaladığını, sakladığını ve (gözle) iletişimi sağladığını belirtmesine karşılık bütünüyle sözlü iletişimin yerine geçemeyeceğini; yazının yalnızca iletişim kurmanın bir aracı olduğunu; kültürleri sözlü ya da yazılı olarak ayırmanın yanlış olup doğru olanın sözlü ve sözlü+yazılı+basılı (lecto-oral) şeklinde nitelendirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Yazı veya yazılı kültür ortamı üzerindeki geniş çözümlerlerin çeşitli araştırmacılar tarafından sürdürülmesine karşılık bu çalışmada yazı ve matbaa konusunda esas sorgulamamız gereken noktalar şunlar olacaktır: Yazılı-basılı kültür bağlamı kavramı, yemek kültürü açısından nasıl değerlendirilebilir? Yazı ve matbaa, yemek kültürü üzerinde nasıl bir iz bırakmış; kültürel belleğin yemeğe ilişkin bölümünü nasıl etkilemiştir? Yazılı bağlamların yemek kültürü açısından temel işlevleri nelerdir? Yemek kültürü, yazılı bağlamlar içerisinde nasıl konumlanmıştır? Türk kültürünün temel bazı yazılı eserlerinde yemek kültürü nasıl yer bulmuştur? Cumhuriyetten önce ve sonra yazılan/yayınlanan temel yemek kitapları nelerdir ve hangi içeriktedir?



Yukarıda yer verilen soruların teorik düzlemde geniş bir çözümlemesine geçmeden önce son iki sorudan başlayarak konunun işlenmesi gerektiği kanaatindeyiz. Başka bir deyişle bu noktada Türk tarihindeki temel yazılı kaynaklarda yemek kültürünün ne şekilde yer aldığından başlayarak yemek kültürünün doğrudan ele alındığı yazılı/basılı temel eserlerin (yemek kitaplarının) neler ve hangi içerikte olduğunun genel bir bilgilendirilmesi yapılacaktır.

### 2.2.1. Türk Yazılı Kaynakları ve Yemek Kültürü

Türk kültürünün temel yazılı kaynaklarından Orhun Yazıtları, Kutadgu Bilig, Divanu Lugati't Türk, Dede Korkut Kitabı, Evliya Çelebi Seyahatnamesi gibi eserlerde Türk yemek kültürüne ilişkin önemli verilere ulaşılabilmektedir. Diğer taraftan Toygar'a (1982) göre (1) sözlükler, ansiklopedik eserler, (2) edebi eserler (divanlar, mecmualar, cönkler), (3) tarihler ve coğrafi yazmalar, (4) seyahatnameler, (5) tıbbi yazmalar, (6) müstakil olarak beslenme ve mutfak konusunda yazılmış yazmalar ile eşribe mecmuaları, (7) kanun-nâmeler, (8) es'ar defterleri, (9) saray masraf defterleri, (10) askeri iane defterleri, (11) terike ve muhalllefat kayıtları, (12) imarethane kayıtları, (13) şer'iyeh mahkeme sicilleri, (14) fermanlar ve fetva mecmuaları, (15) gümrük defterleri, (16) kassam ücretleri gibi yazılı kaynaklar da Türk yemek kültürü açısından incelenmesi ve çözümlenmesi gereken veriler barındırmaktadır.

Bu çalışmanın kapsamını aşmakla beraber bazı temel yazılı kaynaklarda Türk yemek kültürüne ilişkin bilgilere şöyle yer verilebilir:

*Orhun Yazıtları*, “yemek ve iktidar ilişkisi” (Öğüt Eker, 2018a, s. 47) açısından yemek üzerinden oluşturulan gösterge biçimlerine ilişkin önemli bir kaynaktır. Yönetenin erkinin, yemek üzerinden kodladığı mesajlar içermektedir. Örneğin, “*Ey Türk Halkı, tok gözlü ve aksisin: Açlığı tokluğu düşünmezsin, bir de doyarsan açlığı hiç düşünmezsin.... Oralarda sağ kalmış olanlarınız her yönde bitkin ve mecalsiz yürüyor idiniz... Tahta oturup yoksul ve fakir halkı hep derleyip topladım. Fakir halkı zengin yaptım, az halkı çok yaptım*” [Kül Tigin Güney Yüzü] (Tekin, 2006, s. 23). Orhun Yazıtları'ndaki bu veya benzeri ifadeler “bir milletin var olmasında beslenmenin öneminin ve halkını besleyen yöneticiye sadakat duyulmasını simgeleyen ekonomik ve siyasal göstergeleridir” (Öğüt Eker, 2018b. 175).

*Kutadgu Bilig* incelendiğinde ise ziyafet ekseninde davet ve yemeğe katılım üzerinden toplumsal çözümler yapıldığı görülmektedir. Örneğin:

Ziyafete davet edenler dört zümre olduğu gibi buna icabet eden insanlar da dört zümre olur. Bunlardan biri davet edildiği her ziyafete gider ne ikram edilirse yer içer. Fakat kendisi evine başkalarını çağırmaz. Yemeğini evine kapanıp yalnız başına yer. Biri de ziyafete gider, yemeği yer ve kendisi de onu yemeğe davet eder. Biri de kendi ziyafete gitmediği gibi başkasını da evine davet etmez. Böyle bir insan ölüdür, sen onu diriden sayma; ona katılma ve onunla birlikte bulunma. Bir kısmı da davete gitmez, fakat kendisi hayvanlar keserek başkalarını ziyafete çağırır. Bunlardan en iyisi bu sonuncusudur... (Arat, 1959, s. 337-338).

“Ziyafeti düzenleyen toplumsal statüsünü gösteren ve davete katılıp katılmama üzerinden sözsüz iletişim biçiminin kurulduğu” (Öğüt Eker, 2018a, s. 47) bu etkinliklerde yemek unsuru üzerinde öğütlerin verilmesi söz konusudur. Başka bir ifadeyle yemek, yönetenin bir cömertlik ve hakimiyet simgesi olarak tasvir edilmekte; cimri ve topluma katılmayan insanlardan uzak durulması uyarısında bulunmaktadır. Ayrıca bu eserde *küdenke aş* (düğün yemeği), *yoğ aş* (ölü aşı), *sünnet aşı*, *at aşı* (ad kazanma aşı) *adaş-koldaş-erdeş-kadaş aşları* (eş-dost yemekleri), (Arat, 1947, s. 458) gibi törensel yemek etkinliklerine dair bilgi edinilmektedir.

Türk kültürünün temel yazılı kaynaklarından *Divanu Lugati't Türk*'te ise yemek kültürüne ilişkin yer alan yaklaşık üç yüz civarındaki (Yılmaz, 2006, s. 169) sözcük içerisinde çeşitli yemek, içecek, tahıl, tatlı, bitki, meyve adları ve mutfak araç ve gereçleri (maddi kültür unsurları) hakkında bilgiler bulunmaktadır. Örneğin “*kagut*, akdarıdan yapılan yemeğin adı. Akdarı kaynatılır, sonra kurutulur, sonra da öğütülür. Yağ ve şekerle karıştırılır. Bu, lohusa yemeklerindedir”. *Sarmaçug*: “bir tür şehriye; hamuru, nohut büyüklüğünde kesilerek yapılır. Hastalar ve benzerleri bunu içer”. “*Çançu*, erişte hamurunu yayan oklava”. “*Tiküç*, ekmek üzerinde süsler yapmak için kullanılan ve sivri uçları bulunan âlet” (Ercilasun ve Akkoyunlu, 2015, s. 154, 174, 229, 180).

Diğer taraftan mutfak sözcüğünün karşılığının *aşlık* olarak verildiği *Divanu Lugati't Türk*'teki başka bir örnekte ise Türklerin tanınmış bir yemeği olduğu belirtilen *tutmaç* (*tutma.ç*) hakkında bir yemeğin adının anlamına, tarihi kökenine ve ortaya çıkış koşullarına ilişkin şu bilgiler verilmiştir:

Tutmaç, Zülkarneyn'in (Büyük İskender) onlara bıraktığı değerli hatıralardandır. Şöyle ki Zülkarneyn karanlıklardan çıktığı zaman kavmin yiyeceği azaldı; ona açlıktan şikayet ettiler ve şöyle dediler: “*Bizni tutma aç*. Anlamı bizi buralarda aç bırakma ve serbest bırak ki vatanlarımıza dönelim”dir. Hakimlerine danışarak bu yemeği meydana getirdiler. Bu yemek bedeni güçlendirir. Yanaklara kırmızılık verir,

çabuk sindirilmez. Yedikten sonra çorbasından içilir. *Tutma.ç* onun artırılmış biçimidir. Türkler bunu görünce *tutmaç* adını verdiler. Bunun aslı “tutma aç”tır; acıktırma demektir. (Ercilasun ve Akkoyunlu, 2015, s. 197,

Çoğu örneği incelediğimiz üzere Divanu Lugati't Türk'te yemek kültürüne ilişkin yer alan sözcüklerin karşılığının birkaç kelimeyle kısa açıklamalarla veya yukarıda yer verdiğimiz gibi tarihi bilgileri, tarifleri, pişirme yöntemleri, kullanıldığı bağlamları içerecek şekilde de aktarıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda tarihi-coğrafi yapı ve iklim koşullarına özgü biçimlenen Türk yemek kültüründe ekonomik uğraşlar, ürün dönüştürme biçimleri ve saklama koşulları, zevkler-beğeniler, inançlar gibi unsurlara ilişkin bilgi ve fikir edinilmektedir.

Toplumsal etkinliklerde yiyeceklerin niteliği, niceliği, katılımcı sayısı, davete icabet, yöneticilerin güç simgesi (Öğüt Eker, 2018b) gibi unsurların yemek üzerinden kodlandığı bir başka eser ise “Dede Korkut Hikayeleri”dir. Bu eserde yemek unsuru, Hanlar Hanı Bayındır Han'ın her yıl düzenlendiği şölenlerde “attan aygır, deveden buğra, koyundan koç kestirmesi” örneğinde *cömertlik ve güç sembolü*; avdan dönüşün başarıyla tamamlanmasının ziyafetle kutlanması vesilesiyle *kahramanlık tescili*; eserin mukaddimesinde kadınların anlatıldığı bölümde *misafirperverlik sembolü*; hanın davetine katılan ama çocuk sahibi olmayan kişilerin yerinin ve yemeğinin ayrı tutulmasıyla (kara otağ, kara koyun yahnisi) *ayrıştırma ve itibarsızlaştırma sembolü*; Dirse Han'ın çocuk sahibi olabilmesi için hayvanlar kestirmesi ve sofraya düzmesinde *adak ve duanın kabulü göstergesi* olarak olumlu ve olumsuz pek çok kez işlenmiştir.

Evliya Çelebi Seyahatnamesi ise içerdiği pek çok konuların yanı sıra yemek kültürü açısından da dikkate değer bir eserdir. N. Özdemir'e (2017, s. 35) göre bir kentler monografisi niteliğinde olan Evliya Çelebi Seyahatnamesi “sözlü ve yazılı kültür aralığında, dahası her iki kültür bağlamının kesiştiği, birbirini bütünlediği, birleşerek belirsizleştiği alanda üretilmiş çok türlü bir metindir”.

Evliya Çelebi bu eserde gezip gördüğü yerlerde deneyimlediği, sözlü ve yazılı kaynaklardan edindiği yemek kültürüne ilişkin bilgilere yer vermektedir. Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nin yemek kültürü temelinde ayrıntılı olarak incelendiği bir çalışmanın aktardığına göre eserde –sekizinci bölüm hariç- yemek tariflerinin verilmediği; genellikle yemek pişirme yöntemlerinden bahsedildiği ya da sağlıklı beslenme üzerinde durulduğu belirtilmektedir. Bununla beraber yemek adları ve çeşitlerinin aktarıldığı eserde bazı

yiyecekler “kaputsa ya’nî lahana turşusu”, “mâr-i mâhî ya’nî yılan balığı” ve “zerâfet ü kabâhat çorbası ya’nî işkembe aşı” gibi açıklamalar içermektedir. (Yerasimos, 2019, s. 12). Diğer taraftan Evliya Çelebi, gezip gördüğü yerlerin tasvirinden sonra çoğunlukla “memdûh me’kûlât u meşrûbât”ı [övlmeye değer yiyecek ve içecekler] başlığı altında yerin/yörenin meşhur yiyecek ve içecek çeşitlerini sıralayan bir yaklaşım sergilemiştir. (Yerasimos, 2019, s. 12). Bu bağlamda Evliya Çelebi’nin kentlerin meşhur unsurlarından bahsetmesi Türk Patent Enstitüsü’nün (TPE) Coğrafi İşaretler çalışmaları kapsamında değerlendirilebilir. (Özdemir, 2017, s. 38). Ayrıca Evliya Çelebi’nin bu eserde yiyecek-içeceklerin üretildikleri ve tüketildikleri bağlamla ilgili (üreten, satan, satılan yer, yiyen-içen kişiler) bilgileri aktardığı da görülmektedir.

Konuya yazılı kaynaklar açısından yaklaşıldığında yemek kültürünün, gezi yazılarının temel bir niteliği veya başka bir ifadeyle gezi yazılarının içeriğini oluşturan temel bir unsur olduğu açığa çıkmaktadır. Gezip görülen yerlerin edebi bir üslupla işlendiği bu yazı türünde yemek kültürüne yer verilmiş başlıca sebepleri olarak şunlar düşünülebilir: Temel bir unsur olarak deneyimleme, mecbur ve merak ekseninde içeriği şekillendiren bir yapı oluşturmaktadır. Mecburiyet, karın doyurmak amacıyla girilen biyo-kültürel bir faaliyeti; merak, yörenin veya kentin öne çıkan lezzetlerinin dayanılmaz cazibesini teşkil etmektedir. Diğer taraftan yönlendirme unsuru da araştırma-soruşturma sonucu başlıca ürünlerin neler olduğunu ve bu ürünler etrafında oluşan kültür birikimini aktarma amacını ortaya koyan bir faktör olmaktadır. Başka bir ifadeyle yemek ve etrafında oluşan kültür biçimi deneyimleme olmadan da aktarılabilir. Özetle yazılı kaynaklar bağlamında gezi yazıları (seyahatnameler) Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimi, sofrada adabı, yemek adları ve tarifleri, meslekler, mekânlar, maddi kültür unsurları, zaman-saat-sıralama, inançlar, deyim ve atasözleri gibi kültür mirasları açısından zengin bir kaynaktır.

Bu doğrultuda yazılı bağlamlarda yemek kültürünü dolaylı olarak ele alan eserlerin içerikleri genel olarak şöyle sınıflandırılabilir:

- a. Yemek adları
- b. Yemek tarifleri
- c. Sofra duaları
- d. Yeme-içme adabı
- e. Ziyafetler

- f. Meşhur yemekler
- g. Fıkralar
- h. İnançlar
- i. Atasözleri ve deyimler vb.

### 2.2.2. Yazılı ve Basılı Türk Yemek Kitapları

Yazılı bağlamlar açısından cumhuriyetten önce ve sonra yazılan/yayınlanan temel yemek kitaplarının hangileri olduğu ve bunların içerik olarak nasıl bir gelişim/dönüşüm sergilediği önemli bir olgu olmaktadır. Başka bir ifadeyle Türk yemek kültürünü doğrudan ele alan yazılı ve basılı eserler hakkında genel olarak şu bilgiler verilebilir:

Türk yemek kültürüne ilişkin yazma eserlerin kapsamlı çalışmasının ilk örneği Turgut Kut tarafından hazırlanan *Açıklamalı Yemek Kitapları Bibliyografyası* (1985) adlı araştırmadır. Bu çalışma, konuyla ilgili pek çok araştırmaya kaynaklık etmiştir. Yine Günay Kut ve Turgut Kut tarafından yayına hazırlanan *Melceü't-Tabbâhîn* (2015) adlı eserin giriş kısmında ise Türk yemek kültürüne ait yazılı ve basılı eserler bazı güncellemelerle aktarılmıştır.

Araştırmalara göre Osmanlı döneminde yemek kültürünü doğrudan ele alan ilk yazma eser *Tercüme-i Kitabü't-Tabih*'dir. 13. yüzyılda Bağdadi tarafından kaleme alınan bu eser, 15. yüzyılda dönemin ünlü hekimi Muhammed bin Mahmud Şirvani tarafından -çok sayıda eklemeler yapılarak Arapçadan Türkçeye çevrilmiştir. Eserin bilinen tek çeviri nüshası (*Tabh-ı Et'ime*) Millet Yazma Eser Kütüphanesi'nde bulunmaktadır. Bu kitap, 2005 yılında Mustafa Argunşah ve Müjgân Çakır tarafından yayına hazırlanarak "*15. Yüzyıl Osmanlı Mutfağı-Muhammed bin Mahmud Şirvânî*" adıyla basılmıştır. (Kut, 1985, s. 10-11; G. Kut ve T. Kut, 2015, s. 24). Dönemin saray mutfak kültürünü işleyen bu eser, genel olarak Orta çağ Arap-Fars mutfağının Osmanlı-Türk mutfak geleneğini etkileyen yönleri üzerinde durmuştur. (Samancı, 2020, s. 205-206).

Tespit edilen diğer yazmaların ise 18'inci yüzyıl ve sonrasına ait olduğu belirtilmiştir.<sup>113</sup> Bunlar arasında 18'inci yüzyıla ait olan, bir nüshası Kütahya Mustafa Yeşil Kütüphanesi'nde Mine Esiner Özen tarafından bulunup yayınlanan ve 112 yemek tarifi

<sup>113</sup> 18'inci yüzyıla kadar Türk yemek kültürüyle ilgili genel bilgilere sözlükler, cönkler, mecmualar, surnameler, seyahatnameler, bahnameler gibi yazılı kaynaklar aracılığıyla ulaşılmaktadır.

bulunan *Ağdiye Risalesi*; 150 yemek tarifinin yer aldığı *XVIII. Yüzyıla Ait Bir Yemek Risalesi*; 19'uncu yüzyılda yazılan, Yenişehir Feneri'nde (Larissa) bulunup İstanbul'a getirilen ve tatlı tariflerinden (Rumeli tatlıları) oluşan *Et-Terkibât Fî Tabhi'l Hulviyyât (1828)*; *Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesi* önemli eserler olarak öne çıkmıştır. (Kut, 1985, s. 11-12; G. Kut ve T. Kut, 2015, s. 24-25; Kut, 2020, s. 8, 11-12).

*XVIII. Yüzyıla Ait Bir Yemek Risalesi*<sup>114</sup> adlı yedi bölümden oluşan eser, Türkiye Büyük Millet Meclisi Kütüphanesinde bulunmaktadır. 1985 yılında Nejat Sefercioğlu tarafından Türkçeye çevrilmiş, transkripsiyonu yapılmış ve eski ölçü birimlerinin bugünkü karşılıkları verilmiştir. (Kut, 1985, s. 11-12). Bu kitabın Ağdiye Risâlesi ile benzerlikler taşıdığı (Kut, 1985) veya Ağdiye Risâlesi'nden istinsah edildiği belirtilmiştir. (Sefercioğlu, 1985; Esiner Özen, 2015).

Şeyhülislam Paşmakçızade Abdullah Efendi'nin damadının oğlu bilinen Dürrîzâde Nurullah Mehmed Efendi tarafından yazılan *Ağdiye Risâlesi* ise Türkçe telif edilmiş olan ilk yemek kitabı olarak bilinmektedir. 200'e yakın yemek tarifinin bulunduğu bu eser, genellikle dönemin İstanbul mutfağını yansıtmaktadır. Bu risalede bulunan yemeklerden 50 tanesi Süheyl Ünver'in *Tarihte 50 Türk Yemeği 1* (1948) adlı kitabında yer almıştır. *Ağdiye Risâlesi*'nde yazar, yemek tariflerinin yanı sıra bazı yiyeceklerin neye iyi geldiğini belirtmiş; bölgelere veya yörelere göre değişik telaffuz edilen ve adlandırılan yemek isimlerini aktarmıştır. *Ağdiye Risâlesi* kendisinden sonra yazılan kitaplara kaynaklık etmiştir. (Esiner Özen, 2015; URL6).

*Et-Terkibât Fî Tabhi'l Hulviyyât* adlı 1828 tarihli yazma, Ali Emiri Efendi'nin isteği üzerine Osman Efendi tarafından tercüme edilmiştir. Tatlı ve helva tariflerinin yer aldığı bu eser, Millet Kütüphanesi, Ali Emirî kitapları bölümündedir. (Kut, 1985, s. 10-11). Günay Kut tarafından 1986'da yayına hazırlanıp yayınlanmıştır.

19. yüzyılda Mevlevî Dergâhı Postnişini Şeyh Hacı Ali Eşref Dede'nin kaleme aldığı<sup>115</sup> *Yemek Risalesi*, 1992 yılında Feyzi Halıcı tarafından *Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesi*

<sup>114</sup> Sabri Koz'a göre "belli bir tasnif ve seçicilik esasına dayanan en eski Türkçe yemek kitabıdır". "Ağdiye Risalesi", "Yemek Risalesi", "Kitab-ı Me'külât" gibi çeşitli isimlerle anılan bu eserin birbirinden az çok farklılaşan pek çok nüshası vardır. Yine bu eser, ilk basılı yemek kitabı olan Melceü't-Tabbâhîn (1844) kaynakları arasındadır. (URL7).

<sup>115</sup> Günay Kut'un (2020, s. 12) verdiği bilgilere göre bu risalenin Ali Eşref Dede'ye ait olup olmadığı tartışmalı bir konu olduğundan dolayı risale Turgut Kut tarafından tekrar yayıma hazırlanmaktadır.

adıyla yayınlanmıştır. Bu eserin dikkat çeken özelliklerinden birisi ise -Mevlevilikte balık yenmediği bilinmesine karşılık- balık yemekleri içermesidir.

Burada bahsedilmesi gereken ve Günay Kut tarafından 2020 yılında yayına hazırlanan bir diğer yazma eser ise “*Kitâb-ı Me’kûlât*”tır. Manisa İl Halk Kütüphanesindeki yazmalar bölümünde bir mecmûanın arasından bulunan eser, kataloglara *Kitâb-ı Me’kûlât* (yemekler kitabı) yerine *Kitâb-ı Menkûlât* (nakiller kitabı) olarak kaydedildiğinden dolayı uzun bir süre gün yüzüne çıkarılamamıştır. Bu eser, Bağdadi tarafından yazılan *Kitabü’t-Tabih*’in eksik bir nüshası olarak başta şüphe uyandırsa da yapılan karşılaştırmanın sonucunda eksik bir nüsha olmamanın ötesinde çeviri niteliğinde bile olmadığı kanaatine ulaşılmıştır. Günay Kut’a (2020) göre “*Kitâb-ı Me’kûlât*” yeni yemek isimleri içermesi, bazı kısımlarda yerel özellikler barındırması ve tariflerin içeriğinin farklı düzenlenmesi gibi nedenlerden ötürü diğer yazma eserlerden ayrılmıştır. Bu yazmada, yemek tariflerinin yanı sıra hastalık sağlamak amacıyla bazı şerbet ve macun tarifleri de verilmiştir.

Bir araştırmaya göre diğer bir yazma eser ise Milli Kütüphane Yazmalar Koleksiyonunda bulunan *Kitabü’t-Tabbâhîn* olarak gösterilmektedir. O. Güldemir (2015, s. 11-12) - yayınlanmış yüksek lisans tezi olan- bu çalışmasında bu yazmanın tamamının –aşağıda ayrıntılı olarak açıklanacak- “*Melceü’t-Tabbâhîn*”in içerisinde yer alması ve yazmanın varlığında Mekteb-i Tıbbiye-i Adliye hocalarından ifadesin bulunması nedeniyle *Kitabü’t-Tabbâhîn* adlı yazmanın Mehmed (ya da Muhammed) Kamil’in ilk kitabı olduğunu –düşündüğünü- belirtmektedir. Başka bir ifadeyle bu yazmayı, *Melceü’t-Tabbâhîn* adlı basılı ilk yemek kitabının bir taslağı olarak nitelendirmektedir.

Yazma eserlerden sonra 1844’de *basılı* ilk yemek kitabı ise Mekteb-i Tıbbiye-i Adliye-i Şâhâne hocalarından Mehmed Kâmil tarafından yazılan “*Melceü’t-Tabbâhîn*”dir. (Aşçıların Sığınağı). Mehmed Kâmil, başlıca kaynak olarak *Ağdiye Risalesi*’nden yararlanmışır. Tanzimat Fermanı’ndan beş yıl sonra yayınlanan bu kitap 1844-1888 yılları arasında sekiz kez daha basılmıştır. G. Kut ve T. Kut’un (2015, s. 25) ifadesiyle dönemin şartları düşünüldüğünde “best seller olmuştur”. *Melceü’t-Tabbâhîn*’in İngilizceye çevirisi Türcü Efendi tarafından yapılmıştır. (A Manual of Turkish Cookery). *Melceü’t-Tabbâhîn* adlı kitapta yazar, İstanbul’da aşçılar tarafından aynı tekniklerle yapılagelen yemekler etrafındaki kısır döngüyü bozmak için eseri kaleme aldığını

belirtmiştir. Bu doğrultuda eski yemek risalelerini inceleyerek yeni bir terkip sunmaya çalışmıştır. 19'uncu yüzyılda basılan ve diğer eserler için bir başvuru kaynağı veya önemli bir model olan bu kitap 12 fasıldan oluşmuş ve içinde 284 yemek tarifi yer almıştır. (Kut, 1985, s. 13-14). Latin harfleriyle ilk olarak Cüneyt Kut tarafından 1997 yılında basılan bu eser, Günay Kut ve Turgut Kut tarafından 2015 yılında tekrar yayınlanmıştır.

Melceü't-Tabbâhîn (Aşçıların Sığınağı) adlı kitaptan sonra yayınlanan ve onunla ortak yönler taşıyan “*Yeni Yemek Kitabı*” 1880-81 yılından 1924 yılına kadar 7 kez, Ayşe Fahriye'nin *Ev Kadını* adlı yemek kitabı 1882-1907 arasında 4 kez, Mahmut Nedim b. Tosun'un *Aşçı Başı* adlı yemek kitabı ise 1900-1927 yılları arasında 3 kez basılmıştır”.

Yazarı bilinmeyen “*Yeni Yemek Kitabı*” adlı eser, yeni pişirme tekniklerini tanıtmak için yazılmış; mutfak kültüründe bir değişim yaşandığı belirtilerek bu eserden önce yayınlanan kitapların birer rehber olamayacağı ileri sürülmüştür. Bu kitap, Muammer Mihri tarafından 1924 ve 1927'de *Yeni Usül Yeni Yemek Kitabı* olarak tekrar yayınlanmıştır. (Ergen, 2016, s. 46). Ayşe Fahriye'nin *Ev Kadını* adlı eseri ise bu dönemde dikkat çeken öncü bir çalışma olmuştur. 23 sayfalık bir önsözle ve 448 sayfalık hacimle, içinde 887 tarifin yer aldığı bu kitabın ayırt edici özelliklerinden birisi ise kitabın başında yemek pişirmeye ve araç-gereç kullanmaya dair bilgilerin iletilmesidir. (Örneğin bakır kapların sık sık kalaylanarak dikkatli kullanılması gerektiğinin belirtilmesi). Kitabın sonunda ise mutfak düzeni ve adabıyla ilgili bilgiler verilmiştir. (G. Kut ve T. Kut, 2015, s. 26-28). Bununla beraber *Ev Kadını* adlı kitap, içerdiği alafranga yemeklerle Batılılaşmanın etkilerinin mutfak kültürüne taşındığının bir örneği olmasının yanı sıra geleneksel yemekleri ve pişirme tekniklerini de zengin bir içerikle yansıtmasıyla dikkatleri çekmiştir. Mahmut Nedim b. Tosun'un *Aşçı Başı* adlı eseri ise asker kökenli olan yazarın görev yaptığı yıllarda yemek yapmayı bilmemesinden dolayı içine düştüğü zor durumdan ilham alınarak oluşturulmuştur. Yazar, diğer yemek kitaplarını inceleyerek benzer içerik ve formatta kitabını oluşturmuş; bununla birlikte görevi sebebiyle gezdiği ülkenin çeşitli vilayetlerine ait bazı yemeklerin tarifini de çalışmasına eklemiştir. Bu kitap, Priscilla Mary Işın tarafından hazırlanarak 1999 yılında Yapı Kredi Yayınları tarafından basılmıştır.



Diğer taraftan Ahmet Şevket tarafından 1920 yılında yayınlanan *Aşçı Mektebi* adlı kitap ise mutfak kültüründe alaturka ve alafranga ikileminin bir diğer göstergesi olarak geleneksel yemeklerin yanı sıra Fransız yemeklerini geniş bir şekilde tanıtmaya öne çıkmıştır. Yine Mahmut Nedim bin Tosun'un 1921 ve 1927 yıllarında yayınlanan *Evde Aşçı Kadın* veya *Mükemmel Yemek Kitabı* da çok sayıda yabancı yemekleri içermiş ve bazı tarifler hem Fransızca hem de Türkçe olarak yazılmıştır. (Samancı, 2020, s. 205-207). Bu dönemde İstanbul'da basılan ve düzenleyeninin bilinmediği diğer bir kitap ise *Yeni Yemek Kitabı. Şimdiki Usuller ve Meşhur Aşçıların Kullandığı Tertipler Üzere binazir Ta'amların Tertibatı (1883-84)* adlı eserdir. (Ergen, 2016, s. 47).

Özetle 1928 yılına (Harf Devrimine) kadar basılan diğer yemek kitapları arasında *Aile Aşçısı-100 Türlü Çorba Pişirme Usulü, 100 Türlü Yumurta Pişirme* gibi pişirmenin teknik yönlerinin ele alındığı çalışmalar (G. Kut ve T. Kut, 2015, s. 28) ile Hacıbeyzade Ahmed Muhat Bey tarafından yazılan *Aşevi: Ameli, Nazari Aşçılık, Sofracılık* (1916-17) (Ergen, 2016, s. 49) adlı kitabı öne çıkmıştır. Bununla birlikte Harf Devriminden sonra yayınlanan ilk kitap ise Rabiha tarafından yayınlanan *Alafranga ve Alaturka Nefis Yemekler (1929)* adlı çalışma olmuştur. (Ergen, 2016, s. 51). Latin harfleriyle yayınlanan ilk Türkçe yemek kitabında yazar, yemek yapmanın küçümsenecek bir iş olarak görülmesi anlayışına karşı çıkararak her yaşta kadınların yemek yapma becerilerini geliştirerek bu fikrin değişmesine öncülük edeceklerini; bu doğrultuda aile hayatı başta olmak üzere toplumsal yaşamda da mutlu ve başarılı olacaklarını belirtmiştir. Bununla birlikte yazar, bu kitabı yeni alfabenin öğrenilmesine yardımcı olmak için yazdığını da ifade etmiştir. Bu kitap, Turgut Kut tarafından *Çağdaş Şehir Dergisi*'nde (sayı 8) 1987 yılında tanıtılmıştır.

Osmanlı Türkçesi dışında 19'uncu yüzyılın son döneminde Ermeni harfleriyle yazılan Türkçe yemek kitaplarından da bahsetmek gerekmektedir. Bunlar arasında 1871 yılında *Yeni Yemek Kitabı ve Hamur İşleri*; 1876'da *Miftahü't-Tabbahin* (Aşçıların Anahtarı); 1889'da *İlaveli Yeni Yemek Kitabı. Alaturka ve Alafranga. Aşçılara ve Ev Kadınlarına Mahsustur*; 1901'de M. G. Baharyan'ın *Tabii Taamlar: Hayat ve Sıhhat İçin Neyi Nice Hazırlamalı Nasıl Yemeli*; 1907'de Ohan Aşçıyan'ın *İlaveli Yemek Kitabı. Alaturka ve Alafranga. Aşçılara ve Ev Kadınlarına Mahsustur (2)*; 1910'da *İlaveli Yemek Kitabı*; 1926'da *Mükemmel Yemek Kitabı* (Kut 1985, s. 84; Ergen, 2016, s. 52-53) adlı eserler öne çıkmıştır.

Diğer taraftan yemek kültürüne ilişkin yazma eserlerle ilgili temel özellikler şunlar olarak tespit edilmiştir. G. Kut ve T. Kut (2015, s. 28) “yazma yemek kitaplarına, muhtemelen katalog çalışması yapanlar tarafından değişik adlar verildiğini; genellikle bu yazmaların nohud-âb yani nohut çorbasıyla başladığını; yazmaların bir mukaddimesinin ve esere verilen bir adın bulunmadığı belirtmiştir. Bu doğrultuda yazma yemek kitapları ve mecmualardaki yemek tarifleri incelendiğinde yemek kitaplarının hep 7 fasıl olarak düzenlendiği; mecmuaların ise düzensiz olarak yemek, tatlı, şerbet vb. tarifleri verdiği görülmüştür.

Bu noktada şu hususun belirtilmesi gerekmektedir. G. Kut ve T. Kut’un (2015, s. 30) araştırmalarının temel amacı –kendilerinin de belirttiği gibi- yemek kültürüne ilişkin yazılı ve basılı eserlerin yapısının incelenerek “hepsinin bir ana yazmadan türediğini kanıtlama” üzerine kuruludur. Bu bağlamda yazmaların veya basılı eserlerin benzer ve farklı yönlerinin tespiti yapılmaktadır.

Başka bir araştırmacı Özge Samancı (2014) tarafından yemek kitaplarındaki alaturka ve alafranga ikilemi incelenmiştir. Yazarı belli olmayan ve 1880 yılında yayınlanan “*Yeni Yemek Kitabı*” adlı eserde Avrupa yemeklerine ait tariflerin ve yeni pişirme tekniklerinin yer alması, kültürel bir dönüşümün işaretleri olarak yorumlanmıştır. Bununla birlikte Ayşe Fahriye’nin *Ev Kadını*, Ahmet Şevket’in *Aşçı Mektebi (1920)*, Mahmut Nedim bin Tosun’un *Evde Aşçı Kadın* veya *Mükemmel Yemek Kitabı* adlı eserleri bazı yönleriyle Avrupa yemek kültürünü yansıtan çalışmalar olarak değerlendirilmiştir. Diğer taraftan 1928 yılındaki Harf İnkılâbı sonrasında basılan yemek kitapları arasında Fahriye Nedim’in *Alaturka ve Alafranga Mükemmel Yemek Kitabı (1933)* ve Ekrem Muhittin Yeğen’in *Alaturka ve Alafranga Yemek Kitabı (1944)* da –başlıklarından anlaşılacağı gibi- mutfak kültürünü iki cepheli işleyen çalışmalar olmuştur. Fahriye Nedim’in kitabı cumhuriyet dönemi kadına hitap eden, aile içerisinde kadının ev ekonomisi ve yönetiminde nasıl bir görev üstleneceğine dair bir işlev taşımıştır. (Samancı, 2014, s. 22-25). Yine Samancı’ya (2014, 25-26) göre Cumhuriyet döneminde yayınlanan bu tür yemek kitaplarının temel özellikleri “alaturka ve alafranga sentezi” üzerine kurulu olmasıdır. Bu kitaplarla birlikte, Kız Enstitüleri başta olmak üzere toplumsal hayatta kadının mutfak kültürü üzerinden de eğitilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. Başka bir ifadeyle kitapların içeriğinde araç-gereç kullanma, yeni pişirme teknikleri öğretme, masa

düzeni oluşturma, geleneksel yemekler ve alafranga lezzetler tanıtma gibi hususların yer almasından hareketle bu eğitici işlev gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Türkiye’de yayınlanan diğer yemek kitapları arasında –Akşam Kız Sanat Okulu Öğretmeni- Ekrem Muhittin Yeğen’in “Tatlı ve Pastacılık Öğretimi (1944)”, “Alaturka ve Alafranga Yemek Öğretimi (1950)”, “Sofra Tanzimi ve Adabı (1968)”; Raşit Gürel’in eğitim amaçlı olarak yazdığı “Evin Yemeği (1970)”; tanınmış bir Türk şef olan Necip Ertürk’ün (Necip Usta) “Türk Mutfak Sanatı (1971)” adlı çalışmaları tarif odaklı, eğitim ekseni olmaları ve Türk mutfağının değişim-dönüşüm boyutunu ele almaları yönüyle öne çıkmıştır. Diğer taraftan Süheyl Ünver tarafından eski bir yazmadan hazırlanan “Tarihte 50 Türk Yemeği (1948)” ile “Fatih Devri Yemekleri (1952)” adlı kitapları da önemli çalışmalar arasında kabul edilmiştir.

### 2.2.3. Türkiye’de ve Dünya’da Yöresel Mutfak Yayıncılığı

Yazılı bağlamlar açısından irdelenmesi gereken konulardan birisi de yöresel mutfak yayıncılığıdır. Yazılı-basılı eserler açısından bu noktada şu sorular yöneltilebilir: Yerel/yöresel mutfak yayıncılığı (kitap ve dergi) hangi dönemde yaygınlaşmış ve nasıl bir gelişim göstermiştir? Yerel mutfak yayıncılığının etkileri nasıl olmuştur? Başka bir ifadeyle aslında bu sorunun kökeninde Türkiye’de geleneksel yemek kültürü (veya halk mutfağı) alanındaki çalışmaların ne zaman ve hangi amaçlar dahilinde yaygınlaşmaya başladığı olgusu yatmaktadır. Bu süreç şöyle irdelenebilir:

Türkiye’de cumhuriyetten sonraki kurumsal yapılanmalarda ve bu kurumların süreli yayınlarında Türk halk mutfağının derlenmesi gerektiğine dair fikirlerin dile getirildiğini, bu çalışmanın önceki bölümünde belirtmiştik. “*Türk Halk Bilgisi Derneği*”nin yayın organı olan *Halkbilgisi Haberleri*; ayrıca çeşitli *Halkevleri Dergileri* ve *Türk Folklor Araştırmaları* gibi Türk halkbilimi tarihinin önemli süreli yayınlarında Türk yemek kültürüne ilişkin yazıların çıktığını da aktarmıştık. Bu süreli yayınlardaki ortak tutum ve içerik, geleneksel Türk yemek (mutfak) kültürü alanına ilişkin derleme çalışmalarının nasıl yapılacağına dair bilgi iletme; yemek isimleri ve tariflerini toplayarak belirli yöresel yemekleri tanıtmak şeklinde kümelenmiştir. Bununla birlikte *Türk Folklor*

*Araştırmaları* dergisinin diğer süreli yayınlara oranla Türk yemek kültürüne daha fazla yöneldiğini de ekleyebiliriz.<sup>116</sup>

Aşağıdaki dipnot incelendiğinde iki olgu karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan birincisi *Türk Folklor Araştırmaları* dergisinin halkbilimi yaklaşımı içerisinde ve yayıncılık anlayışında geleneksel mutfak kültürünün önemli bir çalışma alanı olarak görüldüğüdür. İkinci olgu ise *TFA* dergisinin künyesi içerisinde Türk yemek kültürüne dair yazıların özellikle 1960'lı yıllarda yoğunlaşmaya başladığının tespitidir. Bu durumla ilgili şu çıkarımlarda bulunulabilir:

Yerelden ulusal yemek kültürüne uzanan bir çizgi içerisinde müstakil olarak yayınlanan her türlü yazılı-basılı eserler arasında Hamit Zübeyir Koşay'ın Akile Ülkücan ile beraber yayınladığı *Anadolu Yemekleri ve Türk Mutfağı* (1961) adlı çalışma Anadolu'nun zengin mutfak kültürünü kayıt altına alan ilk çalışma olması bakımından önem taşımaktadır.<sup>117</sup> Başka bir ifadeyle Türkiye'deki halk kültürü çalışmaları içerisinde halk mutfağını doğrudan ele alan bu öncü çalışmada halk mutfağı çalışmaları genelinde ve yöresel yemek yayıncılığı özelinde verilen kısa bilgilerden hareketle bir fikir yürütülebilir. Bu kitabın başlangıç kısmında Hamit Zübeyir Koşay şunları belirtmiştir (2011, s. 20-21):

<sup>116</sup> Rıza Yetişen "Naldöken Tahtacıları'nda Yataklar, Yemekler ve Kapları-III", (Nisan 1951, Yıl: 2, Cilt:1, No: 21, sf. 329-331); İsmet Zeki Eyüboğlu "Mısır Unundan Yapılan Yemekler" (Kaymak), (Haziran 1954, Yıl:5, Cilt:3, No:58, sf. 941-942); Veysel Arseven "Kırşehir'de Kışlık Yiyecekler", (Ağustos 1954, Yıl:6, Cilt:3, No:61, sf. 966); Muzaffer Batur "Gölpazarı'nda Yiyecekler", (Mart 1964, Yıl:15, Cilt:8, No:177, sf. 3371-3372); Selçuk Es "Konya Yemekleri - I" (Şubat 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:187, sf. 3655-3657); Selçuk Es "Konya Yemekleri" (Mart 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:188, sf. 3684-3685); Selçuk Es "Konya Yemekleri - III" (Nisan 1965, Yıl:16, Cilt:9, No:189, sf. 3710-3712); Selçuk Es "Konya Yemekleri" (Ağustos 1965, Yıl: 17, Cilt: 9, No: 193, sf. 3834-3835); Selçuk Es "Konya Yemekleri-IV" (Eylül 1965, Yıl: 17, Cilt: 9, No: 194, sf. 3863-3865); Zeki Sarıhan "Akçayazı Köyü Yemekleri" (Aralık 1965, Yıl:17, Cilt: 9, No:197, s. 3936); Hasan Özbas "Yozgat'ta Sızgıt ve Kış Yiyecekleri" (Aralık 1966 Yıl:18, Cilt: 10, No: 209, sf. 4265); Şener Yüce "Bucak'ta Sofra ve Yemek Adetleri" (Ocak 1967, Yıl: 18, Cilt: 10, No: 210, sf. 4294-4295); Gündüz Artan "Tire Yemekleri" (Aralık 1967, Yıl: 19 Cilt: 11, No: 221, sf. 4606); Nevzat Gözaydın "Bazı Anadolu Yemekleri" (Şubat 1968, Yıl:19, Cilt: 11, No: 223, sf. 4657); Kemal Özerkin "Bolvadin Yemekleri", (Haziran 1968, Yıl:19, Cilt: 11, No: 227, sf.4770-4774); Saim Sakaoğlu "Konya Yemek sofrasına Dair Notlar" (Eylül 1968, Yıl: 20, Cilt: 11, No: 230, sf. 5055-5056); Nefise Arslanoğlu "Posof'ta Yemek Adları ve Pişirildiği Yerler" (Mart 1970, Yıl:21, Cilt: 12, No: 248, sf. 5575-5577); Nevzat Gözaydın "Anadolu Yemekleri" (Aralık 1971, Yıl: 23, Cilt: 13, No: 269, s. 6165); Bedri Noyan "Bektaşilerde Sofra Adabı-Yemek-Tuz-Helva" (Temmuz 1972, Yıl: 23, Cilt: 14, No: 276, Temmuz, sf. 6357-6361); İrfan Ünver Nasraddinoğlu "Afyonkarahisar Yemekleri - I" (Eylül 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No: 278, sf. 6423-6426); Bedri Noyan "Bektâsîlik'te Dokunulmayan Hayvanlar ve Yenilmeyen Yemekler" (Ekim 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No: 279, sf. 6438-6440) ve İrfan Ünver Nasraddinoğlu "Afyonkarahisar Yemekleri - II, (sf. 6441-6444); İrfan Ünver Nasraddinoğlu "Afyonkarahisar Yemekleri - III" (Kasım 1972, Yıl: 24, Cilt: 14, No:280, sf. 6481-6482); Müyesser Tosunbus "Çukurova'da Bulgur ve Bulgur Yemekleri" (Haziran 1974, Yıl: 25, Cilt: 15, No: 299, sf. 7007-7009); Enver Necati Göksen "Anamın Afyonkarahisar Yemekleri", Gül Durmuşoğlu: "Senirkent Yöresinde Haşhaştan Yapılan Yemekler" (Aralık 1974, Yıl: 26, Cilt: 15, No: 305); Şükrü Bekan "Ulusal Besinimiz Yoğurt", Eylül 1978, Yıl:30, Cilt: 18, No: 350, sf. 8430-8431); Ali İlisulu "Bir Ermenek Yemeği: Batırık", (Temmuz 1979, Yıl:30, Cilt: 18, No: 360, sf. 8718); Selahattin Çoruh, "Turizm ve Türk Mutfağı" (Mayıs 1979, Yıl:30, Cilt: 18, No: 358, sf.8649-8650); Ertuğrul Taylan, "Kışlık Yiyecek Hazırlığı" (Eylül 1979, Yıl:31, Cilt: 19, No: 362, sf. 8760) (Gündoğan, 2008).

<sup>117</sup> Bu çalışmayla ilgili ayrıntılı bilgi birinci bölümde verilmiştir.

Türkiye’de yemek hazırlama konusu üzerine daha önce yayınlanan eserlerde de alaturka ve alafranga yemekler hakkında etraflı izahlara ve bu meyanda yerli halk yemeklerine de rastlanır. Ancak bunlarda etnografyanın hedefleri gözetilmediği ve metotları ayrı olduğu için çok değerli olsalar dahi iktibaslarından sarfınazar edilmiştir... Türk halk yemeklerini tanıtırken onların hazırlandığı yer olan mutfağı ihmal edemezdik... Bu eser, Türk mutfağı ve yemeği ile ilgili malzemeyi bütün teferruatı ile tanıtılmaktan henüz uzak olduğu cihetle bunu bir başlangıç sayarak eksikliklerini tamamlamaya çalışmak Türk ilim müesseseleri ve aydınlarımız için milli bir vazife olacaktır.

Yukarıdaki ifadelerden, Türkiye’de 1960’lara kadar halk mutfağı alanındaki –genel yayımlar içerisinde- bütüncül olmayan ve halkbilimsel bir yaklaşımdan uzak yayımların varlığına işaret edildiği görülmektedir. Bu alanda başlangıç niteliğinde olduğu belirtilen bu çalışmanın *Türk Folklor Araştırmaları* dergisinde yayınlanan Türk yemek kültürüne ilişkin yazılara niceliksel bir boyut kazandırdığı da bu bağlamda düşünülebilir. Bu doğrultuda *Türk Folklor Araştırmaları* dergisindeki yazılarıyla da dikkat çeken Selçuk Es tarafından yayınlanan “*Konya Yemekleri*” (1965) adlı kitap, yöresel yemek yayıncılığı alanında kayıtlara geçen diğer bir çalışma olmuştur. (Es, bu çalışmayı Konya yöresinin yemeklerinin unutulmaması amacıyla yaşlı kadınlardan derlediği bilgiler doğrultusunda oluşturmuştur). Başka bir ifadeyle Hamit Zübeyir Koşay’ın *Anadolu Yemekleri ve Türk Mutfağı* (1961) adlı –derlemelerden oluşan- kitap yayınıyla açtığı çığır, *Türk Folklor Araştırmaları* dergisindeki çeşitli araştırmacıların yazılarıyla da desteklenip geliştirilerek yöresel yemek yayıncılığının müstakil olarak kitap bazında geliştirilmesine temel basamak oluşturmuştur.

Yöresel yemek yayıncılığının geliştirilmesinde veya bu alandaki farkındalığın oluşturulması ve yaygınlaştırılmasında ikinci basamak ise Konya ilinin bir hareket noktası teşkil etmesi; Konya’nın yöresel yemeklerinin de söz konusu hareketin girdisi ve çıktısı olmasıdır. Daha açık bir ifadeyle 1977 yılında Feyzi Halıcı’nın öncülüğünde Konya Kültür ve Turizm Derneği ile Konya Kültür ve Turizm Vakfı bünyesinde düzenlenen *Tarihi Konya Mutfağı-Konya Yemekleri Yarışması* ile başlayan ve 1982 yılında yine Konya’da akademik düzeyde gerçekleştirilen *Geleneksel Türk Mutfağı Sempozyumu* ile sürdürülen çalışmalar, geleneksel Türk yemek kültürünün önemine dikkat çekmesi ve bu tür etkinliklerin sürdürülmesinin yanı sıra geleneksel/yöresel yemek yayıncılığını da geliştirilmesinde önemli işlevlerde bulunmuştur. Konya’nın yöresel yemek kültürünü ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmaya girişimleri, ülkenin diğer yörelerinin yemek kültürlerini de kapsayacak şekildeki çalışmaların sayısının

çoğaltılmasına öncülük etmiştir. Bu faaliyetlerin bir ürünü olarak Nevin Halıcı'nın Konya Kültür ve Turizm Vakfı tarafından yayınlanan "*Geleneksel Konya Yemekleri (1979)*", "*Ege Bölgesi Yemekleri (1981)*", Konya Turizm Derneği tarafından yayınlanan "*Akdeniz Bölgesi Yemekleri (1983)*" adlı kitapları yöresel yemek yayıncılığı alanında gelişmeye başlayan yayınlar arasında gösterilebilir.

Diğer taraftan Feyzi Halıcı'nın öncülüğünde düzenlenen "*Milletlerarası Yemek Kongreleri*"nin de geleneksel yemek kültürü alanındaki çalışmaların yaygınlaştırılmasında ve dolayısıyla yöresel yemek yayıncılığının geliştirilmesinde belirgin etkileri olmuştur. Bununla beraber Türkiye'de geleneksel yemek kültürü alanında *Milli Folklor Araştırma Dairesi*'nin bazı önemli faaliyetleri de bu bağlamda sayılabilir. Türkiye'de akademik düzeyde yapılan ilk ciddi bilimsel toplantı olan ve 1981 yılında gerçekleştirilen *Türk Mutfağı Sempozyumu*; 1983 yılında Milli Folklor Araştırma Dairesi Başkanlığı ile İstanbul Kültür Müdürlüğü'nün ortaklaşa düzenledikleri *Geleneksel Türk Tatlıları Sempozyumu*; Milli Folklor Araştırma Dairesi'nin UNESCO'nun katkıları doğrultusunda 1985 yılında başlattığı *Türk Mutfağını Derleme Projesi*; MİFAD ile Ankara Turizm Eski Eserleri Sevenler Derneği tarafından 1981'de düzenlenen Türk Yemeklerinden Örnekler Sergisi; 1983 yılında İstanbul'da düzenlenen *Geleneksel Türk Tatlıları Sergisi* ve Ankara'da düzenlenen *Gaziantep Tatlı ve Böreklerinden Örnekler Sergisi* gibi etkinlikler ve bu faaliyetlerin yayınlanması geleneksel yemek kültürüne ve yayıncılığına dair farkındalığın geliştirilmesine etkide bulunmuştur.

Yöresel yemek kültürü alanındaki çalışmaların ve dolayısıyla yöresel/geleneksel yemek yayıncılığının geç kalış nedenleri şöyle düşünülebilir:

Müstakil bir çalışma alanı olmakla beraber geleneksel yemek kültürü –bu çalışmanın önceki bölümünde işlendiği gibi- halkbilimi disiplininin çalışma kadroları arasında bulunmaktadır. Dünyada halkbilimi tarihi içerisinde araştırmaların büyük çoğunluğunun sözlü kültür alanında kümelenmesinin -halk kültürünün pek çok unsurunda olduğu gibi- geleneksel yemek kültürü alanındaki çalışmalara da nitelik ve nicelik olarak olumlu yansımadağı belirtilebilir.

Bu olguyla paralel olarak -Türkiye merkezli değerlendirildiğinde ise- geleneksel Türk yemek kültürü alanındaki çalışmaların ilk ayağının, halk mutfağını *halkbilgisi kadroları içerisinde değerlendirme, Anadolu'daki yemek kültürüne ait derleme çalışmaları yapma*

ve bu çalışmalarını büyük ölçekte teşvik etme, yöresel yemek tarifleri toplama ve aktarma, tarihi-yazılı kaynakları araştırma, sempozyumlar düzenleme, makale ve kitap yayınlama vb. şeklinde kendisini gösterdiği ifade edilebilir. İlgili süreç 1960'lara kadar küçük bir ölçekte kalmış; 1960-1980 yılları arasında bir hareket ve gelişim göstermiştir. Söz konusu dinamizmin yaşanmasının çıkış noktasının aslında –ilgili etkinlikler incelendiğinde- geleneksel Türk yemek (mutfak) kültürünü derlemek, bu alandaki çalışmalarını teşvik etmek, ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle temelinde halkbilgisi olan ve halkbilimi disiplini tarihi içerisindeki başlıca bir çalışma alanı olan yemeğin kültür boyutunun disiplinler bir yaklaşımla çözümlemelere tabi tutulmasının bir bütünlük sergilemediği söylenebilir. Bu doğrultuda ilgili çalışmalar ise genellikle yöresel yemek tarifleri derlemeleri ile çerçevelendirilmiştir. Şöyle bir soru sorulabilir: Geleneksel olana yönelik (küresel-teknolojik) tehdidin sofraya uzanması hangi dönemde yoğunlaşmıştır? Geleneksel yemek kültürü çalışmalarının veya yayıncılığının başlaması ve gelişmesinde bu olgunun payı var mıdır?

Türkiye'deki geleneksel yemek kültürüne yönelik çalışmaların ilk ayağında böyle bir tehdit algısının yerleştiği ve bunun savuşturulmak istendiği genel anlamda söylenemez. Halk kültürünün önemli bir unsuru olarak yemek kültürünü derlemek ve kaybolmadan kayıt alınma amacının baskın olduğu görülür. Bununla birlikte Türk sofrada adabının değiştiğine yönelik bazı tespitlerin belirtilmesine karşılık bu alandaki genel eğilim yöreselin meşhur olan ürününü tariflerle beraber aktarma düşüncesidir. Bu eğilimin temelinde de yemek kültürü alanındaki çalışmaların belirgin bir karakteri olarak damak çatlatan (kaliteli) lezzetleri sunma anlayışı yatmaktadır. Lucy M. Long (2009) tarafından belirtildiği gibi folklor, sadece öne çıkan lezzetleri değil sıradan, gündelik, basit fakat yoğun anlamlar taşıyan yiyeceklerin de kültürel analizini içeren bir anlayışa sahip bir disiplindir. Buna ek olarak bizce folklor, bir kültür biçimi olan yemeği, teknolojileşme, sanayileşme, fabrikasyonlaşma, küreselleşme, dijitalleşme gibi olgular karşısında çok yönlü çözümleme; yemeğin geleneksellik kimliğini yaşatarak koruma ve onu yaşanan çağa uyumlandırma işleviyle de hareket edebilmelidir. Bu bağlamda kritik olgulardan bir tanesi de ulusal kültür ve kimlik ilişkisi düşünüldüğünde bir ülkenin geleneksel yemek kültürünün mutfak savaşındaki stratejik konumudur. Türkiye'deki geleneksel yemek kültürü alanındaki çalışmalarda ve yöresel yemek kültürü yayıncılığında bu refleks var mıdır sorusunu ise şöyle yanıtlatabiliriz:

Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarının yaşandığı dönem (1900-1945) beslenme açısından kıtlığın hâkim olduğu, savaş ekonomisinin sürdürüldüğü ve temel amacın yaşamın devamını sağlamak şeklinde öncelendiği bir süreçtir. Dönemin yazılı ve elektronik iletişim araçlarının içerikleri göz önünde bulundurulduğunda tasarruf etmeye ve elde olanı en iyi şekilde değerlendirmeye yönelik yayınların sunulduğu bilinmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde ise Türkiye açısından Marshall Planı (Yardıımı) çerçevesinde süt tozlarının (1948-1951) verildiği; 1950'lerde tereyağına karşı margarinin daha sonra da zeytinyağının yerine mısır özü yağlarının mucizelerinin (!) sunulduğu durumlar yaşanmıştır. Bu dönüşümün sağlanmasında yazılı-basılı (gazete, dergi vb.) ürünlerin yanı sıra başlıca propaganda ve pazarlama aracı olarak radyo, sinema ve televizyon önemli işlevler üstlenmiştir. Söz konusu sürecin 1990'lara kadar bariz etkisinin bulunduğu da belirtilebilir. Bu olguların karşısında geleneksel Türk yemek kültürünün önce ürün ile başlayan değişim boyutunun sosyal, ekonomik ve kültürel alana yansımalarının ilk dönemlerden itibaren düşünülme ve çalışılmaya başlandığı pek söylenemez. Bu, ilk dönemde üzerinde çok fazla durulmayan veya fabrikasyonlaşma ve işlenmiş gıdalar gibi olguların olumsuz etkilerinin öncesinden yeterince okunamadığı konulardır.

21'inci yüzyıldan itibaren küreselleşme ve günümüzde de dijitalleşme gibi olguların toplumların geleneksel kültürleri üzerindeki bozucu etkilerinin belirgin hale gelmesine paralel olarak panzehir etkisi yaratabilecek uluslararası ve ulusal çapta kurumsallaşmaların ve bu doğrultuda bazı çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras sözleşmesi ve ilgili programlarının yanı sıra WIPO'nun geleneksel bilgi, kültürel ifadeler/folklor ve genetik kaynaklar yaklaşımı ile coğrafi işaretler hususu ekseninde geleneksel yemek (mutfak) kültürü konusu da sürdürülebilirliği sağlanmaya çalışılan temel bir kültürel miras unsuru olarak değerlendirilmektedir. Başka bir ifadeyle “geleneğin/gelenekselin yeniden keşfinin” (N. Özdemir, 2018a) kaybedilen değerlerin belirgin hale gelmeye başlamasının ardından kültürel çalışmaların odak noktasına çekildiği; yemeğin de bu kültür varlığının temel bir basamağı olarak görülmeye başlandığı belirtilebilir. Bu bağlamda geleneksel olana yönelik (küresel-teknolojik) etkinin tehdit boyutunda sofraya uzanmasına artan vurgular olsa da geleneksel Türk yemek kültürü alanındaki çalışmaların (ve yöresel yemek yayıncılığın) halkbilimi disiplini içerisinde düşünüldüğünde yine azımsanmayacak bir



bölümünün tarif toplama ve aktarma faaliyetiyle sınırlı kaldığı söylenebilir. Buna karşılık diğer disiplinlerin bu alandaki çalışmalarında ise yemeğin geleneksellik niteliğinin çoğunlukla göz ardı edildiği veya kısmen işlendiği; buna karşılık daha çok sosyo-kültürel ve iletişimsel değişim-dönüşüm boyutunun sorgulandığı görülmektedir. Madalyonun bir yüzünde gelenekseli/yöreseli araştırma, derleme ve tanıtmaya görevinin halkbilimi disiplinine verildiği; bunun ötesinde kuramsal bir perspektifle verileri çözümleme işinin ise başka bilim dalları tarafından üstlenildiği gibi bir izlenim oluşmaktadır. Bu noktada disiplinlerarası bir yaklaşımla bilimsel çalışmaların yapılması gerekmektedir birlikte halkbilimi disiplininin de “veri taşıyıcısı” (Özdemir, 2001, s. 110) gibi görünen pozisyonundan üst noktalara tırmanması gerektiği de açıktır. Geleneksel değerlerin varlıkların unutulma ve kaybolma eksenine yerleştirilip tespit edilmesi, arşivlenmesi ve aktarılması çalışmalarının hareket noktasını oluşturan olgular teknoloji, medya, küreselleşme, dijitalleşme, iletişim, ekonomi gibi bileşenler etrafında çok yönlü irdelenmelidir.

Son dönemdeki yöresel yemek yayıncılığı alanındaki çalışmaların kurumsal faaliyetler içerisinde tarif odaklı gerçekleştirilmeye devam edildiği görülmektedir. Bu doğrultuda belediyeler, il kültür turizm müdürlükleri ve müze müdürlükleri gibi çeşitli kamusal birimlerin çalışmalarının yanı sıra çeşitli projelere (SOKÜM vb.) bağlı olarak yöresel yemek envanterinin çıkarılması ve basılması amacının hâkim olduğu kitaplar yayınlanmaktadır. Bununla beraber yöre turizmi çerçevesinde yemek üzerinden tanıtım amacının da güdüldüğü de belirtilebilir. Birbirinin benzeri olan bu tip yayınlarda aktarılan yemek tariflerinin, adı geçen yemeklerin uygulanma aşamasında nasıl sonuç vereceğinin yeterince düşünülmediği söylenebilir. Bu çalışmanın alt kısmında etraflıca çözümleneceği gibi yazılı-basılı bağlamlar aracılığıyla yemek tarifi aktarmanın yüzeysel bir yöntem haline gelmesi söz konusu olmaktadır. Yemek tarifi verme işleminin esas amacının söz konusu yemekleri uygulatabilmek olduğunun bilinmesine karşılık kibrit kutusu büyüklüğündeki bir şablonun içerisine belirli ölçülerde malzeme listesinin eklenmesi ve birkaç satırlık ya da kısa bir paragraf hazırlama bilgisiyle aktarılan tariflerin, (yöresel) yemeklerin envanterinin çıkarılması, tanıtılması ve yayınlanması şeklinde bir işlev gördüğü söylenebilir. Başka bir ifadeyle bu tür yayınlar yöresel yemek kataloğu ve gastro-turizm rehberi görünümündedir. Yöresel yemekler konusu ele alınırken asıl göz önünde bulundurulması gereken noktalar ise geleneksel bilginin aktarımı ve genetik

kaynakların korunarak kullanımı olmalıdır. Doğrudan sonucu ve bütünü ortaya çıkaran bir yaklaşım yüzeysel kalmaktadır. Bir yemeğin yapılmasında hatta bir yiyeceğin yöresel hale gelmesinde gerekli malzemenin kendiliğinden hazır hale gelmediği ve ürünün gerçek niteliğinin bozulmaması gerektiği düşünülmelidir. Örneğin genetiği değiştirilmiş bir ürünün (baklagiller vb.) kullanımıyla ortaya çıkan/çıkarılan yemeğin, geleneksel çizgideki değerini koruduğu söylenemez. Bu bağlamda yöresel bir yemeği oluşturan ana bileşenlerin iyi çözümlenmesi gerekmektedir.

Türkiye’de yayınlanan önemli yemek dergileri şunlardır: Gastronomi, Food in Life, Mutfak Magazin, Food And Travel, Food Time, Travel and Gourments gibi dergiler mutfağı bir sanat alanı olarak gören, yaşamın içerisinde veya merkezinde konumlandırarak sağlık başta olmak üzere turizm, moda, magazin gibi unsurlar etrafında işleyen bir içerikte ve anlayıştadır. Bu doğrultuda adı geçen dergilerin ünlü şeflerle söyleşiler, haberler ve reklamlar, restoran önerileri ve tanıtımları, çeşitli tarifler, seyahat ve yemek ilişkisi gibi pek çok konuda okuyucuların karşısına çıktığı görülmektedir. Bu dergiler içerisinde geleneksel Türk yemeklerine ve kültürüne ilişkin bilgiler veya çözümler zaman zaman yer almaktadır. Başka bir deyişle geleneksel Türk yemek kültürü bu dergilerin içeriğinin bir kısmını oluşturmaktadır. Diğer taraftan *Lezzet (1996)*, *Yemek Zevki (1998)* *Sofra (2005)* gibi genellikle yemek tarifleri odaklı dergilerinin yayınlandığı görülmektedir. Hedef kitlenin ev hanımları olarak belirlendiği bu dergilerde çorba, tatlı, hamur işi, pasta gibi yiyeceklerin pratik tarifleri verilmektedir. (Yılmaz ve Şenel, 2016).

Bunlar dışında bütüncül içeriğinin yanı sıra geleneksel Türk yemek kültürü açısından dikkat çeken dergi ise *Yemek ve Kültür* adlı süreli yayındır. 2005 yılında yayınlanmaya başlayan ve yayım kurulu arasında Günay Kut, Turgut Kut, Musa Dağdeviren, Evangelia Balta, Özge Samancı, Marie-Helene Sauner-Leroy, Süleyman Bulut gibi önemli isimlerin olduğu dergi, Türk mutfak kültürünü bütüncül açıdan ele alarak yayıncılık alanındaki önemli bir boşluğu doldurmuştur. Türk mutfağını, kültür tarihi açısından inceleyen derginin dikkat çeken özelliklerinden birisi ise halkbilimi bütünlüğü içerisinde olmasıdır. Bu doğrultuda Türk yemek kültürüne ilişkin yazılı kaynaklar, unutulmuş halk yemeklerinden tarifler, geleneksel lezzetlerin tarihi ve kültürel yönleri, sofrada gibi pek çok husus derginin içeriğinin bir bölümünü oluşturmaktadır. Bununla birlikte derginin çoğu sayısında kapak resim veya fotoğraflarında çeşitli seyyar satıcılar, tandırda

ekmek yapan bir Anadolu kadını gibi görsellerin yer alması da halk kültürü açısından kayda değer bir tasarım şekli olarak yorumlanabilir. Yılda dört kez yayınlanan ve yayın hayatına devam eden derginin son sayısı (69) 2022’de yayınlanmıştır. (URL8).

Diğer taraftan dünyada yemek kültürüyle ilgili öne çıkan süreli yayınların neler olduğu hakkında ise şu bilgiler verilebilir:

2001 yılında *University of California Press* tarafından yayınlanmaya başlayan ve uluslararası hakemli bir dergi olan *Gastronomica*, disiplinlerarası bir yaklaşımla “yemek kültürü üzerindeki tarihsel eğilimler ve dönüşümlerin incelemelerini; gıda üretimi ve tüketiminin politik, ekonomik ve sosyal boyutlarının analizini; gıda araştırması ve inovasyonu ile ilgili alanlarda ortaya çıkan sorunlar hakkında araştırma özetlerini içeren ve gıda dünyasının kilit isimleriyle (âlimler, aktivistler, üreticiler ve tüketiciler) röportajlara” yer veren bir yayındır. (URL9).

*Food and History* adlı dergi ise Avrupa Yemek Tarihi ve Kültürleri Enstitüsü (European Institute for the History and Cultures of Food) [IEHCA] tarafından yayınlanmaktadır. 2003 yılında yayın hayatına başlayarak Avrupa’nın önde gelen bir yayını olan ve yemek kültürünü tarihi bir perspektiften inceleyen bu dergi sosyal, ekonomik, dini, siyasi yönler başta olmak üzere tüketim, üretim, tedarik ve dağıtım, beslenme teorileri, tıbbi hususlar, mutfak uygulamaları, gastronomi ve restoranlar gibi içeriklerde yayın yapmaktadır. (URL10).

2004 yılından itibaren yayın hayatını sürdüren *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research* uluslararası hakemli bir yayındır. Megan J. Elias (Boston Üniversitesi) tarafından editörlük görevinin yürütüldüğü dergide “yeme davranışları üzerine kültürler arası bakış açıları; toplumsal cinsiyet ve gıda sistemi; metin olarak tarifler, yemek kitapları ve menü; gıda ve beden üzerine felsefi ve dini bakış açıları; mutfak uygulamalarının, inançlarının ve geleneklerinin sosyal inşası; aile yemeği politikası; beğenin psikolojik, kültürel ve sosyal belirleyicileri; gıda araştırmalarındaki metodolojik konular; yetersiz beslenme, açlık ve gıda güvenliği; yiyecek deposu analizi; kurgu, film ve sanatta yemek; karşılaştırmalı yemek tarihi; gıda teknolojilerinin sosyal ve kültürel boyutları; küresel gıda sisteminin politik ekonomisi; gıda çalışmaları pedagojisi” gibi konularda bilimsel makaleler yayınlanmaktadır. (URL11).

Yemek kültürünü tarihi bir yaklaşımla inceleyen ve 2015 yılında yayınlanmaya başlayan diğer bir dergi ise *Global Food History* adlı yayındır. Uluslararası hakemli bir dergi olan *Global Food History* tarih öncesinden günümüze kadar herhangi bir dönemi ve belirli bir coğrafi alanı kapsayan” çalışmaları içermektedir. Dergi, yemeğin yalnızca siyaset, sınıf, cinsiyet, ırk ve etnik köken gibi hususların araştırılması için bir araç olmasının ötesinde müstakil olarak önemli bir çalışma olduğunun kabulünü ve yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. (URL12).

#### **2.2.4. Yazılı Bağlamda Yemek Kültürünün Dinamikleri**

Çalışmanın bu bölümünde –daha önceden de vurgulandığı gibi- esas çözümlenmesi gereken hususlar yazılı-basılı kültür bağlamı kavramının, yemek kültürü açısından nasıl değerlendirilebileceğidir. Yukarıdaki soruları yineleyecek ve genişletecek olursak *yazılı bağlamların yemek kültürü açısından temel işlevleri nelerdir? Yazı ve matbaa, yemek kültürü üzerinde nasıl bir iz bırakmış; kültürel belleğin yemeğe ilişkin bölümünü nasıl etkilemiştir? Yemek kültürü, yazılı bağlamlara nasıl ve hangi doğrultuda taşınmıştır?*

Yazı ve matbaanın insanlar arası iletişimi yeniden biçimlendiren yapısı, pek çok araştırmacı tarafından incelenmiş bir olgudur. Konuşma-dinleme merkezli bilgi ve iletişim sisteminin yazma-okuma-görme gibi süreçlere egemenliğini bırakması, duyu organları arasındaki sınır değişimine işaret eden veya geçiş üstünlüğünün yeniden belgelendiği bir yapıya karşılık gelmektedir. Yazı-alfabe-matbaanın kendi içerisinde değişimler gösteren bazı yapısal özelliklerine karşılık birbirini tamamlayıp gelişimler içeren nitelikleri bulunmaktadır. Bu doğrultuda düşüncenin yeniden biçimlenmesi ve ifadenin yeniden düzenlenmesi gibi temel bilişsel ve iletişimsel süreçlerin –öncekinden etkilenen fakat- kendine özgü bir yapı kazandığı belirtilebilir.

Diğer taraftan yazılı bağlamın yemek kültürü açısından değerlendirilmesi gereken noktaları bulunmaktadır. Yazılı bağlamın yemek kültürü açısından birinci işlevi yemeği, bilgi unsuru ve deneyim aracı olarak kaydetme-belgeleme-aktarmadır. Aslında çoğu unsura ait bir özellik olan bu durum tabletler, cönkler, sözlükler, mecmualar, seyahatnameler (gezi yazıları), gazeteler, dergiler, popüler veya akademik bazı kitaplarla ortaya konulmaktadır. Yemeği, doğrudan ele alan kaynakların yanı sıra dolaylı olarak da içeren (ya da içeriğinin bir bölümünü oluşturan) çalışmalar bulunabilmektedir. K.

Toygar'ın (1982) belirttiği üzere Türkiye'de yemek/mutfak kültürünü doğrudan işleyen el yazmaların sayısı çok azdır.

“Basılı kültürle karşılaştırıldığında üretici yönelimli olan ve sözlü kültür ortamının işitsel-dokusal niteliğini belirli ölçülerde taşıyan” (McLuhan, 2001, s. 43) el yazmalarının, yemek kültürü doğrultusunda incelenmesi önem taşımaktadır.

Yazılı bağlamlarda yemek kültürü açısından öne çıkan husus, yemek tarifleridir. Başka bir deyişle el yazmaları geleneğinin yemek kültürüyle –doğrudan- ilişkilendirilmesinde temel hareket noktası yemek tarifleri sayılabilir. Etimolojik olarak *recipe* sözcüğünün Latince almak anlamına gelen *recipere/receipt* sözcüklerinin türevi olması ve “recipe”nin reçete karşılığındaki tıbbi anlamının mutfak alanındaki kullanımıyla desteklenmesi ve genişlemesi sonucunda bu sözcük, yemek tarifleri anlamında da bir karşılık bulmuştur. (Goody, 2001, s. 194; Floyd ve Forster, 2016, s. 7). Goody'nin (2001, s. 195) ifadesiyle tarif, “aşçılık, tıp ve büyüsel amaçlar için bileşenleri karıştırmaya yarayan yazılı bir formüldür; insan tüketimine dönük karışımların hazırlanabilmesi için gerekli olan unsurları listelemektedir”.

Avrupa merkezli bir araştırmaya göre (Appelbaum, 2003) yemek tarifleri koleksiyonları, basılı koleksiyon (derleme) ortaya çıkmadan çok önce el yazması biçiminde dolaşıma girerek on sekizinci yüzyıla kadar gelişimini sürdürmüştür. Bu süreç ayrıntılı olarak ise şöyle açıklanabilir:

Retorik ve epistemolojik olarak sözlü gelenekle olan bağı koruyan ve sözlü geleneğin belirli niteliklerini taşıyan el yazması geleneği, on altıncı yüzyılın ortalarına kadar işlerliğini devam ettirmiş; iletişim biçimini dönüştürmüştür. El yazmasına dayalı ilk tarif koleksiyonlarının temel işlevi sözlü gelenekten gelen talimatların aktarımları olmuştur. 16'ncı yüzyılın sonlarına doğru ise eski el yazması geleneklerine daha az dayanan ve bugün bir yemek kitabı olarak kabul gören çalışmaların öncülü sayılabilecek basılı koleksiyonlar (derlemeler) şeklinde ikinci bir tarif koleksiyonları dalgası ortaya çıkmıştır. Basılı yemek tarifi derlemelerinin yarattığı ilk sorun, yemeğe ilişkin bir dil oluşturulması şeklinde kendisini göstermiştir. Bu doğrultuda halkın anlayabileceği açık bir dil kullanılması anlayışı benimsenmiştir. İkinci dalganın (basılı yemek tariflerinin) genel karakteri, farklı amaçlar ve bağlamlar için tasarlanmaları; daha çok kamusal alana özgü olmaları ve bu nedenle daha gelişmiş edebi bir dili içermesi; yemeklerinin bölgeye veya

ulusa göre tanımlanmaya başlanmasıdır. Başka bir ifadeyle -ilk olarak temel amacın okuyucuların veya hedef kitlenin düşünce yapısının ve davranışlarının değiştirilmeye çalışıldığı basılı tariflerde, gıda ürünlerine ve yemek hazırlamaya ilişkin belirli bir dil oluşturulmaya gayret edilmiştir. Bununla beraber ikinci dalgadan itibaren basılı tariflerde açıklayıcı alt başlıklar, ithaflar, önsözler, tanıtımlar, içindekiler, dizinler ve diğer düzenleme araçları gibi unsurlar eklenmeye başlanmıştır. Yine bu doğrultuda doğa, sağlık ve kültürel değerlerin işlendiği; yazarlar tarafından moda ve sosyal emellere hitap edildiği gözlenmiştir. 17'nci yüzyılın sonları ve 18'inci yüzyılın başlarından itibaren ise uygarlaşma sürecinin ve ilerlemenin bir parçası olarak yemeğe bir sanat gözüyle bakılmış; aşçılık veya yemek kitapları, bu sanatın bir çeşit rehberi olarak kabul görmüştür. (Appelbaum, 2003, s. 1-2, 7-8, 16-17, 30). Appelbaum'un (2003, s. 8) ifadesiyle basılı yemek (tarifleri) kitapları "rasyonelleştirilmiş bir devlette yaşayan okuryazar bir vatandaşlığın işareti haline gelmiştir". Özetle ilk basılı örneklerden başlayarak bu yayımlar, eğitici ve öğretici nitelikleriyle ilgili kitleye pratik bilgiler ve tavsiyeler vermiş; mutfak sistemine edebi bir bakış açısı sağlamıştır. (Appelbaum, 2003, s. 11).

Yemek kültürünün yazılı bağlamlarda bir yörüngeye oturtulmasında önemli bir konumda bulunan yemek tarifleri konusuyla ilgili çözümlenmelere şöyle devam edilebilir:

W. Ong'un (2013, s. 20) ifadesiyle "sözü mekâna bağlayan yazı ve matbaa" sözlü belleği, yazılı belleğe dönüştüren bir işlevdedir. Yazılı bağlamlar, bir kayıt aracı olarak düşünüldüğünde ezberleme, hatırlama ve ifade etme biçimleri dönüşmektedir. J. Asmann'a (2015, s. 99) göre kültürel bellek, biyolojik olarak devredilme özelliğine sahip olmadığından dolayı ritüeller aracılığıyla tekrarlanarak aktarılır ve canlı tutulur. Buna karşılık yazıya geçen toplumlarda ritüel bağdaşıklık yerini metinsel bağdaşıklığa bırakarak tekrarlama eylemi bir zorunluluk olmaktan çıkar.

Yazılı bağlamlar çerçevesinde yemek kültürünün konumu irdelendiğinde bu noktada sorulacak temel soru, yemek kültürünün -doğrudan- yazılı temsili içerisinde hangi niteliklerin oluştuğudur. Daha açık bir ifadeyle yazılı bağlamların yemek kültürü açısından pratiğe dönüşen karşılığı *yemek tarifleridir*. Yazılı-basılı kültüre özgü bir ifade kalıbı veya yazılı bağlamlar temelinde oluşan ve yaygınlaşan bir uygulama olan yemek tarifleri, yemek kültürünün yazılı kayıt ve bilgi aktarımına üstü kapalı atıfta bulunmaktadır. Goody'e (2001, s. 194) göre "sözlük tanımlarından ve edebi

kullanımlardan ortaya çıkan tarif (recipe) veya receipt (alma, reçete) hakkındaki can alıcı nokta temelde yazılı niteliğe sahip olmasıdır”.

Yemek kültürünü doğrudan ya da dolaylı olarak ele alan her türlü yazılı-basılı materyal içerisinde yemek tarifi vermek/yazmak, yazılı bağlamların temel bir özelliğidir. Bu açıdan yemek tarifleri, *uygulamaya geçirilmek üzere* sözlü bilginin yazılı bilgiye taşınmasına ve dönüşümüne kapı aralamaktadır. Yemek tarifleri, kuru bir bilgi aktarımının ve kaydının ötesinde dinamik bir amaca hizmet etmektedir.

Yemek tariflerinin temel niteliği öğretmedir. Yazılı bağlamlar açısından yemek tarifleri, herhangi bir yemeği yapmak için öğrenme sürecinin başlangıcını oluşturmaktadır. Daha bütüncül bir ifadeyle yemek tarifleri, aktaran açısından öğretme; (bilgiyi) alan veya okuyan açısından öğrenme amacı taşıyan bir konu görünümündedir. Bu doğrultuda yazılı bağlamlardan öğrenilen bilginin (yemeğin tarifinin) icracının bilgi birikimi ve becerisiyle harmanlanarak pratiğe dökülmesi de gerekmektedir. İyi yemek yapmayı öğrenmek, mutfağın sırrının öğrenilmesini zorunlu kılmaktadır. Appelbaum’a (2003, s. 7) göre bu olgu “yemeğin metafiziğidir”.

Yemek yapmak nasıl öğrenir sorusu yazılı-basılı bağlamlar açısından düşünüldüğünde temel hareket noktası yemek tarifleri olmaktadır. Bu hususta yemek yapmanın niteliği üzerinde durmadığımızı dikkat edilmelidir. Bu açıdan yemek tariflerinin –yayıncılık anlamında pazarlama ve kişisel markalama stratejilerini göz önünde bulundurmazsak- temel karakteri veya pratik ve reel (gerçek) karşılığı şudur: Yemek tarifleri, kişiyi ustalaştırmaktan veya onun elinden çıkmış nitelikli bir ürün ortaya çıkarmaktan ziyade formüleştirelerek bir taslak haline getirilmiş yazılı bir bilgiden yola çıkılarak söz konusu modelin öğretimini ve yeniden üretimini ifade etmektedir.

Yazılı-basılı bağlamlardaki yemek tarifleri, yemek yapmak ve yemek repertuarının genişletilmesi için okuyarak öğrenmenin karşılığını temsil etmektedir. Bu doğrultuda Goody (2001, s. 199-200) yazılı tariflerin “bahçe ve tarlanın yerine dükkân ve pazara bel bağlamayı; ağızdan çıkan sözle değil kitap sözcüğüyle öğrenmeyi kapsadığını” belirtmektedir. Bu bağlamda M. Symons (2003a, s. 169) ise “tariflerin nispeten hazır mevcudiyetinin, sosyal öykünmeyi kolaylaştırdığını; gastronomik tartışma ve usta-çırak ilişkisini kopardığını” dile getirmektedir.

Diğer taraftan Goody (2001, s. 202) “–kitap takip ediliyorsa- yazılı yemeğin, pişirme zorlayıcı olduğunu; ama bu durumun çoğunlukla kendi başına yemek yapmayı bilmeyen insanlar için yönergeler sunduğunu” ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle yazılı bağlamların bir ürünü olarak yemek tarifleri, öğrenme sürecine karşılık gelen bir karaktere sahiptir ve bir rehber olarak bilgi ihtiyacını karşılamaktadır. Bu doğrultuda kitaplar, gazeteler, dergiler, takvimler, broşürler gibi yazılı-basılı materyaller içerisinde doğrudan ya da dolaylı olarak yer verilen yemek tarifleri üzerinden bu süreç gerçekleştirilir.

Cotter’e (1997, s. 55) göre -temelde- sözlü ortamın diyalojik özelliğine sahip olan yemek tariflerinin sözdizimsel olarak temel karakteristiği emir kipidir”. Bu fikir şöyle genişletilebilir: Gelenekten gelen bilgilerin aktarımı olarak yazarın kendisini gizlediği durumlarda yemek tarifleri daha çok *kaynatılır, pişirilir, bekletilir* gibi ürünün nitelik ve niceliğine özgü edilgen ifade kalıplarının egemen olduğu bir yapıya sahiptir. Eski takvim ve gazetelerde bu tür örneklere sıklıkla rastlanmaktadır. Bununla birlikte derleme çalışmaları doğrultusunda ortaya konulan yemek tariflerinde de benzer yapı gözlemlenebilir.

Yazılı-basılı kültürün yaygınlaşmaya başlamasının çıktılarında biri olarak yemek tariflerinin öğretme boyutunun, uzmanlaşma doğrultusunda derinden ve yeniden keşfiyle beraber cümle yapılarındaki fiillerin kiplerinin yeniden şekillendiği düşünülebilir. Bu açıdan çoğu tarifler verilirken (yazılırken) “karıştırın, pişirin, bekletin, soğutun” gibi öğretmenin öğrenene talimatlarının sıralandığı görülür. Başka bir ifadeyle aslında yemek tariflerinde okuyucu kitlesinin genel olarak o yemekleri bilmediği varsayılır. Diğer taraftan yemek tariflerine emir kiplerinin egemen olmasının başka bir temel sebebi ise yemek tariflerinin uygulamaya dönük veya uygulanmak için yazılan bir form olmasıdır. Bu doğrultuda yemek tarifleri, tanıtma boyutunun ötesinde deneyimleterek öğretme niteliğine sahip bir rehberdir. Appelbaum’a (2003, s. 13) göre yemek tarifleri “hem bir seçenek hem de bir buyruk olarak çerçevelenen ve bir hikâyenin olay örgüsünü anlatır gibi sözdizimsel olarak ifade edilen sözel olmayan bir pratiğin tamamlayıcı ve sözel yeniden üretimidir” (Appelbaum, 2003, s. 13).

Buna karşılık yazılı-basılı kültür bağlamlarının temel özellikleri ve yemek kültürünün geleneksel bağlamındaki temel karakteri gereği, yemek tarifleri –başarı anlamında-



genellikle aynı sonucu verememektedir. Bu açıdan başlıca sebepler olarak (1) dinamik her kültür unsurunun yazıya aktarımında yaşanan sorunlar örneğinde olduğu gibi, yazının ölü bir metin haline gelmesi; başka deyişle bağlamın kopması veya göz ardı edilmesi; (2) içeriğin belirleniş ve çerçevenin çizilişinde yazarın inisiyatifi ve şartları; (3) yemek yapma eyleminin kişisel yaratıcılık ve performans boyutunun örtülü kalması veya geriden gelmesi şeklinde temel bazı hususlar sıralanabilir.

Yemek tarifleri, insanlık tarihinde çağlar boyunca tabletlere kazınma sürecinden başlayarak her türlü yazılı-basılı materyal içerisinde ilgili çevrenin/bölgenin yemek kültürünün bağlamsal şartlarına özgü yer bulan bir konudur. Malzemelerin bir araya getirilişinin keşfi ve deneyiminin haritalandırılmış biçimleri olarak yemek tarifleri, aynı zamanda geleneksel bağlamındaki yemeğin sözlü bilgisinin yazılı bilgiye dönüştürülüşünü temsil etmektedir. Başka bir ifadeyle yemek tarifleri saha araştırmaları sonucunda edinilen geleneksel bilgilerin yazılı aktarımı olmasının yanı sıra mutfak alanında uzmanlaşmanın çıktıkları olarak kişisel düzeyde inşa edilen metinler şeklinde de kendisini göstermektedir.

Bu doğrultuda arkeolojik araştırmalar sonucunda ortaya çıkarılan ve yemek tarifleri içeren tabletlerin geri dönüşüm kutusu olarak kullanılması çalışmalarından başlayarak yazılı-basılı materyaller içerisinde yemek tariflerinin pratiğe aktarılmasında yemeğin kültürel anlamını oluşturan bağlamsal şartlar, belirleyici bir unsur olarak durmaktadır. Eski çağlara, farklı uygarlıklara ya da günümüze yakın farklı topluluklara ve uluslara ait yemek tariflerinin uygulamaya dökülmesi hususunda malzemelerin coğrafi yapı ve iklim şartlarına göre yer buluşu; yemeğin kompoze edilmesi, pişirme yöntemleri ve kullanılan araç-gereçler, yemeğe ilişkin kültürel kodlamalar, malzemelerinin nasıl sınıflandırılacağı, kodlanacağı ve düzene sokulacağı, yemeğin ritüeline nasıl yerleştirileceği ve yemek deneyiminden nasıl zevk alınacağı (Appelbaum, 2003, s. 23-24) gibi bağlamsal şartların göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Appelbaum'a (2003, s. 24) göre "eski tariflerin antikacılar tarafından (veya antikacı anlayışıyla) modern sisteme ve ihtiyaçlara uyarlanması çalışmalarında sadece bileşen seçimi ve pişirme sürelerinin ayarlanarak erken dönem mutfağın grameri ve sözdiziminin basitçe çevrilmesi yeterli sayılamaz". Asıl önemli olan husus yemekler ve yemekler yapmak için bir bağlam sağlayan yardımcı epistemolojik işlemlere ve yiyecekleri yazılı

dile dönüştürmek için içerdikleri sosyal anlama bağlı olmalarıdır. Yine bu noktada yazılı bağlamlar, yemeği yazılı dile dönüştürmenin yanı sıra yazılı bir dilin konuşma şeklinin doğası gereği sözel olmayan bir pratiğe müdahale etmesine izin vermektedir. Başka bir deyişle sadece sözel bir çerçeve içine alınamayacak pratiğe dönük kültürel bir işlem olan yemek, yazının sınır boylarında gezinerek yazının denetimine takılmaktadır. Bu durum, W. Ong'un ifadesiyle (2013, s. 159) “matbaanın yarattığı kapanıklık duygusunun” bir yansıması olarak da görülebilir. Bu açıdan yazılı olanın kendi kendine yeter ve tamamlanmış bir karaktere sahip olduğunun düşünülmesi yemek tariflerini dinamik bir yörüngeden çıkarabilmektedir.

Yemek tarifleri vermenin/yazmanın-almanın iletişimsel açıdan ise gizli-kapalı işlevleri bulunmaktadır. Bunlardan birincisi *merak gidermek, (hatta) şifreleri kırmak ve gizem çözmek*; ikincisi de *insan türünün tekrarlama içgüsününe karşılık vermek*” şeklinde belirlenebilir.

Bilgi, beceri ve yaratıcılık temelinde malzemeler bütünü olan yemek, ortaya çıkan ürünün şifreleri nedeniyle büyük bir merak unsurudur. Ürünün ölçüsü, miktarı, sıralaması, terbiyesi (farklı bileşenlerle ilişkilendirilmesi) gibi faktörler yemek yapma bilgisi olan ya da iyi bir damak tadına sahip kişiler tarafından tahmin edilmeye ve öğrenilmeye çalışılır. Bu merak unsuru (1) lezzetli bir yemek yenildiğinde; (2) aynı yemeğin farklı mekanlarda ve kişiler tarafından yapılmasında; (3) kötü bir deneyime karşılık geldiğinde; (4) hatta ismen bilinen fakat (hiç) deneyimlenmemiş lezzetler için de söz konusu olabilmektedir.

Fizyolojik ihtiyaçlardan kültürel ihtiyaçlara kadar geniş bir yelpazeye sahip olan tekrarlama eylemi, insan türünün edindiği deneyimlerin belirli periyotlarda döngüsel hale getirilmesidir. Başka bir ifadeyle ilk kez deneyimlendiğinde sevilen bir şeyin (müzik dinleme, film izleme, gezip görme vb.) tekrarı arzu edilmektedir. Bu noktada herhangi bir lezzet tadıldığında deneyimin sayısı artırılmak istenmekte; söz konusu yiyecekler de kişinin unutulmazlar ve yapılacaklar listesine eklenmektedir. Bu bağlamda yemek tarifleri (vermek-yazmak) lezzete giden yolun haritasının çıkarıldığı bir faaliyete karşılık kullanılmaktadır.

Başka bir konuya geçecek olursak geleneksel bağlamında yemek yapma eylemi, sözlü kültür ortamının duyu organlarını temel alan, matematiksel ifade veya sayısal kalıplardan olabildiğince uzak, kendi izafi ölçü birimleri ekseninde gerçekleştirilir. *El terazi, göz*

*mizan* anlayışıyla bir tutam, bir avuç, cimcik, tepeleme, azcık, kaşığın-çatalın ucuyla, varla yok arası, göz kararı, kulak memesi kıvamı, pembeleşinceye kadar, bir taşım kaynatmak gibi miktar, süre, hacim ve kıvam gibi bileşenler sözel ölçülerle ifade edilir.<sup>118</sup> “Aşçının bu şeyleri nasıl düzenleyeceğini bildiği varsayılır” (Appelbaum, 2003, s. 14). Bu açıdan geleneksel bağlamında resmi ölçü birimlerine harfiyen uyularak yemek yapılması beklenmez veya buna gerek görülmez. Bu olgu, yemek yapmanın bir bilgi ve deneyim temelli kişisel performans biçimi olduğunu açığa çıkarır. Önemli olan bileşenler ve bunların yönetimidir. Müzik örneğinde olduğu gibi notanın verilmesi ezginin iyi icra edilebileceği anlamına gelmez. Yemek tarifi ise bir şablon, formül veya rehberdir. Dolayısıyla metne bire bir sadık kalınarak yapılan bir yemekte, icracının deneyim ve yaratıcılığı sınırlandırıldığı için yemeğin lezzet performansında eksiklikler ortaya çıkabilmektedir. Yemek tariflerinin, yemek yapmayı bilmeyenler için öğretici talimatlar içeren bir boyutunun olması, bu olguyu ortaya çıkaran temel sebepler arasında gösterilebilir. Borghini’ye (2015, s. 729) göre “bir yemeğin tüm özelliklerinin kâğıda aktarımı veya tarifi bir yemeğin tüm özelliklerini içerecek şekilde kaydetmesi olanaksız görünmektedir. Bu açıdan tarifler, yemeklerin eksiltilmiş tasvirleri olmaya mahkûmdur”.<sup>119</sup>

Yemek yapmanın bir tarifi itaatkâr bir şekilde takip etmekten daha fazlası olduğunu belirten İngiliz aşçılık yazarı ve gazeteci Nigel Slater, başka biri tarafından belirlenen kurallara göre -kelimesi kelimesine, gram gramına- bir performans ortaya koymanın sadece bir tarifi kendi damak zevkimize göre uyarlama ihtimalini yok etmekle kalmayacağını aynı zamanda yemek hazırlama zevkini de bastıracağını vurgulamaktadır. (Akt. Floyd ve Forster, 2016, s. 3). Bu bağlamda Amerikalı ünlü şef, yazar ve televizyon programcısı Julia Child tarafından “yemek tariflerinin kölesi olmak zorunda kalmamak

<sup>118</sup> Yukarıda belirtilen sözel ölçü belirleme-belirtme geleneğinin yazılı bağlamlarda devam ettirildiği söylenebilir. Örneğin basılı ilk Türk yemek kitabı olan Melceü’t-Tabbâhîn’deki (Aşçıların Sığınağı) Su Böreği tarifinde “Matlûbü’l-mikdâr dakik-i hâs eleyip su komayarak kabul ettiği kadar yumurta ve bir miktar tuz ile yoğurup...”. Vişne hoşafı tarifinde ise “.....Lakin âdisi budur ki vişneyi bolca suda kabuğu çatlayıncaya kaynatıp badehu üzerine tatlı olacak miktarı şeker ilave edip *bir taşım* dahi kaynadıkta indirile.....” (Mehmed Kâmil, 2015, s. 88, 131) şeklindeki ifadeler çoğu kitapta da görülmektedir.

Diğer taraftan Afro-Amerikalı yemek kitabı yazarlarının sözlü anlatımı yakalama dürtüsü ve isteği ile yemek tariflerine çok sık sözlü bir nitelik kazandırdıkları yapılan bir çalışmayla da ortaya konulmuştur. (Ayrıca bakınız: Warnes, 2016).

<sup>119</sup> Yemeğin bileşenlerinin neler olabileceği konusu çığ gibi büyüeyebilen bir yapıya sahiptir. Bir yemek yapmak için birbiriyle uyumlu belirli malzemelerin yan yana getirilip işlenmesinin ötesinde, bileşenin ne kadar küçük olmalı sorusu bakterilerin ve mayaların içerik olarak kabul edilip edilemeyeceği tartışmalarına kadar götürülmektedir. (Bakınız: Borghini, 2015, s. 729-730)

için yemek yapmayı öğrenirsiniz” (Akt. Borghini, 2015, s. 719) şeklindeki ironisi, kişisel yaratıcılığın çizgilerinin kalınlaştırılması açısından dikkate değerdir.

Yazılı-basılı materyallerdeki yemek tariflerinin karşılığının olumsuz sonuçlanmasına ilişkin Fransız göstergebilimci Roland Barthes (1991, s. 78-80) ise bu olguyu “*süs mutfağı (ornamental cuisine) ve fikir aşçılığı (idea cookery)*” şeklinde nitelendirmiştir. Fransız *Elle* dergisinden hareketle yaptığı çözümlemede dergi ve televizyonlardaki yiyeceklerin, gerçek potansiyelden çok, yapay bir gerçekliğin verildiği ideolojiyle ilgili olduğunu belirtmiştir.

Geleneksel ortamında ise kişisel veya dışarıdan dokunuşlarla (deneyim sahibi kişilerin müdahaleleriyle) yemek bilgisinin başarılı bir uygulamaya dönüşebilmesinin denetimi ve yönetimi sağlanabilmektedir. Bu doğrultuda yemek yapma eylemine kişisel yaratıcılık ve yorum katabilmenin önemi ortaya çıkmaktadır. Tüm bu olgular “tariflerin, açık uçlu karakterini” (Borghini, 2015, s. 721) sergilemektedir. Etimolojik olarak daha önce değinildiği gibi *recipe* sözcüğünün Latince almak anlamına gelen *recipere/receipt* sözcüklerinin türevi olması, “paylaşılacak bir yemeğin şeklini bağlayacak gibi görünen talimatların sürekli bir değişim durumunda var olduğunu hatırlatmaktadır”. “Bu açıdan bilim tarihçisi Luce Giard tarifleri ödünç almanın çarpımları olarak düşünmektedir” (Floyd ve Forster, 2016, s. 6). Goody (2001, s. 194) ise tarifi, “temelde aynısının önceki değişkesi” olarak yorumlamaktadır.

Yemek tariflerinin bire bir uygulamasına dayanan çoğu örnekte başlangıç noktası veya ortaya çıkan ürüne ilişkin aşçının/kişinin çeşitli serzenişleri (ölçü, malzeme veya araç-gereç temini vb.) olmaktadır. Yemek tarifleri, yazılı-basılı bir metin olarak aşçının akıl yürütemediği ve yaratıcılık sergileyemediği durumlarda malzeme ile aşçının-icracının arasına da girmektedir.

Başka bir cepheden konuyu genişletmek gerekirse yemeğin tarifine ulaşım bu bilgiyi aktarmanın veya kişisel bir birikimle yemek tarifi vermenin bilgi ve uygulama açısından eksik kalabilen bazı noktalarının olması, geleneksel (mesleki) bilginin *sır* kapsamında olan boyutunun açığa çıkarılmamasından kaynaklandığını da düşündürmektedir. Geleneksel bilginin *sır* özelliğinin yansıdığı alanlarının başında yemek (mutfak kültürü) gelmektedir. Geleneksel bilginin özellikle mesleki birikime dönük farklılık (özgünlük)

yaratan bölümü, -kişi tarafından- dağıtılmamaktadır. Bu bağlamda yemek tarifleri genellikle söz konusu yemek hakkında belirli bir çerçevenin çizildiği bilgi bütünü olarak sunulmaktadır. Appelbaum'un (2003, s. 14) ifadesiyle "tarif, aşçı adına belirli bir yetkinliği varsayar". Bununla birlikte yemek tarifleri, -yemek için gerekli olan- "malzeme cephanesinin ve mutfak ekipmanlarının elinizin altında olduğunu" (s. 14) düşünür. Dolayısıyla coğrafi yapının, mevsimsel ve ekonomik şartların, sosyo-kültürel insani faktörlerin bir yemeğin bileşenleri açısından belirleyiciliği yazılı bağlamlardaki yemek tarifleri açısından çoğunlukla eşit koşullandırılır.

Geleneksel yemek bilgisinin sır niteliğine ilişkin konuya başka bir pencereden bakan Goody (2001, s. 203) yemek pişirme, görgü kuralları ve ev idaresi hakkında yazılmış kitapların geniş çapta yayılmasıyla belirli bir topluluk için sır niteliğindeki bilgilerin, diğerleri için açık hale geldiğini belirtmektedir. Bu doğrultuda küresel köyün inşasında ulusal ve uluslararası tekörnekçiliğin tesisinde sanayileşmenin ve elektronik kültür ortamlarının (radyo, televizyon vb.) genişletici ve pekiştirici etkisinin altını çizmektedir. Bu bakış açısı tarihi süreç içerisinde yazılı-basılı bağlamlardan başlayarak teknolojinin kültürün kaynağı ve yayılım aracı olabileceğinin kabulünü yansıttığının yanı sıra kültür üzerindeki tektipleştirici koşullandırma karakterinin genişleyen cephesini örneklendirmektedir. Çalışmanın sonraki bölümünde bu olgular çeşitli kavramlar etrafında çözümlenecektir.

Yemek tariflerindeki yazılı bilginin pratik karşılığının istenilen sonuca götürülebileceğine ilişkin yukarıda yaptığımız çözümlemelere ek olarak tarifin uygulanmasının ortaya çıkardığı diğer boyut ise "mutfak alanının indirgenemezliği" (Borghini, 2015, s.731) tartışmasında düğümlenmektedir. Başka bir ifadeyle mutfak, bir sanat biçimi olarak değerlendirildiğinde performansın doğası ve çerçevesi de buna bağlı olarak şekillenmektedir. Bu doğrultuda yemek tarifleri ekseninde mutfağın sanatsal karakterinin nasıl olduğuna ilişkin bir inceleme yapan A. Borghini (2015) çözümlmelerini Amerikalı filozof Nelson Goodman'ın "*Languages of Art*" (1976) kitabında ele aldığı otografik ve allografik kavramları üzerine yerleştirmektedir. Goodman'ın belirttiği üzere sanat eserlerinin üretilmesinde notasyonu olmayan ve kopyalanamayanlar *otografik (autographic)*; notasyonu olan ve kopyalanabilenler *allografik (allographic)*; dolayısıyla resim gibi sanatçının içgüdüsel ve anlık duygularıyla

yapıldığı için formüleştirelemeyen, orijinali bulunan, kopyalanamayan, kopyalansa bile sahtesi anlaşılan sanatlar *otografik*; müzik gibi çeşitli ses hareketlerinin notalarla belirlendiği, aynısının tekrar ve farklı kişilerce icra edilebildiği, doğası gereği kopyası çıkarılabilen sanatlar ise *allografik* olarak değerlendirilmiştir. Sanat eserlerini sınıflandırmayı büyük ölçüde yapısal bir zemin üzerine kurarak onun nasıl inşa edildiğine yönelen Goodman'ın çözümlemesinin zayıf noktası ise doğaçlamayı göz ardı etmesi olmuştur. *Allografik* tanımına giren sanat eserlerin performans boyutu, çözümlemelerinde örtülü kalmıştır. Bu açıdan notasyona dönüştürülebilirlik –diğer bir deyişle belgelenebilirlik- esas çerçeve kabul edilmiştir. (Eren, 2020, s. 26).

Bu bağlamda “pişirmenin allografik mi yoksa otografik mi olduğu” sorusu soran Borghini (2015, s. 730) gelişen teknolojiye paralel olarak yemek tariflerinin içeriğinin detaylandırılmasını (örneğin ölçü birimleri için çeviri şemalarının eklenmesi vb.) ve mutfaktaki çok çeşitli araç-gereç ile malzemelere erişebilirliğinin daha fazla sağlanmasını gerekçe göstererek yemek tariflerinin standart bir form haline geldiğini; bu açıdan da bazı tariflerin allografik olduğunu ileri sürmektedir. Buna karşılık yemeğin bileşenlerin bağlamsal şartlara göre oluştuğunu da vurgulayan Borghini (2015, s. 731) tariflerin özerk varlıklar olmak yerine yemeklerin temsili olduğunu ve bir yemekle boy ölçüşecek tarifler vermenin imkansızlığı üzerine “en iyi ihtimalle, mutfak allografik ve otografik sanat biçimleri arasında bir ara konum işgal ediyor gibi görünmektedir” şeklinde fikrini belirtmektedir.

Bu tartışmalar etrafında şu sorular akıllara gelmektedir: Yemek tarifleri ekseninde yemek yapma nasıl bir performans biçimidir? Yemek tarifinin uygulanması reproduksiyon mudur? Taklit midir? Yeni bir yaratım mıdır?

Bu çalışmanın önceki bölümlerinde bahsedildiği gibi yemek ve performans kavramını birlikte değerlendiren Barbara Kirshenblatt Gimblett (2015) yemeğin performansını “*yapmak, davranmak, göstermek*” [*to do, to behave, to show*] şeklinde başlıca üç cepheye ayırmıştır. Eylem biçiminin kendisinden ve hangi amaç veya işlevlerle gerçekleştirildiğinden başlayarak sosyal ve kültürel olarak yapılandırılan her türlü davranış biçimlerini bu sürece dahil etmiştir. Bu doğrultuda (1) “tedarik etme-üretme, depolama-dağıtım-değişim, işleme ve hazırlık, yapım-uygulama, sunum, tüketim-temizlik/yok etme”; (2) gıdayla ilgili sergilenen toplumsal davranış biçimleri ve

performansın kendi kurallarının yansıtılması; (3) teatral olarak estetik karakterli bir olgunun iletişimi” yemeğin performans boyutunun çok katmanlı yapısını sergileyen başlıca bileşenler olarak görülmüştür.

Herhangi bir yemek tarifinin uygulamaya konulması, -büyük çoğunlukla ve doğrudan-birinci cepheyi (yapmak) kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle yazı ekseninde girilen hazırlık sürecinden başlayarak ürünün ortaya çıkarılışına kadar olan kısmı içermektedir. Bilgi ve talimatların eksiksiz yerine getirilmeye çalışıldığı bu icra biçiminde geleneğin bilgisinin yazılı aktarımı olan ya da kişisel bir birikimle yazılan bir yemek tarifinin “*eksiltili doğası*” (Borghini, 2015) uygulamanın sonucunu etkilemektedir. Yemek hazırlamak için bir dizi bilgi, talimat ve tavsiye olan yemek tarifleri –bu çalışmada da belirtildiği gibi- kullanım amacı, işlevi, hedef kitle, yaratıcılık ve bir dizi bağlamsal şartlara bağlı olarak çerçevelenmektedir. Örneğin belirli bir kültür içerisinde bir şekilde tadılarak deneyimlenmiş fakat yapılmamış bir yemek, tarif aracılığıyla yapıldığında; ya da bilinmeyen bir yemek, tarife göre gerçekleştirilmeye çalışıldığında –kişisel performans da göz önünde bulundurulursa- sonuçlar farklı olabilmektedir. Dolayısıyla yemek tariflerinin pratik karşılığı –bire bir uygulansa bile- çoğunlukla yeniden yaratım şeklinde kendisini göstermektedir. Bu doğrultuda yazıda (tarifte) belirtilen (ya da belirtildiği iddia edilen) ürüne benzer hatta eksik ve kusurlu bir yiyecek ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle bir tarifin uygulanması reproduksiyon, yani aslı bozulmadan tekrar, çoklu ve teknik üretim niteliğinin, sınırlarının dışarısına taşmaktadır. Bu noktada Fransızca kökenli reproduksiyon sözcüğünün yeniden yapıma anlamının, aslı olan (tek bir nüsha) ürüne ve bu ürünün çoğaltılması eylemine gönderme yaptığının altı çizilmelidir. Bu bağlamda yazı ve matbaa aracılığıyla herhangi bir yemek, ayrıntılandırılmış içeriklerle tarif edilse de sonuçların değişkenliği söz konusu olabilmektedir.

Yemek tarifleri ile ilgili olarak çözümlenmesi gereken başka bir nokta ise –eski tarifleri uygulama bağlamında- zamanı deneyimleme ve geri dönüştürülebilirlik olgusudur. İnsanlık tarihinde yemek tariflerinin çivi yazısıyla tabletlere kazınmasından başlayarak yazılı ve basılı her türlü materyal içinde aktarıla geldiği bilinmektedir. Yazının bir kaydetme aracı olduğu düşünüldüğünde antik zamanlara veya daha yakın bir döneme ait yazılı bir tarif, tekrar üretilip canlandırılabilir mi sorusu akıllara gelmektedir. Başka bir ifadeyle sorular şöyle genişletilebilir: Örneğin çivi yazılı bir tablete kazınan yemek

tarifinin uygulamaya dökülmesi, zamanı deneyimleyebilir mi? Bu doğrultuda yemek tarifleri, geri dönüştürülebilir bir form mudur?

Arkeolojik bir araştırma sonucunda edinilen ve yaklaşık 4000 yıllık olduğu belirtilen Babillere ait dört tablette yemek tariflerinin yer aldığı tespit edilmiştir. Yale Üniversitesi'nde saklanan bu tabletlerdeki yemek tariflerinin birkaçı, 2018 yılında New York Üniversitesi'nde gerçekleştirilen bir etkinlikte Harvard Üniversitesi'nden Gojko Barjamović ve ekibi tarafından yapılarak deneyime açılmıştır. Zengin bir içeriğe sahip olan, çoğunlukla yahni ve et yemekleri tariflerinin yer aldığı bu tabletlerin, dönemin saray ve tapınak mutfağına ait kayıtları içerdiği düşünülmektedir. Bununla beraber bazı kırık parçaları olan tabletlerdeki yemek tariflerinde yemeğin malzemelerinin hangi sırayla eklenmesi gerektiğinin belirtilmesine karşılık ölçüleri ve pişirme sürelerine ilişkin bilgilerin örtülü kaldığı ifade edilmektedir. (URL13, URL14). Tabletlerdeki bazı fiziki eksiklikler, tercüme zorlukları ve tariflerin içerik olarak da (süre, ölçü vb.) birtakım kısıtlılıkları, uygulamanın yoruma açık bırakılmasında başlıca etkenler olmuştur.

Yukarıda yer verilen örnekte asıl çözümleneceğimiz hususlar şunlardır: Birincisi, yemeği –içeriği ve yöntemiyle beraber- kaydetmenin yazılı karşılığı olarak yemek tarifleri yemeğin, bir formül olarak düşünülmesinin ve saklanılmasının hassasiyetini göstermektedir. Başka bir ifadeyle yemek sözcüğü –eylem biçimi ve yenilen şey/ürün anlamı dışına- aslında geleneksel bilgi ve beceri doğrultusunda eldeki malzemenin dönüştürülmüş biçimini çerçevelemektedir. Bu açıdan repertuar (malzeme listesi) ve icranın nasıl gerçekleştirileceği (takip edilecek yöntem) önem taşımaktadır. Bir kayıt teknolojisi olan yazı ise buna olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda insanlığın eski dönemlerinden itibaren yemeğin yazılı materyal aracılığıyla da kaydedilmesi ve aktarımının sağlanması gerektiği düşünülmektedir.

Daha önceden de değinildiği gibi “recipe” sözcüğünün reçete karşılığındaki tıbbi anlamının mutfak alanındaki kullanımıyla desteklenmesi ve genişlemesinin sonucu olarak yemek tarifleri anlamını kazanması, J. Goody (2001, s. 195) tarafından tarifin “aşçılık, tıp ve büyüsel amaçlar için bileşenleri karıştırmaya yarayan yazılı bir formül” olduğunun gerçek boyutlarını açığa çıkarmaktadır. Daha açık bir ifadeyle yemek tarifleri, hastalık sağaltmaya yarayan bir ilacı ortaya çıkaran bilgi, talimat, bileşen ve deneyim bütünlüğünün formüsel başka bir çıktısı olarak anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla ilaca



dair bileşenlerin oluşturulmasında izlenen yolun bir benzerinin yemek için de geçerli olabileceğinin düşünüldüğü söylenebilir. Hangisi önce gerçekleştirilmiştir tartışmasının ötesinde benzerlik özelliğinin altı çizilmelidir. İnsanlık tarihindeki geleneksel ilaçların çeşitli otlarla kaynatılarak hazırlanması ile herhangi bir yemeğin yapılışı arasında sıkı bir bağın olduğu düşünülebilir. Buna paralel olarak bazı yemeklerin hastalık sağaltmak için pişirilmesi de söz konusudur. Başka bir deyişle yemeğin kendisinin –fizyolojik boyutuyla- bir ilaç olduğu/olabileceği göz önünde bulundurulduğunda belirtilen ilişkinin yakınlığı tekrar ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda yazılı niteliğiyle yemek tarifleri eksik kalan ve kısmen gizlenen özellikleri olmasına karşılık yemeğin hazırlanışının bir formülü olarak kaydedilme ve aktarılma işlevine sahiptir.

Babil tabletleri örneğine ilişkin çözümlenecek diğer bir husus ise bu uygulamanın *yeniden* bir performans olup olmadığı olgusudur. Yemek tariflerindeki yazılı bilginin pratik olarak istenilen sonuca götüremeyebileceğine ilişkin yukarıda yaptığımız çözümlemelere ek olarak eski çağlara ait bir tarifin canlandırılmaya çalışılması örnek gösterilebilir. Yemek tariflerinin “*eksilteli doğasının*” (Borghini, 2015) ötesinde bu tabletlerdeki fiziki eksikliklerin ve kısmi içeceğin icracıyı *yeniden* bir performans seçeneğine zorunlu tuttuğu söylenebilir. Bu noktadaki eksiklikler, tarihsel döneme ilişkin bilimsel verilerin yanı sıra kişisel bilgi, beceri ve yorumlama ile kapatılmaya çalışılmaktadır.

Bu bağlamda yemek tarifindeki içeriğin yeniden performansı, tariflerin geri dönüştürülebilir bir form olarak kullanılmaya çalışıldığını göstermektedir. Ortaya çıkan yemeğe ilişkin tadım aşamasının alışık olmadık lezzetler barındırabilme durumu ise zamanın bir çeşit deneyimlenmesi olarak da yorumlanabilir. Bu somut olarak fizyolojik bir deneyimleme; soyut olarak ise zihinsel şerit değiştirerek eski çağlardaki insanlarla ve onların yemek kültürleri doğrultusunda empati kurmadır.

İnsanlığın kültür tarihi içerisinde yemek tariflerinin cazibesinin boyutu, yayıncılık sektörünün önemli bir parçası olmasıyla kendisini göstermiştir. Matbaanın icadıyla beraber yemek tariflerin basılmaya başlanmasındaki artış, on dokuzuncu yüzyılın ortalarından itibaren kitlesel okuryazarlık ve yemek kitaplarının seri üretimiyle birlikte gelişimini sürdürerek yemek tariflerinin her türlü yazılı-basılı materyal içerisinde (takvim, broşür, gazete ve ekleri, dergi, kitap vb.) yaygın bir pazarlama aracı olarak yer

almasını sağlayan bir sürece evrilmiştir. (Symons, 2003a, s. 171). Başka bir ifadeyle yayıncılık sektörü tarafından yemeğin kültürel ekonomik boyutu keşfedilmiştir.

Diğer taraftan günümüzde yemek kitaplarıyla ilgili genel bir tarama yapıldığında çoğunlukla yemek tarifleri merkezli ve bu alandaki yayıncılığın daha çok popüler boyutunu açığa çıkaran çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda tarihi ve coğrafi mutfaklar, ulusal ve yöresel mutfaklar, beslenme biçim veya tercihleri, sağlıklı yaşam, püf noktalar-mutfak sırları gibi başlık veya içeriklerde yemek kitaplarının kümelendiği belirtilebilir.

Yemek kitapları açısından altı çizilmesi gereken noktalardan biri ise gelenekten gelen bilgilerin yazılı aktarımının dışında “kendi tariflerini icat eden ve başkalarının tariflerine göre varyantlar üreten” (Floyd ve Forster, 2016, s. 3) aşçıların/şeflerin çalışmalarıdır. Başka bir ifadeyle tarihsel gelişim içerisinde yemek tariflerini yazılı bağlama aktarma, yemek tarifleri yazma işine dönüşmüştür. “Yemek tarifleri kitapları, diğer yazı türlerinin bir parçasını oluşturmuştur veya onları çevrelemiştir.” J. Goody’nin (2001) de belirttiği gibi “kendi deneyimimizin popüler yemek kitabı, pazarın ve dükkânın malzemeleri erişilebilir hale getirdiği kentleşme sahnesinden doğan bir form” olmuştur. (Floyd ve Forster, 2016, s. 6). Yemek tarifi yazıp yayınlamanın kişisel arena sağlama işlevlerine karşılık medenileşme sürecinin bir parçası olma, normlar oluşturma ve toplumsal cinsiyet alanı belirleme gibi sosyal işlevlerinin de olduğu belirtilmektedir.

Amerikalı şef ve yazar Michael Symons’a (2003a, s. 169) göre “etkili bir tarif yazmanın unsurları, tarifin kullanım amacına ve hedef kitlesine göre değişiklik göstermektedir”. Herhangi bir aşçının kişisel hatırlatması ile bir seyyahın egzotik bir yemeğin lezzetini aktarması birbirinden uzak karakterler içerebilir. Buna karşılık yemek tariflerinin doğruluk, eksiksizlik ve belirsizlik gibi temel özellikleri nispeten sabit kalmaktadır.

Yemek tariflerinin başarılı sonuçlara ulaşması adına tarif yazma eyleminde bir dizi hususların göz önünde bulundurulması gerektiği yönünde uyarılar verilmektedir. Amerika’da *National Cattlemen’s Beef Association* tarafından hazırlanan bir yemek tarifleri yazma kılavuzunda “kolaylıkla temin edilebilecek malzeme listesinin verilmesi, malzeme listesinin eksiksiz belirtilmesi, malzemenin gruplandırılması, hazırlama ve pişirme sürelerinin doğru aktarılması, ölçülerin kısaltılmış ifadelerden kaçınılması her malzeme için detaylandırılması ve somutlaştırılması, gerekli olan mutfak araçlarının neler

olduğunun belirtilmesi ve ortaya çıkan yemeğin fotoğraflanması” (Symons, 2003a, s. 169) gibi maddeler, yemek tariflerine dayalı yapılan yemeklerin istenilen sonuçları yansıtabilmesi adına bir rehber olarak sunulmaktadır.

Bu bağlamda Symons (2003a, s. 167) “modern tarifin genellikle şu formatı takip ettiğini belirtmektedir:

(1) neyin başarılacağına dair bir başlık veya kısa bir duyuru; (2) gerekli gıda bileşenlerinin ve bazen özel ekipmanların bir listesi; (3) bitmiş yemeğin veya bileşenin elde edilmesi için adımları açıklayan yöntem ve (4) servis talimatları. Bu bağlamda etkili bir tarif, hedef kitlesi için maksimum doğruluk, minimum belirsizlik ve uygun düzeyde ayrıntı gerektirir... Buna karşılık herhangi bir tarif güçlü bir yardımcı olsa da asla gerçek deneyimin yerini alamaz.

“Yemek tarifinin açık uçlu karakterinin” (Borghini, 2015, s. 721) başka bir yansıması olarak yapısal anlamda taşıdığı diğer boyut ise bir anlatı biçimi olarak görülmesidir. Latince yapılan iş/etkinlik ve bunun uzantısı olarak da öykü anlamına gelen *gesta* sözcüğünden İngilizce gestation (gebelik), gesture (jest) ve konumuzla ilgili asıl önemli olarak ingestion (yemek yemek, yutmak) sözcüğü türetilmiştir. Yemek yeme eylemi ve öykü anlatımı arasındaki benzerliklerin bir cephesi ise “iyi bir masalcının önce deneyimleri yemesi, sonra da bunları sindirerek topluluğa geri sunması” bağlamında kurulmuştur. (Sanders, 2017, s. 22-23).

Yemek (tarifi) kitaplarını dil kullanımını düzeyinde inceleyen Cotter’e (1997, s. 58) göre “tarif, kendine özgü dilsel özelliklerinin ötesinde bir anlatı paylaşılabilen ve bir topluluğun üyeleri tarafından oluşturulmuş bir hikayedir”. Bir tarifin dilinin ve yapısının incelenmesiyle bir topluluğun üyeleri tarafından oluşturulmuş kültürel bir anlatı olarak görülebileceğini fikrini ileri süren Cotter (1997, s. 53, 62) şunları belirtmektedir:

Geleneksel anlatıda olduğu gibi anlatılan olayın öğelerinin uygun sırada sunulduğu ve bir bütün olarak metnin altında yatan ilişkileri keşfetmede zamansal bitişikliğin anahtar olduğu varsayılır. Başka bir deyişle, bir yemek hazırlamak aslında bir olayın meydana geldiği çerçeve olan olay uzamında hareket etmektir.

Floyd ve Forster (2016, s. 6) ise tarifin kendisinin, “metinlerarasılığı içinde okuyucuyu meşgul edebilen; tarifin verildiği kültür ve tarih hakkında konuşma başlatabilen; tarifin ve içeriğinin metnin bir bölümünü sağladığı ve okuyucunun geri kalanını hayal ettiği (hatta yediği) bir anlatı” olduğu belirtmektedir.

Yemeğin büyüdü dünyasına katılımın listesini ve yöntemini açıklayan tariflerin dili, yemek tariflerinin bir anlatı formu olarak değerlendirilmesine kapı aralamıştır. Bu doğrultuda yazılı yemek tariflerinde dilin kullanılma şeklinin, sözlü kültür ortamının konuşma eksenli iletişim biçiminin temel bazı niteliklerini yansıttığı veya aktardığı düşünülmüştür. Burada iki noktayı ayırt etmek gerekmektedir. Birincisi gelenekten gelen sözlü bilgilerin yemek tarifi olarak yazılı aktarımı; ikincisi ise uzmanlaşmanın çıktıları olarak yazılı bağlama özgü yemek tarifi üretmedir. Daha önceden de belirtildiği gibi sözel ölçü belirtme geleneğinin yazılı bağlamlarda devam ettirilmesi daha çok birinci noktaya uymaktadır. Bu husus “tarif formlarının basılı ve/veya kitle iletişim araçlarından türetilen dilsel yapılardan ziyade sözlü bir geleneği yansıtan dilsel yönleri gösterip göstermediğini belirlemenin” (Cotter, 1997, s. 55) kültürel çözümler açısından önemine işaret etmektedir. Diğer taraftan ikinci nokta ise yemek tariflerine özgü bir dil de oluşturularak tariflerin edebi bir karaktere büründürülmesi meselesidir.

Ayrıca yemek tarifleri, *mutfak otoetnografisi (culinary autoethnography)* ve *mutfak otobiyografisi (culinary autobiography)*; ayrıca toplumsal cinsiyet açısından *kadınların mutfak otobiyografisi (women's culinary autobiography)* (McLean, 2013) kapsamında değerli kabul edilmelidir.

Yazılı-basılı bağlamlar başta olmak üzere elektronik kültür ortamlarına özgü oluşan/oluşturulan dilsel özelliklerin yemek tariflerine ve dolayısıyla kültürüne nasıl yansıdığı belirlenmesi de ayrı bir önem taşımaktadır. Çalışmanın sonraki bölümünde inceleneceği gibi ikincil sözlü kültür ortamı olarak nitelendirilen radyo ve televizyon gibi iletişim araçları ile yemek kültürü ilişkisi bu hususlar bakımından da çözümlenmesi gereken bir konudur.

Yazılı bağlamlar temelinde yemek kültürünün bir başka karakteristik özelliği ise yemek listeleri ve menülerdir. Liste sözcüğü, Fransızca kökenli olan ve yemek listeleri anlamına gelen *menü (menu)* sözcüğünü de içine alacak bir anlamsal yapıya sahiptir. Goody'nin, (2001, s. 193) işaret ettiği üzere yemek ile ilgili temel olarak üç listeden söz edilebilir: “birincisi, mutfak için yiyeceğin üretimi, yani alışveriş listesi; ikincisi yiyeceğin hazırlanması, yani tarif listesi; üçüncüsü ise yiyeceğin tüketimi, yani menüyle bağlantılı” olan listedir. Birbiriyle ilgili olarak veya çeşitli sınıflandırmalara tabi tutularak alt alta sıralanan içeriklerin bütünü olan listeler, yemek kültürünün yazılı bağlamlarının temel bir

unsurudur. Yemek listeleri, yemeğin bileşenlerinin sözlü bellek ve iletişimin yerine yazılı veriye göre gerçekleştirilmesi amacı ve hassasiyetine dayanmaktadır. Bu doğrultuda yemek listeleri alışveriş bağlamında *hatırlama-hatırlatma* işlevi; yemek tarifi bağlamında *malzeme temini ve hazırlık* işlevi; menü bağlamında ise *bilgi sahibi olma ve içerik sunumu* işlevine sahiptir. Başka bir ifadeyle bu üç unsur, işlev bakımından çoğu zaman birbiriyle ilintilidir. Örneğin alışveriş, kilerdeki herhangi bir eksikliği gidermek için gerçekleştirilebileceği gibi okunan bir yemek tarifindeki malzemeleri temin için de yapılabilir. Restoranda neler yenilebileceğinin garson tarafından sözlü olarak sıralanmasının müşteri açısından akılda kalıcılığının ve seçim yapabilmemenin zor olması karşısında yazılı bir kayıt olarak menünün *hatırlama-hatırlatma* işlevi de bu bağlamda gerçekleşebilmektedir.

Yemek listeleri kültür, ekonomi, sağlık gibi alanlarda çeşitli işlevlerle kullanılmaktadır. Örneğin hastaneler ya da üniversitelerin yemekhanelerinde haftalık yemek listeleri; diyetisyenler tarafından verilen diyet listeleri ne zaman, ne kadar, ne yenileceğinin bir tablosudur. Listeler, gönüllü bir seçim veya sağlık açısından takip edilecek zorunlu bir yol olmasının yanı sıra yemekleri hazırlayanlar açısından da kolaylaştırıcı işlevlere sahiptir. Periyodik bir çizelge hazırlanarak geleneksel bağlamda bugün ne pişirsem kaygısının önüne geçilebilir. Bu açıdan belirli bir yemek listesi, mevcut malzemeye göre değil, çizilen programa göre içerik oluşturulmasını çerçevelemektedir. Diğer taraftan yemek listeleri ile menüler, neler yenilebileceğinin göstergeleri olmalarının yanı sıra aralarında bazı farklar bulunmaktadır. Bunlar kitle yapısı, içeriğin değişkenliği, ekonomik amaç ve hedef gibi temel hususlardır. Goody'e (2001, s. 191) göre "bir lokantadaki yazılı menü, sabit bir üyeliğe çift zamanlı olarak (günden güne) sunulan çeşitlilikleri tanımlamak yerine değişken müşteriye eş zamanlı olarak (bir gün) sunulan seçenekleri ifade eder. Menüler, mekânın geniş çeşitlilikteki ürünlerini sunmasını ve müşterinin de bunlar arasında seçim yapmasını kolaylaştırır". Yemek listelerinin kitlesi, genellikle kurum personelidir. Kâr amacının geri planda olduğu yemekler, önceden hazırlanan periyodik çizelgeye göre yayınlanır. Listelerin içeriği belirli bir döngüde yenilenir.

Hedef kitlenin ekonomik kazanç sağlanan müşteriler olduğu menülerde ise -belirli günlere özgü yemekler çıkarılmazsa- içerik genellikle sabittir. Menüler, ne yenilebileceğinin ötesinde kaç para verileceğinin endişesini yatıştırır. Bu bağlamda bir

gösterge olan menülerin temel karakteristiği fiyat belirtmesidir. Başka bir ifadeyle fiyat, ne yenilebileceği üzerindeki kararı veya kararsızlığı somutlaştırır.

Menülerin, temel özelliklerinden olan fiyat belirtme işlevinin esnediği veya istisna olarak kaldırıldığı sektörler de bulunmaktadır. Bir avcılık türü olan balıkçılığın, lokanta/restoran cephesi bu duruma canlı ve çarpıcı bir örnektir. Pek çok balık lokantasında menü, fiyat belirtme özelliğiyle yer alamamaktadır. Avlanma esasına bağlı olarak elde edilebilen ürünlerin niteliksel ve niceliksel değişkenliği, sabit bir fiyat belirleme yönteminin önüne geçmektedir. Bu bağlamda balık lokantalarının menülerinde hangi balıkların yenilebileceği yer almasına karşılık bazı balıkların fiyat kısmı genellikle boş bırakılır ve günlük belirlenir.<sup>120</sup> Bununla birlikte menüde yer almasına rağmen -avlanılmadığı için- tezgâha düşmeyen balıklara da rastlanabilmektedir.

Yazılı ve görsel bir yemek listesi olan menüler, aslında yemeğin geleneksel bağlamında sözlü iletişimin bazı işlevlerini kapan veya yerine getiren bir unsurdur. Yemeğe ilişkin bilgi edinme (ne yenilebileceği, fiyat vb.) yazı üzerinden gerçekleştirilir ama iletişim (sipariş verme) yine sözlü olarak kurulur. Diğer taraftan sözlü kültür ortamının alışkanlığının ve devamının bir göstergesi olarak yazının (menünün) geri plana atıldığı bir durum da söz konusu olabilmektedir. Geleneksel bağlamda garsonla müşteri arasında “*ne vereyim abime, bana bırakın, neyiniz meşhur, ne yiyebilirim*” gibi konuşmalar bu durumun önemli örnekleridir. Bu tür diyaloglarda yemeğe ilişkin kararsızlıklara karşı sözlü onaya başvurulur. Referans sözdür ve satıcının güvenilirliği de bunun tescilidir. Satıcı ile müşteri arasında geçen bu iletişim biçimi, *kişiye özellik* ekseninde gerçekleştirilir. Başka bir deyişle müşteriye -müdavim olsun olmasın- özel olma hissi yaşatır.

Son olarak yazılı-basılı teknolojinin gelişmesine paralel olarak menülerde yemeklerin fotoğraflı sunumu da yapılmaktadır. Günümüzde pek çok restoranda veya lokantada kullanılan bu yöntem, yiyeceklerin görsel olarak somutlaştırılması ve iştah kabartma gibi işlevlere sahiptir. Değişen sosyo-kültürel süreçlerle beraber yemek listelerinde veya menülerde yemeklere ilişkin kalorilerin belirtildiği ve beslenme tercihlerine özgü içeriklerin eklendiği görülmektedir.

<sup>120</sup> Buna karşılık kültür balıkçılığının yaygınlaşmasıyla birlikte fiyatlar konusunda görece bir standardizasyon genellikle söz konusudur.

Yazılı-basılı teknolojiye ait sabit içeriğin sözlü/işitsel ve sözlü/işitsel görsel olarak hareketlendirilebilmesinin bir karşılığı olan elektronik kültür ortamları ise -aşağıda çözümleneceği gibi- yemek kültürünün en yoğun işlendiği başka bir yapı sunmaktadır.

### 2.3. Elektronik Bağlamda Yemek Kültürü

Walter Ong (2013, s. 161) tarafından “sözün teknolojileşmesinin” bir başka ayağı olan ve “katılımcı gizemi, topluluk duygusunu geliştirmesi, yaşanan anı odaklayışı hatta sözlü kültür kalıplarını kullanışıyla ikincil sözlü kültür çağı” olarak nitelendirilen elektronik kültür çağı, grup bilinciyle bir araya getirdiği toplulukların alabildiğine genişleyen sınırlarının olması nedeniyle de McLuhan’ın (2001, s. 48) ifadesiyle “küresel bir köy” olarak görülmüştür. Matbaanın getirdiği bireyselliğe ve insanlar arasındaki iletişimin zayıfladığı fikrine karşılık elektronik araçların zaman ve mekân kavramını bulanıklaştırdığı, farklı bölgelerde yaşayan ve çeşitli kültürlerle sahip insan topluluklarını etkileşime geçirerek benzer duyguların yaşanabileceğini ortaya çıkardığı görülmüştür.

Elektronik çağın başlaması “sözlü ve yazılı kültür arasındaki ayrımın farkına varılmasına” (Ong, 2013, s. 15) kapı aralamıştır. Başka bir ifadeyle insanlar arasındaki iletişim biçimlerinin kendi bileşenleri ve değişkenleriyle nasıl gerçekleştirildiği ve sürdürüldüğü karşılaştırmalı bir şekilde pek çok açıdan çözümlenmeye başlanmıştır.<sup>121</sup> Bu doğrultuda sözlü kültürden yazıya ve sonra da elektronik bilgi işlemine ve iletişime geçişle birlikte insanların duyu organlarına da bağlı olmak üzere düşünme biçimlerin değiştiği pek çok araştırmacı tarafından ileri sürülmüştür. (McLuhan, 2001; Ong, 2013; Goody, 2013b). Sözden yazıya geçişte “insani pratiğin yazılı söylemde temelini atılması için ödenen bedelin, sesler ve görüntüler dünyasına ait sanatların sahne arkasına gönderilmesiyle gerçekleştiği” (Castells, 2008, s. 440) belirtilmiştir.

Teknolojik icatlar doğrultusunda duyu organları arasındaki kartların yeniden dağıtılma diyalektiğinin bir başka göstergesi ise elektronik kültür araçları olmuştur. İnsanların konuşma olgusunun sözlü-işitsel özelliğinin yazı ve matbaa aracılığıyla yeni bir dünyaya yerleştirmesine karşılık elektronik kültür çağıyla birlikte “görsel-işitsel kültür, önce film ve radyo, arkasından televizyonla yazılı iletişimin birçok kişinin kalbindeki ve ruhundaki etkisini aşarak tarihsel bir intikam almıştır<sup>122</sup>” (Castells, 2008, s. 440). Başka bir ifadeyle yazı ve “matbaanın kapanıklık duygusu” (Ong, 2013, s. 159) yaratan iklimi ve denklemi, bu örtülü birimden çıkararak tekrar hareketli bir alana sahip olmuştur. Bu bağlamda

<sup>121</sup> W. Ong’un elektronik kültür çağı için “ikincil sözlü kültür çağı” nitelendirmesi yapması bu bağlamda okunabilir.

<sup>122</sup> Castells’e göre (2008, s. 440) “kitleli medyaya ilişkin toplumsal eleştirilere hâkim olan entelektüellerin televizyonun etkisi karşısındaki hayal kırıklığının gerisinde soylu, alfabetik iletişimle düşünömsel olmayan, duyuusal iletişim arasındaki bu gerilim vardır”.



elektronik kültür çağı, -bütüncül olarak- M. Castells (2008, s. 40) tarafından “tarihte ilk kez insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hipertext ve meta-dil oluşmuştur” şeklinde yorumlanmıştır.

Diğer taraftan Marshall McLuhan’ın “araç (medium) mesajdır<sup>123</sup>” aforizmasının ileri taşınmış bir türü olarak Neil Postman’ın (1994) “araç metaforudur ve kültürün içeriğini de metaforlar yaratır” şeklindeki fikirlerinin de belirttiği üzere iletişim araçlarının kültüre hükmedebileceği (hatta hükmettiği) fikri pek çok kez tartışılmaya açılmıştır. Bu tür görüşlerin teknolojik determinizmle dengelenmesinin hatta eleştirilmesinin ayrıntılı aktarımı ise bu çalışmanın önceki bölümlerinde işlenmiştir.

Neil Postman’a (1994, s. 76) göre “günümüzün epistemolojisi büyük oranda televizyonla belirlenen ve şekillenen bir yapıdadır. Bu yüzden televizyonla basılı söz bir arada yaşayamaz”. Televizyonun neden etkili ve baskın bir iletişim aracı olduğunun sorusu çeşitli uzmanlar tarafından yanıtlanmıştır. Castells, “tembel bir izleyicinin temel içgüdüünün sonucu” şeklinde yorumladığı bu olguyu “asgari düzeyde çaba sendromuyla”; W. Russell Neuman ise “öğrenme bağlamında insanların daha az direniş gördükleri yolu cazip bulmaları” (Castells, 2008, s. 443) ekseninde ifade etmiştir. Postman’a (1994, s. 76) göre televizyon, insanlığın bilgisini ve bilgiye erişim biçimini de dönüştürerek üst-araç (meta-medium) statüsüne yükselmiştir. Bu doğrultuda tipografi çağının (yorumlama çağı) yerini gösteri (show business) çağı almıştır. On dokuzuncu yüzyıl sonu ve yirminci yüzyıl başında iletişim medyasında gerçekleşen bu dönüşümün bir “*ce-ee dünyası*” yarattığını ifade etmiştir.

Teknolojik determinizme karşıt görüşleriyle tanınan Castells (2008, s. 449) “televizyonun baştan çıkarıcılığı, gerçekliği duyumsal olarak taklidi ve en az psikolojik çabayla kolayca iletişim kurulabilirliğiyle temelden yeni bir iletişim aracı” olduğunu dile getirmesine karşılık kitle iletişim araçlarının bağımsız değişkenler olmadığını şöyle ifade etmiştir:

Medya izlemek/dinlemek hiçbir biçimde dışlayıcı bir faaliyet değildir. Genelde ev işlerinin yapılması, yemek sofraları, sosyal etkileşimle iç içe geçmiştir. Neredeyse hep geri plandadır, hayatlarımızın dokusudur. Medyayla yaşarız ve medya sayesinde yaşarız... Kitle iletişim sistemleri, McLuhan Galaksisi’dirler. Ancak izleyicinin pasif bir nesne değil, interaktif bir özne olduğu gerçeği, izleyicinin farklılaşmasına, ardından kitle iletişim araçlarının da teknoloji, şirketler ve kurumlar böyle hamlelere izin verir vermez, kitle iletişiminin de parçalanma, bireyselleşme, ısmarlama üretim yönünde dönüşmesinin de önünü açmıştır... İletişim araçlarının küresel çapta

<sup>123</sup> Biçimin içeriği belirlediği ve asıl etkinin biçim yoluyla yaratıldığı savıdır.

birbirleriyle bağlantılı hale geldiği, programlar ve mesajların küresel bir ağ içinde dolandığı şu günlerde küresel bir köyde değil, küresel çapta üretilip yerel olarak dağıtılan ısmarlama kulübelerde oturuyoruz (Castells, 2008, s. 447, 451, 457).

Diğer taraftan Postman'ın yaklaşımı doğrultusunda “ce-ee dünyası” içerisinde büyük bir varlık alanı bulan, ilgi toplayan, eğlendiren ve pazarlanan temel unsurlardan birisi ise yemek kültürü olmuştur. Bu bağlamda dijital kültür çağının öncülü olarak elektronik kültür çağı ve araçlarının yemek kültürü ile ilişkisinin çok boyutlu çözümlenmesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle yemek kültürü ile teknoloji arasındaki analoginin nasıl yansıdığı veya sunulduğu önemli bir olgu olarak durmaktadır.

Bu doğrultuda şu sorular sorulabilir: Yemek bir kültür biçimi olarak hangi teknolojik araçlarla ifade edilebilir ve edilmektedir? Yemek kültürünün yazılı bağlamlar ile elektronik bağlamlar açısından temsili hangi benzerliklere veya farklılıklara dayanmaktadır? Elektronik bağlamlar içerisinde yemek kültürünün boyutlandırılması nasıldır? Yemek kültürü ile elektronik bağlamlar arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunun dünyada ve Türkiye'deki gelişimi hakkında hangi bilgiler verilebilir.

Yazılı bağlamlar açısından yemek kültürünün kilit ve ayırt edici bir özelliği olarak yemek tarifi olgusu, kitle iletişim araçları ekseninde de kaldığı yerden devam etmiştir. Elektronik kültür araçlarının sosyal yaşamda yer bulmasıyla beraber *yemek tarifi yazmanın yerini, yemek tarifleri verme* almaya başlamıştır. W. Ong'un “ikincil sözlü kültür” yaklaşımının bir göstergesi olarak bu doğrultuda –geniş çapta- kullanılan ilk elektronik araç radyo olmuştur. Başka bir ifadeyle elektronik kültür çağının sesli/işitsel bir aracı olan radyo, görsel/işitsel bir araç (medium) olan televizyonun yaygınlaşmasına kadar sürecek egemenliği içerisinde yemek kültürüne ait içeriğinin büyük bir bölümünü tarif verme eksenine yerleştirmiştir. Bu olgunun temel nedeni ise radyonun sese/söze ve duymaya dayanan yapısal özelliği olarak görülebilir.

Yemek tarifi yazma olgusundan tarif vermeye kayışın/geçişin ikincil sözlü kültür savına denk düşen kimliğine karşılık yemeğin –bütünüyle- sözlü bir form olduğunun da düşünülmemesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle radyoda bir masal veya hikâyeye anlatılması örneğindeki yapısal durum, yemeğin sözlü olarak aktarımını tamamen karşılamamaktadır. Yemek olgusu tüm bileşenleriyle sadece söz/sözlü olma merkezine yerleştirilemeyecek bir derinliktedir. Diğer taraftan radyo, görme duyusuyla bütünleşen yemeğin aktarımında yazı, fotoğraf, video gibi unsurları dışarıda bırakması; anlatıcı ve

dinleyici arasındaki ilişkiyi uzaktan ve canlı olarak (anında) müdahale edilemez bir şekilde ses ile sınırlaması bakımından temel bir karaktere sahiptir.

Bununla birlikte radyo yayınları aracılığıyla yemek tarifleri verme –görsel olarak somutlaştırılmadığı için- hayali bir mutfak ve aşçı üzerinden gerçekleştirilmektedir. Malzemenin nasıl biçimleneceği, anlatıcı ve dinleyicinin imgelem dünyasının sınırları içerisinde ete kemiğe bürünmektedir. Elektronik kültür bağlamı olan radyo, bu açıdan yazılı bağlamlar ile ortak noktada buluşmaktadır. Yazı aracılığıyla yemek tarifi vermenin kâğıt üzerindeki kelime gruplarıyla çerçeveslendirilmiş halinin okuyucuların zihinsel evreninde farklı gezegenlerde dolaşabilmesine paralel olarak radyo zeminindeki sözlü tarif verme veya anlatma faaliyeti de işitsel belleğin dipsiz kuyusuna bırakılmaktadır. Basılı teknolojinin gelişmesiyle birlikte yemeğin fotoğraflanarak görsel ama donuk/sabit bir şekilde –kısmen- somutlaştırılmasına karşılık radyoda ağızdan çıkan sözler, (aslında bilgi) yazılı olarak kayda alınsa bile yemeğin görselliğinin evrenine yaklaşılamamaktadır. Buna karşılık televizyonda ise canlı ya da banttan yayın şekline göre tarifi verilen yemeğin bütün aşamaları olmasa da yapılarak (uygulamalı) gösterilmesi esastır. Televizyonun bu özelliği yazılı bağlamların yanı sıra elektronik bir işitsel bağlam olan radyonun eksikliklerini tümleyen karakterini sergilemektedir. Bununla beraber televizyonu, geleneksel bağlamlara yaklaştırmaktadır.

Bütüncül olarak yorumlamak gerekirse yemek, bir kültür biçimi olarak teknolojik araçlarla buluşmasının ilk ayağı olan yazılı bağlamlarda *bilgi aktarımı ve kaydetme*; yine basılı yayınlarda (kitap, dergi, gazete vb.) fotoğraf(lama) teknolojisiyle beraber *belgeleme ve (görsel) somutlaştırma*; radyo bağlamında *sözlü bilgi akışı sağlama*; sinemada *filmin teması olma* veya daha yaygın olarak konunun işlenişinde *betimleme, akıcılık sağlama, dikkat çekme vb.*; televizyon bağlamında ise *performans gösterme, eğlendirme, reklam, pazarlama, reyting vb.* nitelikleriyle yer bulmaktadır.

Bu noktada şöyle bir soru sorulabilir: yemek kültürü, ses kayıt teknolojileri içerisinde (fonograf, gramofon, plak, kaset vb.) varlık alanı bulmuş mudur?

Dünyada ilk olarak fonografla başlayıp daha sonra gramofonla devam eden halk kültürü derlemeleri çalışmalarında birinci unsur –bilindiği gibi- halk müziği olmuştur. Derleme çalışmalarının halk müziğinden arta kalan bölümünde veya daha sonra yürütülen faaliyetlerde diğer kültür unsurlarının kaydı yapılmıştır. Bu bağlamda ulusal veya yerel

düzyeyde yemek kültürünün kurumsal ve genel bir çerçevede ses kayıt teknolojileri aracılığıyla derlenmesinin yaygın bir faaliyet biçimi olduğu pek söylenemez. Bu noktada şöyle bir yaklaşım geliştirilebilir:

Ses kayıt teknolojileri, icat ediliş itibariyle sözü/sesi/ezgiyi zapt etme esası üzerine kurulmuştur. Bununla beraber kaydedilen içeriğin ise uygulamaya dönük bir işlev doğrultusunda oynatılması/çalınması gerekmiştir. Başka bir ifadeyle bu teknolojiler, temel olarak müziğe dönük geliştirilmiştir. Yazılı bağlamlarda yemek kültürünün bilgi aktarımı ve kaydedilmesinin yemek tarifleri ekseninde oluşması ve sürdürülmesine karşılık ses kayıt teknolojileri içerisinde (istisnalar ya da sınırlı örnekler bulunabilir) bu şekilde bir aktarım (genelleycilikten ve kesin bir ifadeden kaçınarak) görülmemektedir. Özetle fonografla başlayıp gramofonla devam eden serüven, müzik endüstrisine evrilmiş; bir kültür biçimi olan yemek ise radyo, sinema, televizyon son olarak da internette varlık alanı bulmuştur.

### **2.3.1. Dünya Sineması ve Yemek Kültürü**

Yemek ile sinema ilişkisi tarihsel ve işlevsel bir yaklaşımla şöyle çözümlenebilir: Tarihteki ilk film yapımcıları olarak bilinen Auguste ve Louis Jean Lumiere (Lumiere Kardeşler) tarafından 1895'te yapılan ilk filmlerden biri öğle yemeği yiyen bir bebeği tasvir etmiştir. (Bower, 2004, s. 4). Bu noktadan itibaren Bower ve Piontek'e (2013, s. 177) göre "sinema tarihi boyunca her tür filmde rol oynayan yemek, karakterlerin duygularını, kimliklerini, kültürel geçmişlerini, korkularını ve özlemlerini sıklıkla ortaya çıkarmıştır". "Yemeğin sessiz film çağından beri popüler ve çok yönlü bir film malzemesi olduğunu" belirten Weisberg ise (2003, s. 114) şunları ifade etmektedir:

Yemek, hazırlanması basit, izleyici tarafından kolayca anlaşılabilen, politik, cinsel, kişilerarası, tarihi ve hatta gizemli olarak bir hikâye çizgisini ve bir filmin temasını iletirmek için sayısız yol sağlayabilen mükemmel bir sinema malzemesidir. Sinemada yemek, kendisi başrol oynamasının yanı sıra ana karakterin olay örgüsünü iletmesini sağlayan destekleyici bir rolde de bulunabilir.

Yiyecekleri filme almaya yönelik erken girişimlerde –yani sessiz film döneminde- renk ve ses eksikliği mutfak sahnelerinin metaforik görüntü potansiyelini sınırlamıştır. Sessiz sinema döneminde yemek sahnelerinin siyah beyaz görüntülerle çerçeveslendirildiği filmlerde yemek, genellikle güldürü bileşkesi olarak kullanılmıştır. Filmlerdeki mutfak görüntülerindeki gerçek atılımı ise 1960 yıllarda gerçekleştirilmiş ve bunda televizyon ekranlarında yemek programları yapan Julia Child'ın da etkisi olmuştur. Sinema ve

yemek ilişkisinde başka bir dönüm noktası ise 1980’lerde yemeğin sinemada bir tür kategorisi içerisinde düşünölmeye ve değeriendirilmeye başlanmasıyla kendisini göstermiştir. Yemeğin film içerisinde olay örgüsü ve anlatımda kilit bir unsur haline gelmesi; karakterleri ve aralarındaki ilişkileri tanımlaması; duyguları ifade etmesi; filmde tasvir edilen dünyayı betimlemesi” gibi işlevleriyle farklı pencereler açılmıştır. Bu bağlamda “filmlerde metaforik ve sembolik bir potansiyel taşıdığını düşünölen mutfak konularının filmin çekildiğı kültürel ve sosyo-politik bağlama ilişkin bir bilgi taşıyıcısı olduğı” (Drzal-Sierocka, 2015, s. 52, 56, 60) yaygın bir kanı haline gelmiştir.

Yemeğin, sinemanın anlatım ve gösterim dili içerisinde seyirci, yapımcı ve yönetmen açısından önemli işlevleri bulunmaktadır. Bower ve Piontek (2013, s. 178) filmde yemek unsurunun *“ulusal, bölgesel, kentsel, kırsal ve sınıfsal yönleri ortaya koyan ortamı belirtebilme; bir filmin olay örgüsünü ilerletebilme ve karakterler hakkında çok şey ortaya çıkarabilme; izleyicilerin kimin yemek yaptığını, yemeğı kimin servis ettiğini, kimin ödediğini, kimin yediğini, kimin yemediğini gözlemleyerek toplumsal ve kültürel kodları çözümleyebilme; film yapımcılarının onu sayısız başka şekilde kullanmalarına olanak tanıma”* gibi temel işlevlerini sıralamaktadır. Başka bir ifadeyle yemeğin toplumsal yaşam içerisindeki sembolik gücü, seyirlik-teknolojik bir ortam içerisinde hareketli bir gösterge halinde senaryonun eksenine yerleştirilmektedir. Bununla beraber Keller (2006, s. 1) ise yemek öğesinin filmlerde *“mutfak, sınıf, ırk, cinsiyet, etnik köken, tarih, siyaset, coğrafya, estetik, maneviyat ve milliyet gibi soyut kültürel süreçlerin yanı sıra takıntı, kayıtsızlık, depresyon, mutluluk, öfke, meditasyon, nevroz, psikoz, akıl hastalığı, mistik coşku, cinsel istek ve aşk gibi daha öznel koşullar hakkında fikir verici”* olduğunu belirtmektedir.

Benzer bir yaklaşımla Ferry (2003, s. 7) ise “filmin anlatı çerçevesinde yemek sahnelerinin yakından incelenmesinin filmin toplumsal yaşamın düzenlemelerini yapılandıran güçlü, kodlanmış, kültürel anlamlarını ortaya çıkaracağını” ifade etmektedir. Ona göre “sinematik imaj (imge) ile kültürel dönem arasındaki benzerlikleri incelemek, yiyeceğin sembolik olarak toplumsal gücün veya direnişin yapısal bir birimini nasıl temsil ettiğini gösterir”. Bu bağlamda Anne L. Bower (2004, s. 3) tarafından “yemek, film yapımının semiyotik sürecinin bir parçası” olarak konumlandırılmaktadır. Chakravarti (2004, s. 18) de yemeğin karakterlerin tutumları ve bileşenleri için anlamlı bir gösterge

olmasının yanı sıra konuşulan sözcüklerin derininde yatan alt metinlerin mükemmel bir taşıyıcısı olarak kullanıldığını” belirtmektedir.

Yemek ve sinema hakkındaki mevcut literatürün son yıllarda gelişme gösterdiği söylenebilir. Bunda birinci etken sinemada yemek içerikli/eksenli filmlerin artış göstermesi; ikincisi ise –buna paralel olarak da yorumlayabileceğimiz- yemek temalı veya eksenli filmlerin sinemada bir tür olarak görülmeye başlanmasıdır. Bu noktaya kadar yemek ve film üzerine belirgin bir araştırma birikiminin oluşmamasının ise çeşitli nedenlerinin bulunduğu belirtilmektedir. Dikkat çeken sebeplerden birisi ise yemeklerin film(ler)de “nadiren uygun şekilde muamele gördüğü” veya filmsel bir metafor olarak kullanıldığı için bu filmlerde yemek ve yemek yemenin “uygun sosyal ve tarihsel bir zemine çoğunlukla yerleştirilemediği” (Baron, 2006, s. 97) algısıdır. Erken dönemin bir eleştirisi sayılabilecek bu bakış açısında bir film içerisinde yemek unsurunun gösterilenin inşasında kullanılan sembolik bir araç olduğu (gösterilene sembolik aracılık ettiği) yaygın bir kanı olmaktadır. Bu bakış açısıyla da paralel olarak (diğer etkenler dahil) yemek ve film üzerine yapılan araştırmaların çoğu, seçilen filmlerdeki yemek temsillerinin analizine odaklanmıştır. Bu tür çalışmalar “yemek ve yemek davranışlarının sinemasal anlatılarda sıklıkla oynadığı sembolik veya metaforik rolü ele almıştır. Bu doğrultuda yemeğin ve yemek davranışlarının göstergebilimsel terimlerle tartışılabileceğine ve gıdanın çoğu zaman içsel, belirsiz veya soyut olanı somut terimlerle ifade edebilen bir gösteren olduğuna dair ortak bir anlayış” oluşmuştur. (Baron, 2006, s. 95).

Baron’a (2006, s. 100-102) göre bu perspektif “birçok yemek bilimcisini film izlemeyi yemek davranışlarıyla yakından bağlantılı bir kültürel etkinlik olarak araştırmak yerine filmleri metin olarak incelemeye yoğunlaştırmakta; bu da iki disiplin arasındaki ayrılmaz metodolojik bağlantıların göz ardı edilmesine neden olmaktadır”. Başka bir ifadeyle C. Baron (2006) “sinemanın (filmlerin), film bilimcilerinin (film scholars) nesnel ve varlıklarla ilgili çalışmalarının yanı sıra süreç ve etkinlik sorunlarını da incelemesini gerektiren bir araştırma alanı” olduğunu vurgulamaktadır. Diğer bir açıdan Baron (2006) çalışmasında atıf yaptığı Don Yoder ve Lucy. M. Long gibi folkloristlerin yaklaşımı doğrultusunda yemek alanında performans temelli bir halkbilimsel bütünlük çizgisi takip edilmesi gerektiğinin önemine işaret etmektedir.

Diğer taraftan yemek ve sinema ilişkisine dair yakın dönemdeki tartışma konularından birisi ise tür (genre) meselesinde yoğunlaşmaktadır. Son yıllardaki yemek temalı filmlerin sayısındaki artışın ya da konusunun yemek unsuru etrafında dolaştığı filmlerin yarattığı olumlu etkinin karşılığı olarak bu filmlerin sinema sanatı içerisinde *yemek filmi* şeklinde bir tür olarak görülebileceği tezi daha güçlü dillendirilmektedir.

Filmlerin sınıflandırılmasında tür kavramı içerisine giren unsurların neler olduğuna ilişkin genel fikirler ortak özellikler göstermeleri bağlamında çerçeveslendirilmektedir. (Bower ve Piontek, 2013, s. 182-183). Buna göre “komedi türünde gülme ve grotesk unsurlar; dramda ağlama ve trajik sonlar; korku filmlerinde ürkütücülük ve şiddet; polisiye filmlerinde cinayet ve entrikanın” temel içeriği belirlediği ifade edilmektedir. Yemeğin, bu türler içerisinde önemli bir unsur olarak yer almasının ötesinde sinemada yemeğin bir tür olarak sınıflandırılışında temel kriterler “karakter ve olay örgüsünün yemek etrafında çizilmesi ve şekillendirilmesi” olarak görülmektedir. (Kanık, 2018, s. 72-73). Başka bir ifadeyle yemek, filmin başlıca teması olması, film karakterinin varlığını belirlemesi, filmin içeriğinin yemeğe odaklanarak genel anlatının bu ekseninde dönmesi gibi özellikleriyle sinema içerisinde tür kategorisine dahil edilmektedir. Bu doğrultuda filmdeki yemeğin merkezi öneminin ise “kameranın, yemek hazırlama ve sunumuna odaklanması; merkezi dekorun bir restoran, yemek odası, mutfak veya yemeğin yapıldığı ve satıldığı bir dükkânın üzerine yerleştirilmesi; filmin anlatımının kimlik, güç, kültür, maneviyat gibi karakterleri tasvir edecek şekilde düzenlenmesi” (Bower ve Piontek, 2013, s. 182-183) ile işaretlendiği belirtilmektedir.

Yemeğin anlatının merkezinde konumlandırıldığı *Ratatouille* (2007) ve *Julie and Julia* (2009) gibi<sup>124</sup> sinema yapıtlarının tanıtım ve pazarlanma aşamasında *The New York Times* gibi saygın gazetelerin yanı sıra *Amazon.com* gibi küresel internet ağları tarafından *yemek filmi* altında sınıflandırılması; Anne L. Bower, Laura A. Lindenfeld, Owen Gleiberman, James R. Keller gibi önemli isimlerin yayınladıkları çalışmalarda değerlendirmelerini *food film* (yemek filmi) şeklinde yapmaları yemek merkezli filmlerin tür olarak kabul görüp yaygınlaşmaya başladığının göstergeleri olarak yorumlanmaktadır. (Kanık, 2018, s. 32, 36). Bu bağlamda Keller (2006, s. 1) yemek filmlerini “çağdaş sinemada yiyecek

---

<sup>124</sup> Ayrıca *Babette'nin Şöleni* (1987), *Acı Çikolata* (1992), *Aşk Tarifi* (2007) *Çok Pişmiş-Burnt* (2015) vb. filmler de bu kategoride değerlendirilmektedir.

üretimini, hazırlanmasının, servisinin ve/veya tüketiminin karakter, yapı veya temasının gelişmesinde etkin ve akılda kalıcı bir rol oynadığı alt tür (sub-genre)” olarak tanımlamaktadır. Tür tartışmalarına katılan Bower (2004, s. 5) ise “yemek filmi türünün öykünme aşamasında olduğunu; kendini varyasyon ve icat yoluyla sürdürüp sürdüremeyeceğinin (ya da kısa sürede tükenip tükenmeyeceğinin) görüleceğini” belirtmektedir.

Özetle yemek ve sinema ilişkisi içerisinde –tür tartışmaları bir tarafa- “yan anlamlara dayanarak temsil ettiği güçlü kodlar ile sinema dilini güçlendiren ve onu geniş kitlelere buluşturarak zenginleştiren bir araç olarak” (Kanık, 2018, s. 35) kabul gören yemek veya mutfak kültürü “filmlerin mizansenine ve anlatı tasarımına, izleyicilerin karakterlere ve onların etkileşimlerine ilişkin algısını, bir filmde keşfedilen sosyal dinamikleri ve bir filmin aktardığı ideolojik perspektifleri şekillendirme” (Baron, 2006, s. 94) işleviyle filmlerde yer bulmaktadır. Başka bir ifadeyle yemek –büyük ve küçük rolleriyle- açlık/yoksulluk, zenginlik, güç gösterisi, modernite, küreselleşme, etnisite, sınıf farklılıkları, toplumsal cinsiyet, din-inanç, gelenek, ritüel/tören, cinsellik, kimlik, meslek gibi “tüm olumlu olumsuz kodlamalarıyla sinema deneyiminin önemli bir bileşeni” (Bower, 2004, s. 4) olagelmektedir.

Sinema ve yemek ilişkisi bağlamında başka bir soru gündeme getirilebilir. Bu soru, sinemada zamanı deneyimleme olgusunun nasıl yorumlanabileceğine ilişkindir. Kern’e (2013, s. 72-73) göre zamanın düz bir çizgide, gerçek bir biçimde ve kesintisiz olarak aktığı savının kırılmasının iki ayağı vardır. Bunlardan ilki elektriğinin icadı; diğeri ise sinemadır. Bu bağlamda elektrikle gece ve gündüz arasındaki ayırım bulanıklaştırılmış; sinema ile de zamanın değiştirilemezliği ve geri döndürülemezliği montaj yoluyla kırılmıştır. Başka bir deyişle sinema içerisindeki montaj tekniğiyle zaman sıkıştırılmaya, genişletilmeye ya da tersine çevrilmeye (geriye döndürmeye) başlanmıştır.

Rus film yönetmeni ve önemli kuramcı Vsevolod I. Pudovkin (1966, s. 90) ise yönetmenler tarafından kesilen ve birleştirilen ayrı ayrı selüoit parçaların alıcılara iletilmesiyle filmsel bir zamanın doğduğunu dile getirmiştir. Ona göre “bu, alıcının önünde meydana gelen olayın içinde geçtiği gerçek zaman değil, sadece algının hızıyla belirlenen, olgunun filmsel anlatımı için seçilmiş ayrı ayrı öğelerin sayı ve süresiyle sınırlanan yeni bir filmsel zamandır”. Başka bir açıdan sinema sanatının temelini kurgu



olarak gören Pudovkin “kurgu filmsel gerçeğin yaratıcı gücüdür ve doğa ancak kurgunun üzerinde çalıştığı ham maddeyi verir. İşte gerçek ile film arasındaki ilişki de tam da budur” (s. 19) şeklinde düşüncelerini belirtmiştir.

Yukarıdaki yaklaşımlar çerçevesinde düşünüldüğünde sinema tarihinin başlangıcından itibaren önemli bir film malzemesi olan yemek, seyirciyi kurgulanan zamana götürebilir. Örneğin Orta Çağ dönemine ait herhangi bir konunun işlendiği filmde yemek unsuru, belirli bir bilgi ve fikir verir; özdeşlik oluşturabilir ve zamansal karşılaştırma yaptırabilir. Bu filmlerdeki çeşitli sahnelerde yemek pişirme teknikleri ve sunumlarının yanı sıra yemek göstergesinin gösterileni olarak açlık, yoksulluk, zenginlik, güç, sınıf gibi unsurlar seyircinin algısını biçimlendirerek zamanı döngüsel bir yapıya oturtabilir. Başka bir ifadeyle bir kültür biçimi olarak yemeğin sinemaya taşınması zamanın, sinema perdesi üzerinden deneyimletebilme işleviyle de karşımıza çıkmaktadır.

### 2.3.2. Türk Sineması ve Yemek Kültürü

Müstakil bir araştırma konusu olarak incelenmesi gereken bir olgu olmakla birlikte Türk sinema tarihinde yemeğin bir kültür biçimi olarak işlendiği çok sayıda film gösterime girmiştir.<sup>125</sup> Bu filmlerde yemek, olay örgüsünün ilerletilmesi; güç ve statü göstergesi olma; mizahi bir çerçeve çizme; tiplene oluşturma; gerçeklik algısı yaratma; olay ve durumlarla seyirciyi özdeşleştirme; kültürel yapı kodlama, kültür değişmelerini betimleme; geleneksel yemekleri işaretleme vb. işlevlerle sahnelere yerleştirilmiştir. Bu doğrultuda *Dila Hanım* (1977) filminde Kara Haydar Ağa karakterini oynayan Erol Taş’ın elleriyle kuzu budu yeme sahnesi *güç ve statü göstergesi olmaya*; Necdet Tosun’un pek çok Yeşilçam filminde tumbul aşçıyı canlandırması *tiplene oluşturmaya*; Kemal Sunal’ın –bir çok filmi dahil- *Tokatçı* filminde piliç pişen camekana ekmek banması *mizahi bir çerçeve çizmeye*; Türkan Şoray’ın Meryem karakterini canlandığı *Açlık* (1975) filminde köydeki kuraklığın getirdiği kıtlık karşısında yiyecek üzerinden kurulan işleyiş, dramatik yapıda *gerçeklik algısı oluşturmaya*, *olay ve durumlarla seyirciyi özdeşleştirmeye*; Şener Şen’in *Züğürt Ağa* filminde, ağanın çiğ köfte yoğurması ve misafirlere sunması geleneksel bir lezzetin sinema perdesinde işaretlemesine; yine bu filmde ailesiyle beraber köyden şehre göçen ağanın “ne güzel yerde yiyorduk. Bu masa

<sup>125</sup> Bu çalışmadaki film örnekleri, ele alınan konuya dair genel bir çerçeve çizmek için belirlenmiştir. Bu amaçla, Türk sineması ve yemek kültürüne dair pek çok açıdan çözümlenebilecek içeriğe sahip filmler, kapsam dışı bırakılmıştır.

da nerden çıktı” sorusuna karşılık eşinin “burası şehirdir” sözü geleneksel yemek yeme biçimleri bağlamında *kültür değişmelerine* örnek verilebilir.



**Foto 1: (Üstte Solda) Dila Hanım Filminde Erol Taş'ın Kuzu Budu Yeme Sahnesi (URL15)**

**Foto 2 (Üstte Sağda). Tokatçı Filminde Kemal Sunal'ın Cemekana Ekmek Batırdığı Sahne (URL 16)**

**Foto 3 (Altta Solda) Necdet Tosun'un Tombul Aşçı Tiplemesi (URL17)**

Türk sinemasında yönetmenliğini Başar Sabuncu'nun yaptığı ve Şener Şen'in Lütfü Usta karakteriyle başrolünü oynadığı *Zengin Mutfağı* (1988) filmi, yemeğin ana tema olduğu ilk film olarak kayıtlara geçmiştir. (Çinay ve Sezerel, 2020, s. 112). Vasıf Öngören'in 1977 yılında yazdığı aynı adlı oyundan uyarlanan film, iş adamı Kerim Bey'in yayında aşçı olarak çalışan Lütfü Usta'nın bir sabah patronunun işçi eylemleri nedeniyle yurtdışına kaçtığını öğrenmesinin ardından gelişen olayları içermiştir. Sinematografik çerçevede tek mekânın mutfak olarak belirlendiği, dönemin siyasi yapısı ve olaylarının (işçi eylemleri) yemek üzerinden kodlandığı bu film, Kanık'ın (2018, s. 111) ifadesiyle “yemek temasının etrafında birden çok göstergeye sahip olmasıyla” öne çıkmıştır.<sup>126</sup> Diğer taraftan yönetmen Ümit Ünal'ın *Sofra Sırları* (2017) filmi de olayların işlenişinde yemek unsurunun yoğun olarak kullanıldığı bir film olarak gösterime girmiştir. (Çinay, ve Sezerel, 2020, s. 112). Bu bağlamda dünya sinema literatüründe yemek merkezli

<sup>126</sup> Ayrıntılı çözümleme için bakınız: Kanık, 2018, s. 111-127.

filmlerin bir tür kategorisinde değerlendirilmesi ve yaygınlaşmasının yansımaları olarak Türk sineması içerisinde de etkisini genişletebileceği düşünülebilir.

### 2.3.3. Dünya Televizyon Tarihi ve Yemek Kültürü

Filmde yemek üzerine yapılan araştırmaların “dramatik medyanın yemek temsillerini inceleyen çalışmalara kolayca uyum sağladığını” belirten Baron (2006, s. 96) yemek ve televizyon hakkındaki araştırmaların “iletişim çalışmalarının pazar güçleri ve kurumsal yapılara odaklanması gibi fikirsel/ideolojik; video kaydı ve kutulu DVD setlerinden önceki televizyon programcılığının geçici doğası nedeniyle de teknik gerekçelerle gecikmiş ve zorlaşmış olabileceğini” ifade etmiştir. Buna karşılık mevcut sürecin ise “üniversite yerleşkelerinde üretilen doğaçlama programlardan, rekabetçi aşçılığı reality TV’nin bir parçası haline getiren ulusal ve uluslararası yayınlara doğru evrildiğinin de altını çizmiştir. Bu süreç ayrıntılı olarak şöyle açıklanabilir:

Yemek kültürü açısından televizyon, yazılı bağlamların kapalı çerçevesini ve sesli/işitsel bir elektronik kültür aracı olan radyonun görsel boşluğunu veya açığını dolduran bir âlettir. Fizyolojik açıdan yorumlandığında görme duyusu, yemeği –tüm aşamalarıyla- tamamlayan kritik ve temel bir bileşendir. Bu doğrultuda ister canlı ister dondurulmuş bir görüntü olsun yemeğin görsel olarak somutlaştırılmış bir şeklinin olması gerekir. Herhangi bir yemek gözü kapalı yemek istenmez. Ne yenildiğinin bilinmesi gerekir. Sağlık (pis-temiz) ve kültürel (az pişmiş-çok pişmiş; haram-helal vb.) olarak kuvvetli gerekçeler bulunur. Bu açıdan “görmeden yenilen her şeyin tadı eksiktir. Yemeğin tadına ilk göz bakar” (Kanık, 2016a, s. 12). Bununla beraber mutfağın bir çeşit sanat alanı sayılması da görme/görsellik faktörünü performans/icra boyutuyla katlandırmaktadır. Bu bağlamda bir kültür biçimi olarak yemek, elektronik bağlamlar içerisindeki temsili açısından televizyonun yörüngesine oturmuştur denilebilir. Başka bir ifadeyle dijital kültür çağına öncülü olarak elektronik kültür çağında televizyon yemeği, “gastro gösteri” (Kanık, 2016a) aracı olarak kullanmıştır.

Yemek kültürü ile televizyon ilişkisinin dünyadaki gelişimi hakkında şu bilgiler aktarılabilir:

Sarah Murray’e (2013, s. 187) göre “televizyondaki yemeklerin tarihi, televizyonun tarihi kadar eskidir”. Başka bir ifadeyle televizyon yayıncılığının ilk zamanlarından itibaren

içeriğinin oluşturulmasında bir kültür biçimi olarak yemek, önemli bir tamamlayıcı ve dikkat cezbeden bir unsur olmuştur.

Televizyondaki yemek programlarının tarihi gelişimini içerik ve tarz olarak incelediği çalışmasında Kathleen Collins bu süreci üçe ayırmıştır. Birincisi 1945- 1962 yılları arasındaki döneme karşılık gelen *erken dönem*; ikincisi 1963 ve 1992 yıllarını kapsayan *orta dönem*; üçüncüsü de Food Network'un açıldığı yıl olan 1993'den günümüze kadarki evre olan *modern dönemdir*. (Collins 2009'dan akt. Kanık, 2016b, s. 242). Erken döneme ilişkin şu bilgiler aktarılabilir:

Televizyonda yemek pişirmenin tarihinin 1930'lara kadar uzandığı belirtilmiştir. 1937'de BBC televizyonuna çıkan Marcel Boulestin, televizyondaki ilk aşçı olmuştur. Fransız şef Boulestin'in iki haftada bir gerçekleştirilen ve beş bölüm yayınlanabilen *Cook's Night Out* adlı programında yaptığı omlet, televizyonda pişirilen ilk yemek olarak kayıtlara geçmiştir. On yıl sonra Büyük Britanya'da Philip Harben *Cookery (1946)* adlı 20 dakikalık programlar yapmıştır. Tanınan bir şef olarak 1942 yılında radyoda yemek programları yapan P. Harben, televizyondaki 10 dakika süren ilk programında ise ıstakoz vol-au-vent'lerinin (bir tür hamurışı) nasıl yapıldığını göstermiştir. Gıda kısıtlamaları sebebiyle karnelerden nasıl yararlanılacağını ev hanımlarına gösteren Harben'in programları 1951 yılına kadar sürmüştür. Amerika'da ise ilk televizyon aşçısı olan James Beard, 15 dakikalık "I Love to Eat" (Yemek Yemeyi Seviyorum) bölümüyle ekrana gelmiştir. Yemek tarifi ve eğlencenin harmanlandığı bu program, bir gıda firmasının sponsorluğunda gerçekleştirilen ilk yemek programı olarak tarihe geçmiştir. (De Backer ve Hudders, 2016, s. 495; Erzurum, 2018, s. 108; URL18, URL19).



**Foto4: M. Boulestin'in programının bilenen tek fotoğrafı (URL20)**



**Foto5: Philip Harben (URL21).**

Şef ve restoran sahibi Dione Lucas'ın 1947 yılında New York'un yerel bir kanalında yayınlanmaya başlayan "*To The Queen's Taste*" adlı programı ise ağırladığı konuklarıyla yemek ve sohbet formunda ilk program olma niteliğini taşımıştır. (Erzurum, 2018, s. 108). 1947'de yayınlanan *The Cordon Bleu Cook Book* adlı ilk yemek kitabıyla tanınır hale gelen Dione Lucas, Fransız yemeklerini Amerikalı bir izleyici kitlesine gerçek anlamda tanıtan ilk kişi olmuştur. Bu doğrultuda "Amerika'daki Fransız yemeklerinin anası" olarak nitelendirilen Lucas, 1960'larda popüler hale gelen Julia Child'ın selefi olarak kabul görmüştür. (URL22).



**Foto 6: Kamera arkasından Dione Lucas yemek programı seti. (URL23)**

1955 yılında ise İngiliz Fanny Cradock'un hazırlayıp sunduğu "*Chez Bon Vivreur*" adlı program ise egzotik yiyecekleri seyircilerle tanıştırmayı ve hepsine Fransızca isimler vermesiyle ön plana çıkmıştır. (Erzurum, 2018, s. 109). Gıda kısıtlamalarının kaldırılmasının ardından standart şef önlüğünden gece elbisesine geçiş yaşandığı gibi gurme tarzı yemeklerin pişirilmesine doğru da bir dönüşüm gerçekleştirilmiştir.

Erken dönemi bütüncül bir açıdan çözümlenmek gerekirse, televizyonda yemeğin yer alışının ilk formatı sabit bir forma dayanan; belirli bir yemeğin hazırlanışını gösterirken izleyiciye doğrudan hitap eden tanıdık bir eğitmenin yer aldığı; ev tipi (mutfak benzeri) bir sete sahip olan; *birlikte yemek pişir(elim)* iddiası veya sloganıyla izleyicinin kadın olduğunun varsayıldığı ve kadınların ev aşçısı bir çırak olarak değerlendirildiği programlardır. “Televizyonun kendisinden daha eski olan bu program türü Amerika Birleşik Devletleri’nde, ticari radyodaki selefinden ithal edilmiştir” (Oren, 2013, s. 21-22). Başka bir ifadeyle Amerika’da yemek programları ilk kez radyoda başlamış ve bu doğrultuda uzun yıllar yayın yapan kişi Betty Crocker olmuştur.

Televizyonda ilk dönemde yapılan programlar, ev ekonomisi uzmanlarının ev kadınlarına yönelik tavsiyeler verdiği yayınları içermiştir. Bu doğrultuda 1940’lı yılların sonlarına doğru İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri’ndeki yemek programları, öncelikle kadın izleyicilere hitap eden; ev hanımlarına aile bakımı çalışmalarında yardım etmenin yanı sıra misafirler ve topluluklara başarılı bir şekilde yemek yapma yeteneğini artırmada yemek pişirmenin temel bilgilerini aktaran bir içeriğe sahip olmuştur. 1950’li yıllarda da benzer yaklaşımla sürdürülen bu programlar, toplumsal cinsiyet açısından ev içi mutfaka dair iş bölümünün kadınlara bırakıldığı bir anlayışın yansıması olarak ev idaresinde kadınların eğitilmesi amacını taşımıştır. (Oren, 2013, s. 22)

Orta dönemi kapsayan 1960’larda ise *Mastering The Art of French Cooking* (1961) adlı kitabıyla ünlü Fransız şef Julia Child, Amerika’da yaptığı yemek programlarıyla bir televizyon efsanesi haline gelmiştir. J. Child’ın ilk yemek programı *The French Chef* (1963-1973) yemek pişirme eylemini eğitici bir amaç doğrultusunda zevkli bir faaliyet olarak özendirme çizgisini takip etmiştir. Başka bir ifadeyle Child’ın televizyondaki yemek programları “Fransız mutfağını acemi Amerikan aşçılara öğretmenin” (Oren, 2013, s. 23) inşasına dayanmıştır. T. Miller (2002, s. 80-81) tarafından işaret edildiği üzere 1953 yılında boş zaman ve kriz zamanlarında yemeğin hazırlanmasını en aza indirecek türde -donmuş akşam yemeklerinin televizyon karşısında acil bir durumda yenecek bir yemek olarak pazarlandığı- yayınlar da yapılmıştır.<sup>127</sup> Child, Amerikan halkına “yemek pişirmenin bir angarya değil, bir sanat olduğunu” göstermek istemiştir.

<sup>127</sup> İronik bir şekilde, başkaları tarafından hazırlanan yiyecekleri satın almaktan tasarruf ettiğimiz zaman, boş zamanlarında yemekle ilgili televizyon şovlarını izleyerek geçmektedir” (Matwick ve Matwick, 2015, s. 314).

1960'lı yılların sonuna doğru ise Graham Kerr mizah, eğlence ve yemeği bir araya getirdiği "The Galloping Gourmet" (Dolu Dizgin Gurme) adlı programla önemli bir televizyon yıldızı haline gelmiştir. Kerr tarafından yapılan programlarda yemek, eğlendirmenin içeriğini dolduran bir unsur olarak kullanılmıştır. (Kanık, 2016b, s. 243; Erzurum, 2018, s. 110). Joyce Chen'in hazırlayıp sunduğu ve 1966 yılında yayınlanmaya başlayan "Joyce Chen Cooks" adlı 26 bölüm sürebilen programda ise Çin mutfağı tanıtılmıştır. (Erzurum, 2018, s. 110).

1970'li yıllardan itibaren ise yemeğe dair estetik bir zevkin oluşmaya başladığı; değişen sosyal, ekonomik ve kültürel yapılarla beraber yemeğin damak çatlatan boyutunun işleme sürüldüğü görülmüştür. 1970'lerde Kajun mutfağını anlatan programlarıyla Justin Wilson; 1980'lerde ise televizyon programcısı Jeff Smith'in *Frugal Gourmet* programı bu değişim ve dönüşümün önemli işaretleri olarak yorumlanmıştır. 1980 ve 1990 yılları arasındaki dönem ise televizyondaki yemek programlarının çeşitli yaşam tarzlarına göre koşullandırıldığı bir içeriğe bürünmüştür. (Kanık, 2016b, s. 243). Bunlar arasında 1980'lerde Jeff Smith tarafından hazırlanıp sunulan *The Frugal Gourmet* (Tutumlu Gurme) programı, orta düzey bir Amerikan ailesine ait yaşam tarzını yansıtmayla öne çıkmıştır. (Erzurum, 2018, s. 111).

Modern dönem ise şöyle özetlenebilir: Amerika'da (New York) kablolu yemek kanalı Food Network'ün, 1993'te kurulmasıyla iki noktada temel dönüşüm yaşanmıştır. Birincisi televizyonda yemek programları, yerini yemek televizyona (food television) bırakmaya başlamıştır. İkinci olarak ise bu programların içeriği daha fazla *show business* çizgisine kaymıştır. *Food Network* kanalında programların temel nitelikleri yemek hazırlamanın eğitsel işlevlerinin yanı sıra seyahat, macera, tarih, popüler kültür, toplumsal cinsiyet ve yarışmayla birleştirilmesi üzerine kurulmuştur. Tür olgunlaştıkça, yemek pişirme şovlarının eğlence değerine daha fazla önem verilmeye başlanarak *Ready, Set, Cook* ve *Japan's Iron Chef* adlı sıra dışı yemek videosu içeren yarışmalara doğru bir gelişim ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda televizyon ekranlarındaki şeflerin profilleri de değişmeye başlayarak çekici ve genç ünlü şefler bu şovlarda ev aşçıların yerini almış; daha önceki kamu televizyon programlarının daha sade sunumları da yerini, zarif malzemeler ve görsel sunumları öne çıkaran yemeklere bırakmıştır. (Weisberg, 2003, s. 116). Bu konu üzerinde araştırma yapan eleştirmenler, aşçılık programlarının artık izleyicilerine yemek yapmayı öğretmekten ziyade salt eğlence gösterileri haline geldiğini

belirtmişlerdir. Joanne Finkelstein'in tabiriyle bu tür yemek programları "*foodainment*" (1999) haline gelmiştir. Bu doğrultuda dünya üzerinde yemeğe dair ilgide bir patlama yaşanarak Fransa'da *Cuisine TV*, Avustralya'da *Lifestyle Food* ve İngiltere'de Food Network UK gibi kanallar yayın hayatına başlamıştır. (Matwick ve Matwick, 2015, s. 314).

Modern dönem içerisinde televizyon ekranlarının yeni parlayan yıldızları da olmuştur. Bunlar içerisinde 1993 yılından itibaren Food Network kanalında "The Essence of Emeril" adlı programıyla ün salan Emeril Lagasse başı çekmiştir. Food Network başta olmak üzere pek çok televizyon kanalında sayısız yemek programları yapan şef Emeril Lagasse stüdyo ortamında seyircilerle diyalog kurması ve yemek pişirirken müzik ögesinden yararlanması gibi özellikleriyle yemeğin gösteri biçimine dönüştürülmesinde temel aktörlerden biri olmuştur. Diğer taraftan Marta Steward, Rachel Ray, Bobby Flay, Giada De Laurentis and Paula Deen gibi ünlü şefler, televizyonda yemek programları hazırlayan ve sunan diğer starlar olarak öne çıkmıştır. (Kanık, 2016b, s. 243; Erzurum, 2018, s. 112). Bu doğrultuda günümüze kadar pek çok isim bu listeye eklenebilir.

Televizyon ile yemek kültürü ilişkisine dair bütüncül çözümlenmeler şöyle yapılabilir:

Yazılı bağlamlardan tevarüs olan yemek tarifleri iletmek, elektronik bağlamlar içerisinde radyoyla bir giriş yapmıştır. Başka bir ifadeyle yemek pişirme talimatlarının sıralandığı ortam boyut değiştirmiş; duyu organları arasındaki terazi, kulak lehine gelişmiş ve yer değiştirmiştir. Televizyonda ise yemek, çoğunlukla nasıl yapılır pişirme gösterisi türünde olmuştur. Başka bir ifadeyle göz/görsel kültür ön plana çıkmıştır. Başlangıç olarak "kamu televizyonunun, temelde ev aşçıları olan ve evde çoğaltılması gereken yiyecekler yaratan yemek pişirme öğretmenleri ve yemek kitabı yazarlarını öne çıkarma eğilimi" (Weisberg, 2003, s. 116) sürdürülebilirliğini korumuş; fakat bu anlayış, özel televizyon kanallarının (hatta yemek kanallarının) kurulmasıyla farklı içeriklerle çeşitlenmiştir.

Diğer taraftan radyo çağından başlayarak televizyon yayıncılığının ilk dönemi içerisinde hedef kitle ve içeriğin belirlenişinde dünyadaki sosyal, siyasi, askeri ve ekonomik faktörlerin etkisi olmuştur. Örneğin radyo yayıncılığının insanlar arası iletişime egemen olduğu yılların İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrasına denk gelen bölümünde yemek programlarında verilen tariflerin temel niteliğinin mevcudu değerlendirmek şeklinde yansıtıldığı belirtilebilir. Ekonomik tablonun sosyal ve kültürel yapıya yön veren



karakteri gereği radyo başta olmak üzere kamu yayıncılığı bu çizgiyi uzun yıllar takip etmiştir. Televizyona geçiş sürecinde ise benzer yapı sürdürülmüş; dünyadaki sosyal ve ekonomik şartların olgunlaşmasının ardından *show business* çizgisine geçilmiştir. Bu bağlamda kültürel farklılığın yemek üzerinden iletilmesinin yanı sıra “sınıf temelli tat hiyerarşilerinin” (Murray, 2013, s. 189) aktarımı da iletişim araçlarında yer bulmuştur. Swenson’a (2013, s. 137) göre “yüksek prodüksiyon bütçeleri, senaryo yazarları ve kazançlı pazarlama sözleşmeleri ile yemek televizyonu, Julia Child’ın Fransız mutfağını Amerikalı ev hanımlarına tanıtan kaynat ve karıştır tipi programlarından bu yana çok yol kat etmiştir”.

Yemek ve televizyon ilişkisinde temel araştırmalar toplumsal cinsiyet meselesi üzerine yoğunlaşmıştır. Başka bir ifadeyle bu durum, televizyonun yemek üzerinden toplumsal cinsiyet rollerinin inşasında temel bir iletişim aracı olduğunu da göstermiştir. Bu doğrultuda Amerikan radyolarında yemek programı yapan Betty Crocker karakterinden başlayarak televizyonda da genellikle kadınların ev içi uzmanlık, ev yönetimi ve yemek arasındaki ilişkiyi sürdüren ya da sürdürmesi gereken rollerinin dağıtılmasına karşılık erkeklerin kamusal alanlarda yemekle profesyonel uyumunun somutlaştırılması, yine televizyon aracılığıyla kurularak ve yansıtılarak egemen bir toplumsal cinsiyet anlayışının (Murray, 2013, s. 189) sürdürülmesi sağlanmıştır.

Televizyon ile yemek kültürü ilişkisinde toplumsal cinsiyet meselesini çözümlendiği çalışmada Rebecca Swenson (2013, s. 38) “yemek hazırlamanın eğlenceli ve zevkli olduğu fikrinin kökenlerinin doğal, fedakâr ve annelik içgüdüleri nedeniyle sevdikleri için karşılıksız (ücretsiz) emek veren bir eş ve anne olan mutlu ev hanımına atfedilmesinden kaynaklandığının” altını çizmiştir. Alıntı yaptığımız bu ifadelerin, toplumsal cinsiyet rollerinin inşasında biyolojik faktörlerin de belirleyici olduğu tezinin temel bir boyutunu yansıttığı söylenebilir. Bir annenin bebeğini emzirmesi (beslemesi) süreciyle başlayan biyolojik basamak, diğer kültürel bileşenlerle şekillenerek kadın=yemek pişirme denkleminin kurulmasına öncülük etmiş olabilir. Bu doğrultuda – diğer ev işleri gibi- yemek pişirmek de çoğu toplumda kadın ve erkek olarak işaretlenen bir eylem ve görev biçimine doğru genişlemiştir. Diğer taraftan ekonomik kazanç sağlama gibi temel bir amaç başta olmak üzere yemek pişirme eyleminin profesyonel alanına erkeklerin girmesi ise kültürel bir paradoks olarak görülebilir. Başka bir ifadeyle eril kimlik, yemek pişirme eyleminin karşılıksız iş gücü gerektiren eşliğinden atlayarak

(!) –kendisi için iyi sayıl(a)mayacak- olası yükleri gerisinde bırakma eğiliminde olmuştur. Bu bağlamda mutfak endüstrisindeki pozisyon dağılımında da üstünlükleri korunmuştur.

Buna karşılık erkeklerin ev içi mutfakta yemek pişirmelerini sağlayacak koşulların eril zemin üzerine inşa edildiği belirtilmiştir. Buna göre “erkekler ev mutfağına girdiyse erkeklik (masculinity) kavramını korumak için yemek pişirmenin çok özel şekillerde müzakere edilmesi gerektiği” vurgulanmıştır. Başka bir ifadeyle erkekler ve yemek pişirme arasındaki ilişki “erkeklerin yemek yapmayı seçtiklerinde erkekliklerinin azalmadığından emin olmaları” üzerine kurulmuştur. (Inness, 2001’den akt. Swenson, 2013, s. 40-41).

Antropolog Sherry Ortner (1974, s. 72) “kadınların doğa<sup>128</sup> ve erkeklerin kültür olduğu” şeklindeki tezi çözümlendiği çalışmasında toplumsal cinsiyet rolleri açısından yemek pişirme eylemine de odaklanmıştır. Buna göre insan bilinci kavramıyla ilişkilendirilen kültür, insanlığın doğal var oluşun verili olan boyutunu aşan; anlamlı sistemler, semboller ve eserler üretme sürecinin temel aktörü olarak düşünülmüştür. Bu doğrultuda kültür olgusu, insanlığın doğa üzerinde kontrol sağlamaya çalıştığı bir mekanizmayla eşitlenmiştir. Başka bir ifadeyle kültürün ayırt edici özelliği, çoğu durumda doğal koşulları aşabilmesi, onları amaçlarına yöneltebilmesi gerçeğine dayandırılmış; böylece kültürün doğadan farklı olmasının ötesinde üstün konumda bulunduğu da ileri sürülmüştür. Bu noktadan hareketle kadın, üremeyi çevreleyen doğal koşullara daha fazla bedensel katılım ve fizyolojik işlevlere sahip olmaları nedeniyle, erkekten daha fazla doğanın bir parçası olarak görülmüştür. Başka bir deyişle kadın bedeni ve fizyolojisi, kadınların doğa ile özdeşleştirilmelerinde; ayrıca Ortner (1974, s. 75-77) tarafından esas olarak vurgulanmak istendiği gibi doğaya daha yakın konumlandırılmalarında temel bileşenler olarak görülmüştür. Buna karşılık “doğal yaratıcı işlevlerden yoksun olan erkek, yaratıcılığını teknoloji ve semboller aracılığıyla yapay olarak dışsal bir biçimde ortaya koymak zorunda olan (veya bunu yapma fırsatına sahip)” bir canlı türü olarak çerçevelendirilmiştir. Bu bağlamda kültür olan erkek, doğa olan kadın üzerinde egemen

---

<sup>128</sup> Ortner (1974, s. 86-87) kadının tamamen doğa kategorisine atfedilemeyeceğinin de altını çizmektedir. Başka bir ifadeyle kadının pasif veya programlanmış bir varlıktan ziyade belirli bir bilince sahip olduğunu; bu doğrultuda semboller, kategoriler ve değerler ürettiğini, ilettiğini ve yönlendirdiğini vurgulamaktadır. Buna karşılık Ortner, kadınların fizyoloji başta olmak üzere fiziksel, sosyal ve psikolojik yönlerinin doğaya daha yakın olarak görülmelerine katkıda bulunduğunun altını çizmektedir.

bir şekilde konumlanmıştır. Holden'e (2013, s. 129) göre bu "icat edilen, üretilen, oluşturulan ve kontrol edilen bir dünyadır".

"Kadının fizyolojik işlevlerinin evrensel olarak toplumsal hareketlerini sınırlama eğiliminde olduğu fikri" (Ortner, 1974, s. 76) yemek pişirme eyleminde de kendisini göstermektedir. Kadın fizyolojisinin bir ürünü olarak süt vermenin ve bebeğini emzirmenin diyalektiği içerisinde bebeğin sürekli gözetim ve bakım sürecine tabi olan bağımlı yapısının kadının ev içi aile ortamına hapsolmasına veya "kadının yeri evidir" şeklindeki aforizmaya kapı araladığı da ileri sürülmüştür. Başka bir deyişle kadınların ev içi bağlamla ilişkilendirilmelerinde temel basamak, beslemeye/doyurmaya dayandırılmıştır. Bu açıdan çoğu toplumda yemek pişirmenin, bir kadın işi olarak görülmesinin doğal emzirme işlevleri tarafından motive edildiği; bu doğrultuda da ev ve doğal ilişkisinin kurulduğu da düşünülmüştür.

Ortner (1974, s. 80) tarafından altı çizilen kritik noktalardan biri ise "bir kültürün (örneğin Fransa veya Çin) bir yüksek mutfak geleneği geliştirdiğinde sıradan ev yemeklerinin aksine *gerçek* yemek pişirme faaliyetinin" şef olarak adlandırılan erkeklerle (erkeklikle) ilişkilendirilmesi ve ifade edilmesidir. Bu noktada erkek egemenliği yemek pişirme işinin günlük, beslenmeye dönük ve kültürel çığırta yükselen (veya kendi seviyesine çıkmaya aday) alanını ev içi bağlamlarda kadınlara ayırmıştır. Bununla birlikte erillik, yemek kültürünün profesyonel alanda icra edilmesinde kadınların bilgi ve becerilerinden yararlanmasına karşılık bu kültürün vitrinlerine ise kendisini çıkarmayı yeğlemiş; kadınları ise bu vitrinde ev içi bağlamla ilişkilendiren bir bölüme yerleştirilmiştir. Daha açık bir ifadeyle "kadın=aşçı, erkek=şef" (Oren, 2013, s. 25) denklemi kurulmuştur. Bu vitrinin teknolojik ayağı ise medya olmuştur. Holden'a (2013, s. 120) göre "medya (televizyon gibi), tek kelimeyle erkekliğin temsil edildiği ve onun aracılığıyla yeniden üretildiği düşünsel ve fiziksel bağlamı sağlayan devletten, şirketten veya aileden farklı olmayan kurumlardır".

Erkekler açısından yemek pişirmenin "profesyonel kasları esnetmenin bir yolu olarak inşa edilmesinde" (Swenson, 2013, s. 42) televizyonun temel bir araç olduğu belirtilebilir. "Şefin bir erkek rolü olarak algılanması ve mantıksal olarak erkeklerin mutfak otoriteleri olarak görme/gösterme eğilimi" (Holden, 2013, s. 125) elektronik bağlamlarda da devam ettirilmiştir. Buna karşılık kadınlar açısından değerlendirildiğinde ise "tutumlu ev kadını"

(Swenson, 2013, s. 48) imajı, radyo çağından itibaren televizyon programlarının da ana temasını oluşturmuştur. Uzun yıllar boyunca “kamu yayıncılığı (televizyonu), temelde ev aşçıları olan ve evde çoğaltılması gereken yiyecekler yaratan yemek pişirme öğretmenleri ve yemek kitabı yazarlarını öne çıkarma eğilimi” (Weisberg, 2003, s. 116) içinde olmuştur. Bu bağlamda ev içi hizmetin ve yemeğin ekonomik yönetiminin temel sorumlusu olan kadınlar, geleneksel bilgi ve becerilerini basılı yayınlar aracılığıyla sunduklarında *yazar*; elektronik bağlamlarda sesli/görsel olarak aktardıklarında ise *medya yıldızı* olarak konumlanmışlardır. Kadınların yemek kültürü bağlamında medyadaki bu yolculuğunun ilerleyen zamanlarda ise çeşitli içerik veya yapılarla genişlediği de söylenebilir.

Özel televizyon yayıncılığının kuruluşu ve gelişimine paralel olarak ise televizyon yayınlarında benzer içerikte programların varlığının sürdürülmesinin yanı sıra yemek televizyonu kanallarının yayın hayatına başlamasıyla da eğlence odaklı bir yaklaşımın benimsenmeye başlandığı da görülmüştür. Dünyadaki siyasi, askeri ve ekonomik buhranların etkisiyle radyo çağının bir kalıntısı olarak tasarruf tedbirleriyle örülü yemek programları, televizyon çağında gelişen ve dönüşen sosyal yaşam ekseninde tat zevklerinin inşa edildiği, yarışmanın ve gösterinin öne çıkarıldığı, farklı yemek kültürlerine pencere açıldığı bir ivme kazanmıştır.

Isabelle de Solier (2005) tarafından işaret edildiği üzere yemek programları, izleyicilerine yalnızca pratik aşçılık becerileri kazandırmakla kalmayıp aynı zamanda ideolojik yemek tercihlerine ilişkin tat bilgisi de kazandıran bir işleve sahip olmuştur. Buna karşılık eğitimden ziyade eğlenceye dayalı formatın yaygınlaşmaya başlaması ise yemek televizyonlarındaki genel yayınların (veya televizyondaki yemek programlarının) iddia ettikleri gibi eğitimsel bir karşılığının olup olmadığı da çeşitli araştırmalarda sorgulanmıştır. Bu noktaya gelmeden önce televizyon ve yemek ilişkisine dair şu temel tespitlere yer vermek gerekmektedir:

Murray (2013, s. 188) “yemek televizyonunun, doğrudan yemek hazırlama, yemek bilgileri veya yemekle ilgili eğlenceyi ana odak noktası olarak belirleyen tüm programları içermeyi amaçladığını” ifade etmiştir. Weisberg’e (2003, s. 116) göre “televizyonda yemek, çoğunlukla nasıl yapılır gösterisi türünde” olmuştur. Benzer bir yaklaşımla De Solier (2005, s. 466) ise “mutfak televizyonunun temel bileşeninin, televizyon şefinin

izleyicilere kendi evlerinde nasıl yemek hazırlayacakları konusunda bilgi verdiği yemek pişirme gösterisi” olduğu belirtmiştir.

Bu gösteri türü, izleyicilerin yemek pişirme bilgilerinin artırılması ve yemek pişirmenin eğlenceli bir şekilde inşa edilmesinden toplumsal cinsiyet rollerinin –egemen anlayışla- yeniden dağıtılmasına kadar geniş bir yelpazede karşımıza çıkmaktadır. Yine bu bağlamda televizyon ekranları, stüdyonun ev içi mutfak formatına dönüştürülmesinden, birbiriyle yemek üzerinden yarışan hatta savaşıyan kişilerin üzerinde gezindiği arenalara bile büründürülmektedir. Bu tür şovların yemek yapmayı öğretmediğini savunan Oren (2013, s. 33-34) “deneyim olarak tatmak için görüntülerin ve kelimelerin yer aldığı aracılı yemek dünyasında değil; eleştirinin ödüllendirildiği ve kendi bağımsız anlamını ve geçerliliğini kazandığı bir simülasyon gastro-dünyasındayız” şeklinde bir çözümleme yapmaktadır.

Özetle “radyo çağının aşçılık yayınlarından bu yana, yiyeceklerin televizyondaki kalıcı varlığı, bölümlere ayrılmış canlı yemek gösterileri, eğitici nasıl yapılır programları, ünlülerin ilham verdiği yemek yarışmalarına ve yemek tutkunlara yönelik düzenlen programlara kadar” (Murray, 2013, s. 187) geniş bir yelpazede sürdürülmüştür. “Yemek hazırlamanın/pişirmenin toplumsal cinsiyete dayalı bir iş olarak kurgulanmasının geleneksel erkeklik ve kadınlık anlayışlarını koruyacak şekilde müzakere edilme süreci” (Swenson, 2013, s. 50) elektronik bağlamlarda da aynı yapıda ama genişleyen veya esnetilebilir biçimde de devam ettirilmiştir. Kadınların ev içi ve aile merkezli bağının sürdürülmesi gerektiği anlayışına karşılık erkek aşçı için “yemek pişirme gizemi değişerek mutfağın onların inleri olmadığı konusunda uyarılara pek ihtiyaç duyulmadığının; buna karşılık erkeklik kavramını korumak için erkeklerin mutfağa bilim adamı, şef, sporcu ve şovmen olarak girdiğinin de” (Swenson, 2013, s. 50) altı çizilmiştir.

### 2.3.4. Türkiye’de Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Yemek Kültürü

Yemek -daha önce bahsedildiği gibi- geçmişten günümüze kadar iletişim araçlarının içeriğini dolduran unsurların başında gelmiştir. Her elektronik kültür ortamı kendi bağlamına özgü bir yöntemle yayın yapmış ve bu yayınlar dönemin siyasi, sosyal, askeri, ekonomik, kültürel, teknolojik vb. şartlarına göre şekillenmiştir. Türkiye’de elektronik kültür ortamında yemek kültürünün –geniş çapta- ele alındığı ilk araç radyo olmuştur. 1941 yılında Ankara Radyosu’nda Dr. Galip Ataç tarafından hazırlanan ve ev hanımlarının yetiştirilmesinde önemli işlev gören “*Evin Saati*” adlı programda geleneksel ve modern tıp bilgilerinin yanı sıra bazı yemek tarifleri verilmiştir. Bununla beraber aynı dönemde “*Bakım ve Tutum Saati*” adlı programda ise İkinci Dünya Savaşı’nın getirdiği olumsuz ekonomik koşullardan fazla zarar görmemek ve israfi önlemek için getirilen yöntemlerden bahsedilerek var olan malzemenin en iyi şekilde değerlendirilmesi için giyim, temizlik, yakıt ve yiyecek konularında öneriler anlatılmıştır. Özellikle yemek ile ilgili programlarda ise elde kalan ve bayatlamış ürünlerin dönüşümü ve değerlendirilmesiyle ilgili bilgiler verilmiş; yemek tariflerindeki malzeme miktarlarının azlığı göze çarpmıştır. Bu bağlamda “Bakım ve Tutum Saati ve İktisat Saati” gibi yayınların radyonun “halk ekonomisi programları niteliğinde olduğu (Alpyıldız, 2016, s. 293) belirtilmiştir.

Türkiye’de radyo yayıncılığı tarihinde yemek programlarının izini sürecektir başka çalışmalara ihtiyaç duyulmakla birlikte Türk yemek kültürüne ilişkin düzenlenen son dönem radyo programları hakkında genel olarak şu bilgiler verilebilir:

TRT Ankara Radyosu’nda bir dönem Banu Atabay’ın hazırlayıp sunduğu “Mütevazi Lezzetler” adlı bir yemek programı yayımlanmıştır. Dinleyici kitlenin ev hanımları olarak belirlendiği ve her hafta çeşitli meslek gruplarından bir konuğun davet edildiği bu programda yemekle ilgili fıkra ve hikayeler anlatılmış; tarifler ve pratik bilgiler verilmiştir. TRT Radyo 1’den yayımlanan diğer bir program ise “*Yemek ve Kültür*”dür. Bu program Eski Türk yemek kültürü ve Osmanlı mutfağına dair yeme içme alışkanlıkları, sofrada adabı, inançlar, gelenekler ve görenekler gibi konular etrafında bir yayın çizgisi takip etmiştir. (Yılmaz ve Şenel, 2016, s. 51).

Doğrudan bir yemek programı olmamakla birlikte Türk halk müziği üzerinden Türk yemek kültürünün de işlendiği *Lezzetli Türküler* adlı programdan da bahsedilmesi

gerekmektedir. TRT Ankara Radyosu'nda Levent Çelik ve İlkim Eylül İlk tarafından hazırlanan ve daimî konuk Doç. Dr. Dilek Türkyılmaz'ın değerlendirmeleriyle katkı sağladığı bu programda, türkülerin Türk yemek kültürüne ilişkin söz varlığı açısından zengin içerikleri –seçilen ezgilerin dinletilmesinin ardından- çözümlenmiştir.

NTV Radyo'da ise *Gastronomi Sohbetleri* adlı programda Nacide Berber'in aşçı, şef, araştırmacı, yazar, akademisyen, gazeteci, gurme gibi konuklar ile Türk ve Dünya mutfaklarına dair temel bilgiler, değişen ve dönüşen alışkanlıklar, kaybolan tatlar, saklama ve pişirme yöntemleri, mutfak teknolojisi gibi çeşitli konularda konuştukları yayınlar yapılmıştır. (URL 24).

Elektronik bağlamlar içerisinde yemek kültürünün bütünüyle eksenine yerleştiği araç ise daha önceden vurgulandığı gibi televizyondur. Türk televizyon yayıncılığının uzun periyodu içerisinde belirli duraklarda bir yolculuk yapıldığında, ekranlarda yayınlanan yemek (içerikli) programlarının gelişimsel seyri ve temel nitelikleri hakkında şunlar söylenebilir:

Türk televizyon yayıncılığı döneminde (geleneysel) yemek kültürüne ilişkin yayınlanan programları üçe ayırabiliriz: Birincisi, gezi/gezgin programı niteliğindeki yayınların içerisinde temel bir unsur olarak yer alanlar; ikincisi müstakil bir şekilde yemek programı olarak yayınlananlar<sup>129</sup>; üçüncüsü ise yemek kanalı olarak bağımsız bir şekilde kurulup kurumsal yaklaşım içerisinde yayına konulanlar. Yukarıdaki sınıflandırma doğrultusunda çözümlemelere geçmeden önce tarihsel bir gelişim içerisinde Türk televizyon kanallarından yayınlanan yemek programlarına dair şu bilgileri aktarabiliriz:

Türkiye'de televizyon ekranlarında yemek unsuruna yer veren ilk program, 1 Ekim 1984 yılında TRT'de (İstanbul) gündüz kuşağında yayınlanan "*Hanımlar Sizin İçin*" adlı ev hanımlarına yönelik bilgi ve tavsiyelerin yer aldığı programdır. Yapımcılığını Namık Kasapbaşoğlu'nun yaptığı (Kurtçu, 2015, s. 20) ve örgü, sağlık, temizlik, saç bakımı, çiçek yetiştirme gibi çok çeşitli konulardaki püf noktaların aktarıldığı bu programda sözlü ve (bazen) uygulamalı yemek tariflerinin yanı sıra evdeki yiyecek malzemelerinin bozulmadan veya çürümeden daha iyi nasıl değerlendirilebileceğine ilişkin de bilgiler aktarılmıştır. Program, ilerleyen zamanlarda uygulamalı yemek tariflerinin verildiği bir

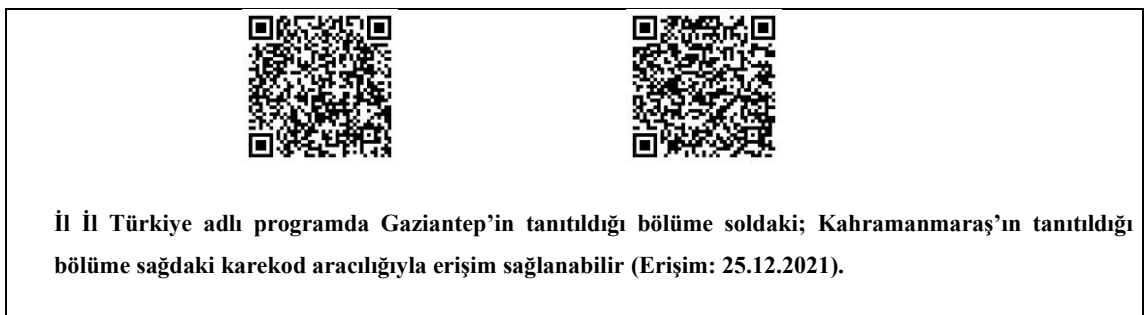
<sup>129</sup> Gündüz kuşakları içerisinde mutfak haline getirilen stüdyolarda yayınlananlar ile gezi ve yemek programı şeklinde yayına konulanlar.

formata doğru eksen değiştirmiştir. İnternet arşivinde yer alan verilere göre bu tarifler, Fransız usulü krep gibi yiyeceklerden mantı, düğün eti, patlıcan paça gibi geleneksel lezzetleri de kapsayacak şekilde sunulmuştur. Örneğin programın çeşitli bölümlerinde tambur virtz Ercüment Batanay tarafından -kendi mutfağında- uygulamalı olarak – yukarıda adı geçen- yemek tariflerinin verildiği görülmektedir.<sup>130</sup>



şekil 1: *Hanımlar Sizin İçin*

Türkiye’de televizyon ekranlarında geleneksel Türk yemek kültürü TRT bünyesinde “*İl İl Türkiye (belgesel) ve Gezelim Görelim (gezi), Yörelerimiz Türkülerimiz (gezi-müzik)* gibi gelenek kültürü merkezli programlarının içinde çeşitli yöreleri tanıtım aracı olarak varlık bulmaya başlamıştır. TRT’de yayınlanan *İl İl Türkiye* adlı belgesel, kamera taşınan şehrin tarihi, doğal güzellikleri, mimarisi, arşıları, ekonomisi, el sanatları, halk oyunları ve müziği, geleneksel sporları gibi unsurlarının yanı sıra kısmen de olsa geleneksel lezzetlerini tanıtılmıştır. Örneğin Gaziantep’in işlendiği bölümde Antep baklavası ve kebabı; Kahramanmaraş’ın yansıtıldığı bölümde de meşhur Maraş dövme dondurmasının yapılış teknikleriyle ilgili geleneğin ustalarının sesiyle bazı bilgiler aktarılarak performansları kısa bir şekilde görüntülü olarak sunulmuştur.



şekil 2: *İl İl Türkiye*

<sup>130</sup> İlgili içeriğe şekil 4’teki karekodlar aracılığıyla erişim sağlanabilir.



Diğer taraftan *İl İl Türkiye* adlı programın TRT'nin internet ortamına taşınan ve [www.trtarsiv.com](http://www.trtarsiv.com) bağlantısıyla erişim sağlanabilen resmî sitesindeki verilerin<sup>131</sup> yanı sıra YouTube adlı video paylaşım kanalının TRT Arşiv adlı sayfasındaki içeriklere göre bir değerlendirme yapıldığında bu belgesel dizilerinde geleneksel Türk yemek kültürüne geniş bir pencere açılmadığı söylenebilir.

TRT (1) ekranlarında 1985 yılında izleyicilerin karşısına çıkan ve Nuray Yılmaz'ın sunuculuğunu yaptığı *Gezelim Görelim* adlı program ise geleneksel Türk yemek kültürünün yoğun olarak işlendiği bir formatta uzun yıllar yayın yapma işlevine sahip olmuştur. Başka bir ifadeyle “Türkiye'nin kamera ve mikrofon girmedığı köyü ile ilçesinin kalmadığı” (Taşlıova, 2011, s. 127) ve 1000'den fazla yayın yapan *Gezelim Görelim*, bir gezi programı çerçevesine sıkıştırılmayacak bir genişlikte gelenek kültürünü bütüncül açıdan işlemiş ve kendisinden sonraki programlara model teşkil etmiştir. Bu bağlamda geleneksel Türk yemek kültürü de bu programda “gezilen görülen yerleri” bir tanıtım aracı olarak yer bulmuştur. *Gezelim Görelim* programı müstakil bir araştırma konusu olmakla birlikte internet arşivinden seçtiğimiz Gaziantep şehrinin tanıtıldığı 177'nci bölümü incelediğimizde geleneksel Türk yemek kültürünün nasıl işlendiğine ilişkin genel olarak şunlar söylenebilir:

Bağlamsal şartlar gözetilerek yiyeceğin üretildiği mekânın kişi, araç-gereç, yakıt, pişirme yöntemleriyle beraber sunulması (tandırdı yufka ekmek yapımı vb.); bazı ürünlerin nasıl yapıldığına dair tariflerin aktarılması; ürünlerin yapılışında kısa performansların çerçevelendirilmesi (bazlamanın sac üzerinde evrağaçla çevrilişi, katmer hamurunun ellerle baş üzerinde gezdirilerek açılıp inceltilmesi vb.); yemeğin pişmiş veya bitmiş görüntüsünün somutlaştırılması gibi temel özellikler sayılabilir. Bunlar içerisinde yemek tariflerinin sohbet havası içerisinde ilgili kaynak kişiden ya da orada bulunan ve konuşması istenen birisi tarafından gelişigüzel aktarıldığı da söylenebilir.

---

<sup>131</sup> TRT Arşiv'de Rize, Artvin, Antep ve Ağrı illerinin yer aldığı bölümler vardır (URL 25).



Şekil 3: Gezelim Görelim

TRT ekranlarından yayınlanan ve sunuculuğunu Atilla İçli'nin üstlendiği diğer bir program ise “*Yörelerimiz ve Türkülerimiz*”dir. Jenerik müziğinin potpuri olarak -bir zurna girişiyile- İlvanlım, bir şelpe açış ve Karadeniz yöresinden –kemençeyle- Ula Ula Niyazi türküsü çalınarak belleklere kazındığı bu program uzun yıllar boyunca yayın hayatını sürdürmüştür. *Yörelerimiz ve Türkülerimiz* programı *Gezelim Görelim* ile benzer formatta, başka bir deyişle gelenek kültürünün televizyon yayını için seçilen il/ilçe/yöre merkezli olarak ele alınması amacını taşımıştır. Bu doğrultuda geleneksel Türk yemek kültürü de yöresel ölçekte işlenmiştir.

Türkiye’de televizyon ekranlarında *Gezelim Görelim* türü gelenek kültürü merkezli gezi/gezgin programları, TRT’de bünyesinde devam ettirmekle birlikte özel televizyon kanallarının kurulmasına paralel olarak da farklı adlarla ve benzer formatlarda sürdürülmüştür. *Anadolu Gezgini*, (TRT), *Gez Göz Arpacık* (TRT), *Şoray Uzun Yolda* (Kanal 7), *İkbal’le Diyar Diyar* (Kanal 7), *Dolu Dolu Anadolu* (Kanaltürk), *Gezelim Tozalım* (Kanal A) bu programlara örnek verilebilir. Ayrıca geleneksel Türk yemek kültürü merkezli gezi programı niteliğinde ise *Turgay Başyayla ile Lezzet Yolculuğu* (Show Tv), *Ezgi Sertel ile Lezzet Haritası* (Star Tv), *Kadir Çöpdemir’le Geldim Gördüm Yedim* (Beyaz Tv), *Nur Viral ile Bizim Soframız* (Beyaz Tv), *Sevcan’la Lezzet Yolunda* (Show Tv), *Burada Ne Yenir* (Kanaltürk), *Kültür Aşı* (ATV) gibi yayınlar sıralanabilir.

Yukarıda sayılan programlar içerisinde ATV ekranlarından yayınlanan ve *Sofra* dergisi editörü Esra Düzdağ ile aynı derginin yazı işleri müdürü Neslihan Demir tarafından hazırlayıp sunulan *Kültür Aşı* programının üstünde ayrıca durmak gerekmektedir. Program, gezilip görülen yörelerdeki lezzetleri öne çıkarmaktan ziyade bölümlere göre belirlenen konular doğrultusunda yöresel yemeğin izinin sürüldüğü bir formattadır. Yayının başında programın o günkü bölümüne işlenecek olan yemekle ilgili kısa tarihi ve kültürel bilgilerin verilmesinin ardından kameranın söz konusu yemekle özdeşleşen yörelere çevrildiği görülmektedir. *Kültür Aşı* adlı programın geleneksel Türk yemeklerini

-televizyon kanalının belirlediği 30 dakikalık süre içerisinde- daha kültürel bir perspektifle ele almaya çalıştığı söylenebilir.

Yukarıdaki sınıflandırma dahilinde birinci grupta yer alan gezi/gezgin programlarına ilişkin şu çözümler yapılabilir:

Türkiye’de TRT öncülüğünde televizyon kamerasının Anadolu’ya çevrildiği gezi/gezgin programları, gelenek kültürünün –birçok bileşeniyle- elektronik kültür ortamına taşınması işlevi görmüştür. Bu tür programlarda geçiş dönemlerine dair uygulamalar, inançlar, halk hekimliği, giyim-kuşam-süsleme, el sanatları, halk oyunları, halk müziği, halk tiyatrosu, halk mimarisi, halk ekonomisi, mizah vb. unsurlar televizyon yayıncılığının teknik koşulları ölçüsünde (süre, yayın politikası vb.) izleyici kitlesine sunulmuştur. Taşlıova’ya (2011, s. 126) göre bu tür programlar –bazı yönleriyle- “elektronik seyahatnamedir ve sunucusu da çağdaş seyyah olarak” nitelendirilebilir. Bu doğrultuda Taşlıova, televizyonun yayın politikası çerçevesinde yönlendirilmiş veya önceden hazırlanmış bir anlayış içerisinde sunulan bu programların “elektronik derleme” olarak da görülebileceğini vurgulamıştır. Başka bir ifadeyle bu tür gezi/gezgin programları gelenek kültürü merkezli oluşan ve biriken içeriği dolayısıyla elektronik derleme sayılmıştır. Bununla beraber herhangi bir yerleşim biriminin tarihi, coğrafyası, mimarisi, ekonomisi, sosyal hayatı başta olmak üzere geleneksel kültürünün de çeşitli unsurlarıyla beraber sunulduğu bu programlar –belirli bir ölçüde ve kameranın belleğine gelişigüzel doldurulan içerikleri bir tarafa bırakacak olursak- elektronik bir monografi olarak da yorumlanabilir.

Taşlıova (2011) tarafından “elektronik derleme” olarak nitelendirilen bu yayınların ve ilgili içeriğin televizyon aracılığıyla halk yaşamına ve dolayısıyla halk kültürüne dinamizm kazandıran işlevinde dikkat çeken başka bir temel unsur ise bu tür programların öncülüğünü TRT’nin üstlenmesidir. Bu yayınlar Türkiye’de halk müziği derlemeleriyle başlayan ve radyonun (Yurttan Sesler) bunları işlevsel hale getiren (uygulamalı halkbilimi) sürecinin –daha bütüncül ve çeşitli bir içerikte- görüntülü yüzünü teşkil etmektedir. TRT’deki *Gezelim Görelim*, *Yörelerimiz* ve *Türkülerimiz* türü programlar Anadolu’nun sesli ve görüntülü derlemeleri olmuş; kayıtlara da böyle geçmiştir. Radyo çağında, ilk olarak ses kayıt teknolojileri aracılığıyla derlemelerin gerçekleştirilmesi; ardından malzemenin arşivlenmesi (notalanması vb.); üzerinde çalışılması ve prova

edilmesi; son olarak ise radyoda (canlı ya da banttan yayınlar şeklinde) bir program dahilinde işler hale getirilmesi gibi aşamaların olduğu belirtilebilir. Buna karşılık televizyon çağında ise sürecin hızlandığı, formatın değiştiği ve yeni tekniklerin geliştiği söylenebilir. Radyonun işitsellikle sınırlı yapısı, televizyonun görsel özelliğiyle giderilerek programı çekilen (derlenen) kültür varlıklarını görsel belleğin yörüngesine yerleştirmiştir.

Bu bağlamda televizyon ekranlarında halk kültürünü işleyen bu tür programların başvurduğu temel bir kaynağın geleneksel yemek kültürü olması dikkatleri çekmektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek kültürü, gezi/gezgin programlarının içeriğini doldurmaktadır. Aslında bu olgunun temelinde yazılı bağlamların bir ürünü olan gezi yazılarının (seyahatnameler) olduğu düşünülebilir. Herhangi bir köy-kasaba-şehir gibi yerleşim birimlerinin tanıtıldığı yazılı (ya da elektronik) bağlamlarda içerik, yemek ölçeği dışında tutulamamaktadır. İş, dönüp dolaşıp lokmaya ve sofraya dayanmaktadır. Bu da geleneksel yemek kültürünün, -hangi bağlama taşınırsa taşınısın- yaşadığı/yaşatıldığı bölgeyle özdeşleşen ve ayrı tutulamayan büyük bir tamamlayıcı unsur olduğunu göstermektedir.

Yazılı bağlamlardan elektronik bağlamlara tevarüs ettirilen bu olgu, televizyonun izlenebilirliğini artırmak için yemek unsurundan yararlanarak iştah kabartma çabaları veya teknikleri doğrultusunda gelişim göstererek yemeğin müstakil bir unsur olarak ele alındığı programların yanı sıra doğrudan yemek televizyonu kanallarının kurulduğu bir yapıya doğru eksen değiştirmiştir. Bu süreçte geleneksel yemek kültürü de televizyon tarihinin başlangıcından beri önemli bir içerik tamamlayıcısı olmuştur.

*Gezelim Görelim ve Yörelerimiz ve Türkülerimiz* gibi programlar özelinde ve örneğinde Türk televizyon tarihi açısından gelenek kültürü merkezli programların sunucu profili de çözümlenmesi gereken başka bir konu olmaktadır. Bu bağlamda sunucunun giyim-kuşam, saç-makyaj gibi unsurlar açısından sağlaması gereken dengenin yanı sıra yurdun insanına karşı yaklaşım tarzı çerçevesinde konuşma biçimi, onlarla özdeşleşme-bütünleşme, yabancılaşmama ve yayıncılık açısından da resmiyeti ölçüleme gibi niteliklerin belirginleşmesi önem arz etmektedir. Bu tür programları sunan kişilerin yeni tip seyyah veya –yukarıda vurgulandığı gibi- elektronik bağlamın derlemecileri olduğu düşünüldüğünde konunun değeri katlanmaktadır.

Örneğin *Gezelim Görelim* programının ünlü sunucusu ve uzun yıllar bu görevi başarıyla üstlenen Nuray Yılmaz, belirtilen profile uyan nitelikleriyle ekranların sıcak yüzü olmuştur. ODTÜ İşletme mezunu olan N. Yılmaz, sözleşmeli olarak başladığı televizyon kariyerinde çeşitli görevler aldıktan sonra hazırlayıp teklif ettiği programın kabul edilmesi üzerine Anadolu'yu karış karış gezmeye başlamış; fiziksel görünümü ve sıcak yapısıyla sarı kız lakabını almıştır. (URL 26).



**Foto 7: Gezelim ve Görelim Programı Sunucusu Nuray Yılmaz (URL 27)**

Ekşi Sözlük'te kendisiyle ilgili yapılan bazı olumlu yorumlara şöyle yer verilebilir:

kompleksiz, topuklu terlikleri ile arnavut kaldırımlarında yurumeye çalışmayan, gittiği koylerde kasabalarda konduğu insanlarla soyu tükenmekte olan sevimli hayvancıklarımışcasına konuşmayan, pek kimsenin gitmediği, filme almadığı, gitse gezse bile oyle güzel detaylarla aktarmadığı yerleri gezen, gösteren, anlatan bir programcı abla.

Şahsen takdir ediyor, erkek fatma tavrini itici bulmuyorum.

sahne makyajı ile ezber metin okuyarak artık içi dışı belgesel olmuş safranbolu (vb) yerleri gezen yeni moda "gezelim görelim" programı taktimcilerinden değil en azından.



partizan  
19.05.2003 20:40



dogal ve samimi kadin, yurt insaninin dilinden anlayan, ayni dili konusabilen sunucu. diger medya maymunlarından gerçekten çok farklı. ammavelakin, bu kadincagiz da yaşlandı! kucukken izleyip de, uzun yıllar bu programdan \* uzak kaldıktan sonra, gecenlerde bi baktik "ohoooo nuraycim noolmus sana" dedik, kendimizi tutamadık.



callisto



09.01.2003 13:14 ~ 16.10.2005 13:05

"ne tatlı bir insansındır sen nuray ablam" dedirtir. anne, baba yadığı bir program ile yıllardır sıcak yuvamızı aydınlattı anadoluyu onunla beraber gezdik hakkı ödenmez bu büyük insanın. ayrıca sabah gazetesine verdiği demeçte "20 yıldır saçım kısa, köyde fönlü gezilmez" sözleriyle bir kez daha iliğime işlemiştir.



bira



06.11.2009 21:00

**Şekil 4: Ekşi Sözlük'te Nuray Yılmaz Hakkında Yorumlar (URL 28):**

Türk yemek kültürü ve televizyon ilişkisi çerçevesindeki mevcut literatürde bu tür gelenek kültürüne ait programların üzerinde çok fazla durulmadığı söylenebilir. Başka bir ifadeyle yemek kültürü ve medya arasındaki ilişki daha çok popüler kültürün ortaya çıkardığı dinamikler üzerinden okunmaktadır. Aynı durum, büyük oranda internet ve yemek kültürü konusu için de geçerlidir. Bu çalışmanın girişinde bahsedildiği gibi yemek ve medya ilişkisi ekseninde geleneksellik boyutunun; başka bir deyişle geleneksel Türk yemek kültürünün varlık alanının etraflıca çözümlenmesi gerekmektedir. Mevcut araştırmalarda medya ölçeğinde çözümlenen yemek kültürünün gösteri biçimine dönüşen boyutunun tespiti ve tahlilinin önemine karşılık geleneksel kimliğinin konumu dijital çağda ayrıca sorgulanmalıdır.

Televizyon ve geleneksel Türk yemek kültürü tarihine tekrar dönecek olursak yukarıdaki sınıflandırmanın ikinci sırasının, televizyon ekranlarında doğrudan bir yemek programı olarak yer alanların oluşturduğunu belirtmiştik. Bu programları kendi içerisinde *gündüz kuşakları* içerisinde mutfak haline getirilen stüdyolarda yayınlananlar ile *gezi/gezgin/gurme programı* şeklinde yayına konulanlar olarak ikiye ayırabiliriz.

Türk televizyon yayıncılığı tarihine bakıldığında TRT ekranlarında 1989 yılında yapımcılığını Hüseyin Başusta'nın yaptığı *Gün Başlıyor* programı; 1990'lı yılların ortasında 2000'li yıllara kadar devam eden ve yapımcılığını Gülgün Cündübeyoğlu'nun

üstlendiği “Öğleden Önce” ve “Günden Güne” programları moda, sağlık, temizlik, giyim-kuşam, süsleme gibi temel konuları işleminin yanı sıra stüdyo içerisine kurulan mutfaklarla özellikle ev hanımlarına yönelik tariflerin ve pratik bilgilerin verildiği bir formatta sürdürülen diğer örnekleri oluşturmaktadır. (Kurtçu, 2015, s. 20).

Türkiye’de özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlamasıyla birlikte stüdyo ortamına mutfakların kurulması daha dekoratif hale getirilerek gündüz kuşakları içerisinde ev hanımlara hitap eden programların sayısında artış yaşanmaya başlanmıştır. Yemek, sağlık ve müziğin iç içe olduğu bu programlar sohbet havasında geçmiş ve programların sunucuları ise genellikle erkek şefler ya da yayınladıkları yemek kitaplarıyla ülke çapında tanınır hale gelmiş kişiler olmuştur. Bu kişiler arasında öne çıkan ilk yıldız isimlerden birisi Türkiye’de *İnterstar Tv* (1992) başta olmak üzere pek çok özel televizyon kanalında yemek programları yapan “Ümit Usta”dır. (Ümit Ömer Sevinç). Tiyatro sanatçısı Gülriz Sururi’nin ATV’deki “*A La Luna*” (1993) programı da bir dönem ünlü olan *Luna* margarinin sponsorluğunda yayınlanıp stüdyoda kurulan bir mutfakta yemeklerin yapılıp tariflerinin verildiği ve ağırlanan konuklarla sohbetlerin gerçekleştirildiği başka bir örnektir. (Kanık, 2016b, s. 244).

Bunlar dışında “*Emine Beder*” (TRT Diyanet), *Ayşe Tüter*, *Pınar’ın Yemek Zevki* (TGRT), *Nermin’in Enfes Mutfağı* (Kanal 7), *Nurselin Mutfağı* (Show Tv), *Pelin Karahan’la Neşis Tarifler* (Show Tv), *Deniz’den Mutfak Hikayeleri* (CİNE 5), *Emel Başdoğan ile Tam Tadında* (Kanal D), *Şef Arda Türkmən’in Arda’nın Mutfağı* (Kanal D), *Memet Özer ile Mutfakta* (Fox Tv) gibi programlar bu konudaki örneklerle eklenebilir.

Diğer taraftan *Vedat Milor ile Tadı Damağımda* (NTV), *Mehmet Yaşın Yol Üstü Lezzet Durakları* (CNN Türk), *Ayhan Sicimoğlu ile Gastronomi Maceraları* (bein connect/bein gurme), *Wilco van Herpen ve Yüksel Aksu* adlı iki şef tarafından sunulan *Avrupa’dan Anadolu’ya Lezzetler* (NTV), *Kültür Aşısı* (ATV), *Cüneyt Asan ve Adnan Şahin ile Halkın Mutfağı* (NTV) adlı programlar ise gurmeler, şefler-diğer profesyoneller veya akademisyenler-yazarlar tarafından gezi ve yemek düzleminde yürütülen bir niteliğe sahiptir. Başka bir ifadeyle bu programlar, yeme konusunda uzmanlaşmış kişilerin gastro-gezi veya gastro-turizm anlayışıyla geleneksel Türk yemek kültürü dahil olmak üzere dünya mutfağına da kapı aralayan özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan Mehmet Yaşın’ın *Yol Üstü Lezzet Durakları* programı yerel düzlemde gerçekleştirilmiştir. Ayhan

Sicimoğlu'nun programı ise genellikle farklı ÷lkelerin yemek k÷ltürlerini ekranlara yansıtılmıştır. Vedat Milor'un *Tadı Damağımda* programı ise İstanbul başta olmak üzere Anadolu'nun çeşitli merkezlerinden seçilen restoran ve lokantaların geleneksel yemekler dahil farklı ve yeni lezzetlerini de kapsayan bir formatta uzun bir dönem varlığını sürdürmüştür. Milor, misafir olduğu mekanlarda yediği yemeklere fiyat ve atmosfer (ambiyans) açısından notlar vererek programın izleyicilerine mekânın tavsiye edilebilirliği üzerine fikirlerini aktarmıştır.

Tespit ve kanaatimize göre *Tadı Damağımda* programının medya ve yemek k÷ltürü açısından esas işlevi –bu çalışmada sonraki bölümde çözümleneceği gibi- dışarıda yemek olgusuna dair mekân seçiminde önemli bir rehber olması; bu doğrultuda bir ölçüt ve bellek oluşturmalarıdır. Başka bir ifadeyle *Tadı Damağımda*, geleneksel Türk yemek k÷ltürü başta olmak üzere lezzet keşiflerinin gerçekleştirilmesi adına bir hareket ve referans noktası oluşturmuştur. Ekrandaki iştah kabartan görüntülerin gerçek yaşamdaki izi sür÷lmüştür. Bu bağlamda *Tadı Damağımda*, sosyal medyanın yaygınlaşması ve özellikle “Instagram'ın bir çeşit yemek rehberine dönüşmesinin” (Alpyıldız, 2019, s. 113) öncesinde, “sonradan gurme” (!) lakaplı kişilere bu mecralarda yürütülecek faaliyetlere dair bir işaret fişegi yakmasının yanı sıra lezzetli yemeğin fiziksel takibini yapan insanlara da elektronik ve (sonrasında) dijital medyanın “nerede ne yenir” sorusunun çözümüne olumlu yanıtlar verme işlevinde bulunmuştur. Başka bir deyişle bu program, ekranlardan izleyicinin iştahını kabartma anlayışının yanı sıra gerçekten seçici bir damak tadına sahip olduğu şüpheli kişiler tarafından önlerine konuların oburca yenilip, yemeğin ve mekânın güzellmelerinin yapıldığı türdeşlerinden ayrı gör÷lmelidir.

Türkiye'de çeşitli televizyon kanallarında yemek programları yayınlamanın ötesinde doğrudan yemek kanalı şeklinde yayın yapan örnekler bulunmaktadır. *24Kitchen TV*, *Food Network*, *Planet Mutfak* ve *Turkmax Gurme (beIN Gurme)* Türkiye'de 24 saat yayın yapan önemli televizyon kanallarıdır. Bunların bir kısmı yurtdışı merkezli yayın yapan kanalların farklı ÷lke televizyonlarına aktarımından oluşmaktadır. *24Kitchen TV*, 2012 yılında Türkiye'de D-Smart ve kablolu kanallarda yayınlanan ilk yemek kanalı olarak bilinmektedir. Fox International Channels'a ait olan ve 24 saat yayın yapan bu kanalda program içerikleri çeşitli dönemlerde değişmekle birlikte mevcut dönemde yayınlanan programlar şunlardır: Yabancı şeflerin tarif ve performanslarını içerip dublaj ile aktarılan “*Donal'ın Aile Mutfadı*”, “*Rachel Khoo ile Çikolatalı Tarifler*”, “*Martha'nın Fırını*”,



“*Topraktan Sofraya*”; gezi/gezgin yemek programları türünde “*Gordon, Gino ve Fred Yolda*”; yemek yarışması ve eğlence türü olarak “*Top Chef*”, “*Jamie ve Jimmy ile Yemek Düellosu*” örnek verilebilir. Bunların yanı sıra Türkçe programlar ise “*Lezzetin İzinde (gezi-yemek)*”, “*Şerife Aksoy ile “à la şerife*”, “*Maksut Aşkar’ın Lezzet Sanatı*” adlı yayınlardır. (URL29). Amerika Birleşik Devletleri’nde 1993 yılında kablolu yayın olarak kurulan *Food Network* ise Türkiye’de 2013 yılından itibaren D-Smart ekranlarında yayınlanmaktadır. *Food Network* ekranlarında “*Çıplak Ayaklı Kontes*”, “*Köklere Dönüş*”, “*Iron Chef America*”, “*Doğra*”, “*Mutfak*” gibi (Kanık, 2016b, s. 248) gibi programlar, zaman içerisinde yenilerinin de eklenmesiyle çeşitli formatlarda yayına konulmaktadır.

2013 yılında yayın hayatına başlayan *Planet Mutfak* ise Türkiye’deki (24 saat yayın yapan) ilk yemek kanalıdır. Yurt dışından ithal edilen programların doğrudan yayınlanmasından ziyade onlarla benzer formatta programların yayınlandığı *Planet Mutfak* kanalında “*Bir Vejetaryenin Not Defteri, Evdeki Şef, Yemek Hazır, Damanın Dünyası, İtalyan İşi, Yol Üstü Lezzetler, Mutfakta Tek Başına, Elif ile Kaynasın Tencereler, Pasta Canavarı, Hayatın Tadı, Babür Gür ile Sağlıklı Yaşam*” adlı programlar öne çıkmaktadır. Bunların yanı sıra Danillo Zanna’nın Türkçe sunduğu *İtalyan Şef* programı da İtalyan ve Türk yemeklerinin zaman zaman sentezine varan bir yapıda sunulmaktadır. (Kanık, 2016b, s. 249). Digitürk platformundaki bir yemek kanalı olan *Turkmax Gurme*’de (daha sonraki ismiyle BeIN Gurme) ise “*Arda’nın Mutfağı*”, “*Doğa’dan Tatlar*”, “*Dr. Öz Show*”, “*Küçük Mutfak Sırları*”, “*Lezzet Büyücüsü*”, “*Sedef’le Doğal Lezzetler*”, “*Şehirli Sofralar*”, “*Wilco’yla Yaşasın Yemek*”, “*Yemek İşi*” gibi diğer örneklerle benzer programların yayınlandığı belirtilebilir.<sup>132</sup> BeIN Gurme ekranlarında geleneksel Türk yemek kültürüne dair dikkat çeken program ise Türk şef Doğa Çitçi’nin “*Gaziantep Mutfağı*”dır.<sup>133</sup>

Televizyon endüstrisi içerisinde *Reality TV (realite televizyon)* olarak adlandırılan melez bir programcılık türü içerisinde yemek kültürü, yarışma formatında da sunulmaktadır. Kısaca tanımlamak gerekirse *Reality TV*, yazılı bir metne bağlı olmaksızın elektronik dünyada yıldızlaşmış veya kurgusal olarak kahramanlaştırılmış insanlardan ziyade gerçek

<sup>132</sup> Yemek kanallarındaki programlarla ilgili genel değerlendirmeler için ayrıca bakınız: Kurtçu, 2015; Kanık, 2016b.; Erzurum, 2018.

<sup>133</sup> Türkiye’de yemek kanallarında Türk şeflerin programlarının geleneksel Türk yemek kültürü açısından incelenmesi, bu çalışmanın kapsamını aşan bir konudur.

hayattaki sıradan insanların eğlence, mizah, sağlık, aksiyon, suç, dram gibi kategorilerde ekrana taşındığı bir programcılık türüdür.<sup>134</sup> Realite program yapımı, “olduğunu gör” (see it happen) tarzında kitlesel çekicilik üzerine kurulmuştur. *Survivor (CBS)*, *Big Brother (CBS)*, *Changing Rooms (BBC)*, *Cops (Fox)*, *Animal Hospital (BBC)*, *Airport (BBC)*, *Popstars (ITV)* ve *The Osbournes (MTV)* gibi uluslararası arenaya taşınmış çeşitli içerikte programları vardır. (Hill, 2005, s. 2, 14, 39). Annette Hill (2005, s. 24) realite program yapımını gelişimsel seyri açısından üçe ayırmıştır. Birincisi, *suç ve acil servis* içerikli olanlar; ikincisi *popüler gözlemsel belgeselcilik (docusoaps)* ile -ev ve bahçe düzenlemelerini içeren- *yaşam tarzı programları*, üçüncüsü de *reality gameshows (realite yarışma)* şeklinde sıradan insanların yerleştirildiği programlar.

Yemek yarışmaları ise *realite televizyon* türünün çıktılarında birisi olarak gösteri dünyasının büyüdüğü dünyasına eklenmiştir. Bu programlar, “*yaşam tarzı programları*<sup>135</sup> ile *reality yarışmaların*” sentezinden oluşturulmuştur. (Tutar ve Durukan, 2020, s. 352). Türk televizyon kanallarında yayınlanan yemek yarışmaları *Yemekteyiz (Show TV)*, *Master Şef Türkiye (Tv8)*, *Şef Akademi (Fox Tv)*, *Ver Fırına (Tv8)*, *Şeflerin Düellosu (Show Tv)*, *Annem Söyler Ben Yaparım (TRT Avaz)*, *321 Pişir (Kanal D)*, *Zuhal Topal’la Sofrada (Fox Tv)*, *Gelinim Mutfakta (Kanal D)*, *En Hamarat Benim (Fox Tv)* gibi örneklerdir. Bu programların büyük çoğunluğu format olarak yabancı televizyon kanallarından ithal edilmiştir. Örneğin Türkiye’de 2008 yılında televizyon ekranlarına yansıyan *Yemekteyiz (Show TV)* programı, İngiltere’de yayınlanan “Come Dine With Me” adlı yemek yarışmasından uyarlanmıştır. (Erzurum, 2018, s. 123).

Yemek yarışma programlarında geleneksel yemek kültürünün konumunun irdelenmesinden önce bu tür programların –genel olarak- yemeği, bir kültür biçimi olarak nasıl sundukları da tartışma konusu yapılabilir. Başka bir ifadeyle televizyon ekranlarındaki bu programlarda gerçekten öne çıkarılan unsur yemek mi yoksa yemek, sadece gösteri dünyasının iştah kabartan ve dikkat çeken temel bir öğesi olarak mı kullanılıyor sorusu yöneltilebilir. Hareket ve hedef noktasının yemek olarak belirlendiği bu güzergahta makasın sıklıkla değiştirildiği görülmektedir. Yemek, bir kültür birikimi olarak sunuluyor görünmesinin ötesinde uğruna para ve şöhret kazanılacak bir araca

<sup>134</sup> Reality TV tarihi ile ilgili ayrıntılı bilgi için bakınız: Hill, 2005.

<sup>135</sup> Yaşam tarzı programları, sıradan insanların boş zamanlarında ilgi alanlarına yönelik olarak bahçecilik, açılılık, moda, ev tadilatı gibi faaliyetleri kapsamaktadır. (Hill, 2005, s. 29).

dönüştürülmektedir. Bu doğrultuda bu tür yemek yarışma programlarında söz düelloları, şeflerin sert davranışları ve yorumları gibi örnekler sıklıkla yaşanmaktadır. Yarışmacıların birbirlerinin evlerine misafir olduğu *Yemekteyiz* ve benzeri programlarda pişen bir yemek ile ilgili değerlendirmeler ve puanlamalar rakiplerin yükselmesini önleyecek şekilde yapıldığından seyirci kısır bir tartışmanın ortasına bırakılmaktadır. Yarışmacılar çoğunlukla önlerindeki yemeği değerlendirilmek yerine yemek üzerinden polemik yaratmakla meşgul olmakta ve bu da bu tür programlarda bir taktik haline gelmektedir.

Diğer taraftan ilk olarak 1990 yılında İngiltere’de yayınlanmaya başlayan ve pek çok ülkeye ihraç edilen *MasterChef* ise profesyonel şeflerin karşısında yer alan yarışmacıların performanslarına dayalı olarak yaratılan bir yarışma programıdır. Bu tür bir programla, televizyonda yemek unsurunun gündüz kuşağı içerisinde ev hanımlarına yönelik olarak uzun yıllar boyunca gerçekleştirilen sohbet ve yemek tarifi eksenli örneklerinin farklı bir perspektifle dışına çıkılmaktadır. Başka bir deyişle ekranlara yeni bir soluk getirilmektedir. Türkiye uyarlaması 2011 yılında Show TV’de başlayan *MasterChef* programı 2018 yılında TV8 ekranlarında geçerek yayın hayatını bu kanalda sürdürmektedir.

*MasterChef* ve benzeri programlar müstakil olarak pek çok yönden çözümlenecek bir yapıya sahip olmakla birlikte temel olarak şu noktalar üzerinde durulabilir: Türkiye ayağıyla ilgili bir çerçeve çizmek gerekirse *MasterChef*, hareket noktası ve yayılış biçimi açısından popüler kültür unsurlarıyla bezenen; konusu –şeflerin karşısında- yemek pişirmek olarak belirlenen bir televizyon yarışma programıdır. Hekimoğlu’na (2020, s. 3516) göre “profesyoneller ve amatörler arasındaki mesafenin belirginleştirildiği, maliyet kaygısını reddeden rafine lezzetlerin yanı sıra üstün ve seçkin mutfak teknikleri” gibi unsurların yansıtıldığı bu program, “çoğu kez eşitsizliğin, güç asimetrisinin ve iktidar belirtkelerinin gizli olmadığı bir televizyon şovuna dönüşmüştür”. Başka bir ifadeyle bu tür programlar örneğinde televizyon endüstrisi içerisindeki içerik akışı, farklı rotalara saptırılmıştır.

*MasterChef (Türkiye)* programı ve geleneksel Türk yemek kültürü ilişkisine dair ise şunlar söylenebilir: Genel anlamda *MasterChef (Türkiye)* programında yöresel Türk yemekleri, yarışmayı tamamlayan bir unsur; Türk seyircisini motive eden ortak bir payda;

yarışmacıların eğitimine katkı yapan ve ulusal bilincin zaman zaman altını çizen bir faktör olarak işaretlenmektedir. Örneğin bazı bölümlerde yarışmacılara herhangi bir geleneksel lezzetin ya da bazı geleneksel yemeklerin yapılacağının duyurulmasının ardından dağıtılan tarif kağıtlarıyla onların bilgi ve fikir edinmesi sağlanmakta; jürinin de zaman zaman sözlü ya da fiziksel müdahaleleriyle belirlenen yemeklerin nasıl yapılacağına dair bir Şekil izilmektedir.

Diğer taraftan *MasterChef (Türkiye)* programının bazı bölümlerinin merkez stüdyo dışına taşındığı; Türkiye'nin seçilen Őehirlerine gidilerek tarihi mekanların stüdyoya dönüştürüldüğü de belirtilebilir. Örneğin Erzurum'un program çekimleri için merkez seçildiği 86'ncı bölümde *ifte Minareli Medrese*'nin avlusunun ses, ışık ve dekor düzenlemesiyle mutfak stüdyosuna dönüştürüldüğü ve yörenin belirlenen geleneksel yemeklerinin yarışmada yapılmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer Şekilde *MasterChef (Türkiye)* programının bazı bölümlerinin Gaziantep, Kilis, Konya, Bursa gibi mutfağıyla öne çıkmış Şehirlerde de çekildiği belirtilebilir.



**Şekil 5: MasterChef (Türkiye)**

Yukarıdaki örnekler orijinal formatından uyarlanarak herhangi bir ülkenin televizyon yayıncılığı içerisinde ekranlara taşınan küresel bir yemek yarışması programının tekrar bir kimlik bulan yapısını veya taşındığı kültüre özgü biçimlenen karakterini sergilemektedir. Geleneksel Türk yemek kültürü açısından çözümlendiğinde *MasterChef (Türkiye)* programının merkez stüdyosundaki çekimlerin çoğu bölümünde geleneksel yemeklerin –daha önce belirtildiği gibi- televizyon dünyasında erimesine karşılık Türkiye'nin çeşitli Őehirlerine kameranın yerleştirildiği bölümlerde geleneksel Türk yemek kültürünün daha ön plana ıkarılacak Şekilde işlenmeye başlandığı ifade edilebilir. Bununla birlikte bu örnekler *MasterChef (Türkiye)* programının gezi-yemek yarışma eksenine zaman zaman kaydđını da göstermektedir.

Türkiye’de televizyonlardaki yemek yarışmaları ve geleneksel yemek kültürü ilişkisi açısından genel olarak şunlar ifade edilebilir: Bu tür programların çoğunda yemek, merkezi bir konumda görünmesine karşılık aslında kapı ardından dolandırılmakta; söz dalaşı, dedikodular, entrikalar, ihtiraslar, kıskançlıklar, gruplaşmalar alttan alta merkeze yerleştirilmektedir. Bu bağlamda medya ve iletişim alanındaki (hatta yemek/mutfak alanı dahil) mevcut literatüre veya yazılı-görsel basına bakıldığında bu tür programların incelendiği yayınların birçoğunun yemeğin yörüngesinden çıktığı görülmektedir. Bu hususta Murray (2013, s. 193) “çok az bilim insanının yemek televizyonunun yemeklerini gerçekten incelediğini; “yemeğin kendisinin -neyin hazırlandığı, satıldığı ve tüketildiği ve televizyonda görsel ve söylemsel olarak nasıl çerçeveselendiğinin- çoğunlukla göz ardı edildiğini” belirtmektedir. Başka bir ifadeyle televizyondaki yemek yarışmalarında öne çıkarılması ve bu doğrultuda akademik araştırmalarda çözümlenmesi gereken yemek (ve kültürü) olmalıdır. Buna karşılık yemek, bu tür programlarda çoğu zaman televizyon endüstrisinin potasında eri(til)mektedir. Televizyondaki yemek yarışmalarında geleneksel yemek kültürünün varlık alanı ve biçimi ise çoğu zaman belirsizleşmektedir.

Geleneksel yemekler, televizyon endüstrisinin folklorlaştırdığı, medyatikleştirdiği, metalaştırdığı, şeyleştirdiği ve yapaylaştırdığı bir unsur olarak kullanılmaktadır. Televizyon endüstrisinin gözünde geleneksel yemekler, içeriğin doldurulduğu bir malzemedir. Popüler kültür nesnesidir. Bilindik öğelerle toplumun dikkatini çekici, izleyici toplayıcı ve özdeşlik sağlayıcı faktördür. Programcı ve yarışmacılar açısından ise iş kotarma figürüdür.

Diğer taraftan bu tür programlarda gelenek kültürüyle örtüştürülemeyecek dışavurumlara zaman zaman rastlanmaktadır. Yemeğin bir nimet olduğunun kolektif bilince kodlanmış değerlerinden sıyrılarak iğrenme ve tikslenme tepkilerinin bir sunum ya da davranış biçimi olarak tasvir edildiği görülmektedir. Yemeklere yapılan eleştirilerin vasatlık düzeyini aşmadığı; laf olsun türünden yorumların kümelenildiği; kendini beğenmişliğin sınırlarının zorlandığı; görgüsüzlüğün normalleştirildiği bir yapı inşa edilmektedir. Ayrıca düşük kurgu ve yapay karakterle gelin kaynana ilişkisinin manipülasyonu da söz konusudur.

Özetle, çalışmanın bu bölümünde medya ve yemek kültürü ilişkisi temelinde internete ve dolayısıyla dijital kültüre uzanan sürecin öncülü olarak elektronik kültür bağlamlarına taşınan/aktarılan yemek kültürü dünyada ve Türkiye'deki örnekleriyle tarihi ve teorik yaklaşımlar çerçevesinde incelenmiştir.

### 3. BÖLÜM: SANAL-DİJİTAL BAĞLAMDA GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ

Dijitalleşme ekseninde yeniden biçimlendirilen yeni dünya düzeninde bilgi, eğitim, iletişim, kültür, ekonomi, sağlık, müzik, spor, oyun, eğlence, siyaset gibi pek çok unsur çağın teknik özelliklerine paralel olarak yapılandırılmaktadır. Temeli biyolojik/fizyolojik bir basamağa dayanan ve her türlü gösterge biçimiyle büyük bir kültür biçimine evrilen yemek de dijital kültür çağının orkestrasında yer alan ve tekrar akortlanan enstrümanı olmaktadır. Bu bağlamda dijital çağda geleneksel Türk yemek kültürü de bilgi, beceri, yaratıcılık, üretim, tüketim, alışveriş, reklam, pazarlama gibi etkenler açısından çeşitli değişim ve dönüşümlerle sürdürülmektedir. Bu çalışmanın genel amacı da –daha önceden de vurgulandığı gibi- bu boyutu sorgulamaktır.

Çalışmanın bu bölümünün ilk etabında yemek kültürünün internet bağlamına taşınmasının genel bir tarihsel gelişimi işlenecek; ardından sanal-dijital platformlardaki geleneksel Türk yemek kültürünün varlık alanına dair genel bir saptama ve buna bağlı da bir sınıflandırma yapılacaktır. Başka bir ifadeyle dijital dünyanın yayın organlarında geleneksel Türk yemek kültürünün durum tespiti –dünyadaki genel yapı ve işleyiş de dikkate alınarak- ortaya konulacaktır.

### 3.1. Tarihsel Arka Plan: Yemek Kültürü ve İnternet İlişkisi

İnternet teknolojisinin ilk basamağı olan ve kullanıcının pasif alıcı olarak konumlandırıldığı web 1.0 aşamasının, kullanıcı deneyiminin aktif bir çizgiye taşınarak içerik üretilebilen ve paylaşılabilen web. 2.0 teknolojisine erişmesi, insan yaşamında pek çok unsuru biçimlendirmektedir. İkinci nesil internet hizmeti olarak tanımlanan web.2.0'ın kullanıcılara açılan kapısından içeri giren başlıca unsurlardan birisi de yemek kültürü olmaktadır. Başka bir ifadeyle web. 2.0, dijital bağlamlarda yemek kültürünün gelişmesine katkı sağlamakta; yemek ise içerik yaratıcılarının ve kullanıcıların meşguliyetini oluşturmaktadır. Web. 2.0 düzeyinin devreye girmesiyle birlikte internet ortamında çeşitli tartışma forumları, wiki'ler ve bloglar aracılığıyla yemek tarifleri vermek ve beslenme önerileri sunmak gibi kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesinin olanakları bazı çerçevelerle sağlanmaktadır. Yemek bloglarının ve çevrimiçi tartışma forumlarının sayıca hızla artmasının, yemekle ilgili sosyal medyadaki içerik paylaşımlarının oluşturulmasına ve mobil uygulamaların geliştirilip kullanılmasına yörünge tayin ettiği belirtilebilir.

Dünyada yemek kültürüne odaklanmış internet ağlarının geçmişi, 1995 yılında kurulan ve yemek tarifleri merkezli içeriğiyle öne çıkan *Epicurious* adlı dijital yemek platformunun yanı sıra yine yemeğe ayrılmış ilk çevrimiçi tartışma forumlarından biri olan Chowhound'un kurulduğu yıl olan 1997'ye kadar götürülmektedir. *Chowhound* adlı ağ, yemek alanındaki profesyoneller ve amatörler tarafından tartışmak, derecelendirmek, soru sormak ve cevap bulmak gibi faaliyetlerle güçlü bir sanal gıda toplulukları üreticisi olarak işlev görmüştür. 2006 yılında "Yemek için gel. Sohbet için kal" mottosuyla kurulan başka bir platform olan *BakeSpace* ise dünyanın dört bir yanından toplanan insanların yemek tarifleri paylaşmak, yeni arkadaşlıklar kurmak, bilgi alışverişi yapmak ve kendilerini ifade etmek için bir araya geldikleri çevrimiçi bir topluluk olarak faaliyette bulunmuştur. (Rousseau, 2012, s. 6).

#### 3.1.1. Yemek Blogları ve İşlevleri

Web. 2.0 teknolojisinin ilk evresinde yemek kültürünün yer bulduğu diğer bir platform ise bloglar olmuştur. Başka bir ifadeyle "internetin ortaya çıkışından bu yana yemek blogları, amatörler ve profesyoneller tarafından yemek ve yeme hakkında yazmanın özellikle popüler bir yolu olarak kullanılmıştır. Bir araştırmaya göre 2013 yılına kadar en



yaygın blog kategorilerinin bir listesinde yemek, en yaygın sekizinci konu olarak gösterilmiştir. (Lupton, 2018, s. 69).

İngilizcedeki *web* ve *log* sözcüklerinin birleşiminden oluşan bloglar *Cambridge Dictionary*'de “bir kişinin veya grubun düzenli olarak her gün sıklıkla yeni bilgiler koyduğu bir web sitesi; web günlüğü” şeklinde tanımlanmıştır (URL30). Weblog terimi, ilk kez Amerika'da 1997'de Jorn Barger tarafından kullanılmış; blog şeklinde kısaltılmış ifade ise 1999'da Peter Merholz tarafından kendi internet sitesi üzerinde “we blog” (blog yapıyoruz) biçiminde dolaşıma konulmuştur. (Cantek, 2011, s. 12).

Web günlüklerinin ortaya çıktığı ve yaygınlaştığı dönemde kullanıcıların güncel olayların yanı sıra çok çeşitli konularda yorumlar yazma, çözümlemede bulunma, etkileşime girme gibi özellikleriyle -web. 2.0 teknolojisi bağlamında- “hem tek yönlü hem de iki yönlü iletişim biçimleri olarak hareket edebilen” (Kaye, 2005, s. 75) bir alan olduğu vurgulanmıştır. Bütüncül olarak blogların kullanım işlevleri ise yeni bir gazetecilik türü olduğunun düşünülmesi; ana akım medyayı dürüst bir çizgide tutmaya zorlaması; sohbet-konuşma temelli radyonun metin versiyonu olarak görünmesi; liberal medyadan kaçmak isteyenler için sığınacak liman olması; topluluk duygusu oluşturma ve bilgiye erişim kolaylığı sağlaması şeklinde kümelenmiştir. (Ayrıca bakınız: Kaye, 2005, s. 76-77). Kişisel ve özgür bir faaliyet alanında konumlanan blogların, zamanla çeşitli şirketler ve kurumlar tarafından da halkla ilişkiler, pazarlama, reklam gibi amaçlarla oluşturulduğu belirtilebilir.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde işlendiği gibi elektronik medya araçlarının yemek tariflerinin iletilmesinde yazılı bağamlardan miras aldığı belirgin işlevleri olsa da medyanın profesyonelleşme ve kurumsallıkla örülen duvarlarının aşılması, yeni internet teknolojisinin sıradan ve kişisel katılıma sağladığı olanaklar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. J. Lofgren (2013, s.y) tarafından ifade edildiği gibi “blog yazmak ve özellikle yemek blogları yazmak, bir tepki biçimi olarak ve ortak yemek tarifi paylaşma geleneklerini yeniden kurma arzusuyla insanların yemek hakkında profesyonel olmayan bir kapasitede bilgi paylaşımları için yeni ve uygulanabilir bir yol olarak ortaya çıkmıştır”.

Konuları, kullanım alanı, amacı, işlevleri ve sahiplik yapısı gibi farklılıklar taşımasına karşılık blogların temel unsurlarından birisi ise yemek kültürüdür. Başka bir deyişle

blogların kategorilenmesinde veya “yerleşik bir tür (established genre)” (Lofgren, 2013) olarak öne çıkan alanlarının başında yemek blogları gelmektedir.

Yemek bloglarının temel karakteristiği, ilk görünüşü ve belirgin ilk işlevi yemek tarifleri merkezli bir oluşum sergilemesidir. Yemek tarifleri yazmanın, yazılı-basılı bağlamlar açısından yüzlerce yıllık geçmişinin daha dinamik bir yörüngeye oturtularak dijital araçlara göçürülüşünü temsil eden bloglar (yemek blogları), yazının sıkıştırdığı sosyal çevrenin ötesinde daha geniş kitlelere ulaşılabilen ve geri bildirim alınabilen olanaklar yaratmıştır. Başka bir ifadeyle yemeği, zamanın ve mekânın ötesine taşıyarak kayıt altına alma amacının temel bir çıktısı olan yemek tarifi yazmanın tarihsel ve teknolojik olarak zemini çeşitlenmiştir. Bilgiyi paylaşma ve öğrenme araçlarına yenilerinin eklenmesinin göstergesi olan blogların, -başlangıç işlevi olarak- yemek tarifleri eksenli yemek kitapları geleneğinin bir devamını oluşturduğu belirtilebilir. Bağlamlar arası geçiş veya bağlamlararasılık açısından önemli olan bu olgulara paralel olarak blogların, alternatif bir bilgi kaynağı/belleği olma ve farklı bir araçla bilgi akışı sağlama işlevinde bulunduğu da eklenebilir.

Yemek tutkunlarının blog yazma nedenlerini çözümleyen Isabelle de Solier (2018, s. 59) dijital dünyadaki yaratıcı üretim sürecine katılma gibi temel bir amacın yanı sıra “yemek blogunun kişisel işlevi olarak yemek yoluyla kendi oluşumlarını belgelemek; blogun halka açık bir işleviyle bilgi ve yaşam tarzı tavsiyelerini başkalarıyla paylaşmak” şeklinde temel çözümler yapmaktadır. Bu bağlamda bir mutfak deneyimi hakkında fotoğraf çekmek veya yazı yazmanın “dijital gastronomik hatıralar” (De Solier, 2018, s. 59) ve hafızalar oluşturan işlevinin, geniş ve farklı kitlelerle bağlantı kurabilmeye kadar uzandığı belirtilebilir.

Yemek tarifleri paylaşabilmenin en pratik ve en belirgin araçlardan biri olan blogların, medyadaki profesyonellik kriterine ve bu doğrultudaki yerleşik algıya meydan okunduğu başlıca bir araç olarak öne çıktığı vurgulanabilir. Bu hareketin merkezinde ise genellikle yemek pişirmenin profesyonel sınırları dışında tutulan kadınların başı çektiği söylenebilir. Bu doğrultuda yemek bloglarının birinci cephesi içerisinde kadınların etkin bir rol oynadığı gözlenmektedir. Benzer bir ifadeyle yemek blogları, -belirtilen yönüyle- kadınların mutfaktaki bilgi ve yaratıcılığının dijital kültür alanı içerisinde sergilendiği

yemek tarifleri ağı görünümündedir. Bu açıdan bloggerların önemli bir çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. (Alpyıldız, 2019, s. 110-111).

Bloglar ve yemek kültürü ilişkisine dair çerçeve internet teknolojisinin gelişmesine, tür olarak çoğalmasına ve türler arasında işlevsel göçürme yapılmasına paralel olarak ilerleyen dönemlerde genişleme göstermiştir. Kullanıcı profillerinin çeşitlenmesi ile bloglarda ülkenin mutfağıyla öne çıkan kentleri; bölgelere ayrılmış kent merkezleri (örneğin İstanbul Avrupa Yakası); yemek türleri (deniz mahsulleri, kebablar, çorbalar, tatlılar vb.) gibi başlık veya içeriklerle restoran eleştirileri, mekân önerileri ve lezzet tanıtımları yapılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte “yemek blogcularının yetenekli ev ev aşçıları veya yemek gazetecileri olmanın ötesinde genellikle yaşam tarzı etkileyicileri veya yaşam koçları, beslenme uzmanları ve kişisel eğitmenler” (Tiusanen, 2021, s. 1383) olarak öne çıktıkları da belirtilebilir.

Yemek bloglarında tarif paylaşmak ve restoran incelemeleri yapmak hususunda temel bir tartışma alanı açılmaktadır.<sup>136</sup> İnternet teknolojilerindeki gelişmenin sosyal katılımı artırması ve içerik üretimine dahil olunmasının bir tür demokratikleşme göstergeleri arasında sayılabileceği anlayışıyla, medyaya uzanan temsil biçiminin profesyonel ve amatör arasındaki ayrımı zaman zaman bulanıklaştırdığı düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel medyadaki yemek uzmanlarının faaliyet alanlarının ve yemek konusundaki kıstaslarının örüldüğü zincirlerin yemek bloglarıyla -bloggerlar tarafından kırıldığı belirtilmektedir. Bu noktada yemek tarifleri vermenin değişen bağlamına karşılık tarifleri alımlayıcı kitlesi konusunda temel bir itiraz yoğunluğunun oluşmadığı; “restoran medyasının demokratikleşmesinin profesyoneller arasında mutfak medyasının demokratikleşmesinden daha fazla endişe kaynağı olduğu” (De Solier, 2018, s. 59) vurgulanmaktadır. Daha açık bir ifadeyle bloglarda yemek tarifi paylaşımında bulunmak uzmanlarca hoş görülebilen (!) bir faaliyet biçimi olarak değerlendirilirken restoran incelemeleri yapmak profesyonellik gerektiren bir alanla sınırlandırılmaktadır. De Solier’e (2018, s. 59) göre “bloglardaki restoran incelemeleri ile profesyonel medyadaki

<sup>136</sup> Bu tartışmaların birinci cephesinde, söz konusu değişimin savunucuları tarafından “demokrasi için muazzam bir darbe ve mutfak dünyasının seçkin derebeylerine karşı geç kalmış bir ayaklanma” fikri varken; ikinci cephesinde ise yeni medyanın olanaklarının yalnızca mevcut hiyerarşileri yeniden üretmeye hizmet ettiği ya da gastronomik uygulamalar ve zevk alma alanında yeni hiyerarşiler yarattığının iddia edilmesi bulunmaktadır. (Vasquez, ve Chik, 2015, s. 234-235).

incelemeler arasındaki temel farklardan biri, ikincisinde uzmanın kararının nihai olmasıdır. Buna karşılık amatörün kararı ise yorumlar üzerinden tartışmaya açık hale gelerek restoran eleştirisini daha diyalojik bir türe dönüştürmektedir”. *Chowhound, Yelp* ve *UrbanSpoon* gibi amatör restoran incelemelerini toplayan web siteleri ve uygulamalar göz önünde bulundurulduğunda bu fikrin geçerliliği belirgindir.

Yemek bloglarına dair üzerinde durulması gereken diğer bir husus ise dijital dünyada yemek blogları oluşturma ve bu platformlarda yazmanın profesyonel olmayan bir çizginin dışında da uygulanabilir bir alan açmasıdır. Blog yazarlarının kendisini aşması durumunda gazetelerde köşe yazarlığı, televizyonda program yayıncılığı ve reklam yüzü olmak gibi çeşitli sektörlerde istihdam edilmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu bağlamda blogların, birer sıçrama tahtası olarak işlev gördüğü de eklenebilir. Bir yemek bloggeri olan ve şu anda *Saveur* çevrimiçi yemek sitesinin direktörlüğünü yapan Ganda Suthivarakom tarafından “yemek bloglarının oyun alanını düzleştirdiğinin; nadir ve erişilmez bir söz sahibi basılı eleştirmen grubu yerine birdenbire farklı beceri seviyelerine ve ilgi alanlarına sahip binlerce ses devreye girdiğinin” ifade edilmesi bu açıdan dikkate değer olmaktadır. (URL31).

Yemek ve internet ilişkisi kurulmasının önemli öncüllerinden birisi olarak yemek bloglarının diğer bir işlevi ise J. Lofgren (2013) tarafından işaret edildiği üzere yemeğin görüntü odaklı doğasının Instagram ve Pinterest gibi platformlar aracılığıyla genişletilmesinde ve yemek fotoğraflarının paylaşılmasının popüleritesinde önemli bir rol oynamasıdır. Bu bağlamda yemek bloglarının diğer internet platformlarına fikirsel bir hareket noktası oluşturduğu ve yeni platformların altyapılarıyla bu evrimin sürdürüldüğü belirtilebilir.

Özetle yemek bloglarında yemek pişirme deneyiminin eski ya da icat edilmiş tariflerinin, restoran incelemelerinin, kişinin seyahat izlenimleri arasında bulunan restoranlar hakkındaki tavsiyelerinin, yemekle ilgili etik konuların, yemek fotoğrafçılığının ve bazı yemek kitabı incelemelerinin yer aldığı vurgulanabilir.

### 3.1.2. Yemek Arama ve Keşfetme Ağları

İnternet ve yemek ilişkisi temelinde ele alacağımız diğer bir konu ise restoran arama ve keşfetme rehberleridir. Bu doğrultuda en güçlü örnek olan *Zomato*, internet sitesi ve mobil uygulama üzerinden menü, fiyat ve müşteri yorumları gibi içerikleriyle tüketicilere deneyim yaşatmaya dönük işlev görmektedir. Orijinal veya ilk adı *Foodiebay* olan *Zomato*, 2008 yılında Deepinder Goyal ve Pankaj Chaddah<sup>137</sup> tarafından “bir müşterinin belirli bir yemeği/mutfuğu araması veya fotoğraflar, haritalar, iletişim bilgileri, restoran özellikleri, özerk yorumlar ve derecelendirmelerle belirli bir yerde genel bir arama yapması için gerekli bilgilere sahip restoranlar hakkında derinlemesine bilgi sağlayan bir restoran arama platformu olarak kurulmuştur”<sup>138</sup> (Thyagarajan, 2015, s. 157). Kurucuları, *Zomato*'nun yemek ve restoranlar için iyi bir sosyal ağ platformu olarak tanınmasını isteyerek farklı kullanıcıların birbirlerini takip edebilecekleri bir sistemin yanı sıra içerik katkıda bulunabilecekleri ve profiller oluşturarak kişisel görüşlerini ekleyebilecekleri yapısal özellikleri bu ağa tanımlamışlardır. Bu girişimin ilk dönemlerinde kullanıcılar – gurme/ağzının tadını bilen anlamlarına gelen- “Foodie” ve “Big Foodie” gibi unvanlara sahip olmuş; takipçi sayılarına göre de “Süper Foodie” ve son olarak “Connoisseur” mertebesine yükselmişlerdir. (Raman, 2018, s. 132).

P. Raman (2018, s. 132-133) tarafından verilen bilgilere göre kurucuların şirketin büyümesini ve diğer kategorilere de açılmasını beklemelerinin yanı sıra mevcut marka adının sadece yemek ve restoran işletmesiyle çerçeveselendirilmesini istemediklerinden dolayı 2010 yılında *Foodiebay* olan şirket isminde *Zomato* olarak bir isim değişikliğine gitmişlerdir. Marka adını değiştirmenin diğer nedeni ise isimlendirmede –açık artırma usulü alışveriş yapılan Amerikan sitesi- *ebay* ile *Foodiebay* benzerliğinin bir marka oluştururken yaratacağı risk durumunun çekincesi olmuştur. Bu doğrultuda “restoranlar, kafeler ve gece kulüpleri hakkında bilgi sağlamaya ve ayrıca müşterilere eve teslimat seçenekleri konusunda yardımcı olmaya odaklanan çevrimiçi bir portal veya gıda

<sup>137</sup> Pankaj Chaddah “gıdanın Google’ı olmak istiyoruz” şeklinde bir hedef belirlemiştir. (Raman, 2018, s. 144-145).

<sup>138</sup> Matematik ve Bilgisayar bölümü mezunu olan, Bain and Company’de yönetim danışmanı olarak çalışan Deepinder Goyal ve arkadaşı P. Chaddah, meslektaşlarının her gün yemek siparişi vermek için restoran menülerini aramaya çalıştıklarını gördükten sonra çevrimiçi bir restoran bilgi hizmeti fikrini tasarlamışlardır. Deepinder ve Pankaj yemek siparişi verilirken zamandan tasarruf edilmesine yardımcı olmak için banliyölerdeki restoranları dolaşarak topladıkları menü kartlarından veri tabanı oluşturmuşlar ve bunun ilgi görmesinin ardından benzer içeriklerden bir web sitesi kurmuşlardır. Böylelikle 2008 yılında –ilk adı- *Foodiebay.com* olan internet ağı resmen kullanıma sunulmuştur. *Foodiebay* 2010 yılında *Zomato*’ya dönüşmüştür. (Thyagarajan, 2015, s. 157; Raman, 2018, s. 132).

teknolojisi platformu” (Raman, 2018, s. 132-133) olan Zomato, kısa bir süre içerisinde ülkedeki 12 şehirde 42.000’den fazla restoranı listeleyen ülkenin en büyük restoran rehberi haline gelmiştir. Merkezi Hindistan/Yeni Delhi’de bulunan ve uluslararası pazarlara da açılmaya başlayan Zomato, dev sıçramasını ise 2015 yılında ABD merkezli restoran bilgi ve tavsiye hizmeti Urbanspoon’u satın almasıyla gerçekleştirmiştir. Zomato’nun sürekli güncellenen rakamlarla 20’den fazla ülkede ve 1.4 milyon civarında restoran listeleme kapasitesine sahip olduğu belirtilmektedir. (Raman, 2018, s. 143; Thyagarajan, 2015, s. 157).

Zomato’nun müşterilerine sunduğu hizmetler tüm restoranların veri tabanını, yemek türünü (menü), restoranların ayrıntılı analizini, çalışma saatlerini, restoranın konumunu ve kullanıcıların yorumlarını içermek (Thyagarajan, 2015, s. 157) online sipariş vermek şeklinde kümelenmektedir.

Zomato’ya iç pazarda rakip olarak kurulan ve mobil uygulama veya internet ağı aracılığıyla müşterilerine istedikleri restoranı seçme ve yemek teslimatı talep etme erişiminin sağlanabildiği diğer şirketler ise dünya çapında 200’e yakın şehirde 30.000’e yakın restoran listesine sahip olarak hizmet veren “*Foodpanda*”; 2014 yılında faaliyete geçen ve merkezi Hindistan, Bengaluru’da bulunan *Swiggy*, Hindistan’ın en eski gıda teknolojisi şirketlerinden biri olan *Burrrp*; dış pazarda (küresel rekabette) ve *foodtech*<sup>139</sup> arenasında ise Zomato’nun açık ara en büyük rakibi konumundaki Amerika merkezli bir kuruluş olan *Yelp*; 1998 yılında Amerika’da kurulan ve kullanıcıların favori restoranlarında masa ayırtabilecekleri bir restoran rezervasyon platformu olan *OpenTable* olarak gösterilebilir. Zomato, Türkiye’de hizmet veren *Mekanist* adlı bir restoran arama şirketini satın alarak Türkiye pazarındaki yerini güçlendirmiştir. (Raman, 2018, s. 142-144).

Yemek kültürünün internet ortamına taşınmasının ya da dijital kültür içerisindeki temsilinin popüler anlamda yoğunlaşmasının ve farklı özelliklere kapı aralayacağına diğer işaretleri *Foursquare* adlı konum tabanlı sosyal paylaşım sitesindeki kullanım işlevine kadar götürülebilir. Dünyada herhangi bir şehirde yemek, içmek, alışveriş

<sup>139</sup> Food ve technology sözlüklerinin birleşiminden oluşan *Food Tech*, “gıdayı tasarlama, üretme, seçme, sunma ve tadını çıkarmada verimlilik ve sürdürülebilirlik yaratmak için teknolojinin nasıl kullanılabileceğini araştıran gelişen sektör” olarak tanımlanmaktadır. (URL32).

yapmak veya buraları ziyaret etmek için en iyi mekânları bulma konusunda ilgili uzmanlardan ya da deneyim sahibi kişilerden görüş alınan ve Amerika merkezli olarak 2009’da kurulan *Foursquare* sitesi, yemek hakkında deneyimlenen içeriği tavsiye yoluyla deneyimletmeye dönük elektronik ağızdan ağza pazarlamanın örneğidir. Bu doğrultuda “Foursquare sitesinde –henüz fenomen olmamış- insanlar, gittiği yemek mekanlarında edindiği deyimlere ilişkin yorum yapma, not verme, yemek fotoğrafı paylaşma, reklam ve tanıtım yapma, fiyat belirtme gibi uygulamalarla nerede ne yenirin gönüllü sıradan elçileri kabul edilebilir” (Alpyıldız, 2019, s. 110). Foursquare platformunda yer alan “coğrafi konum yazılımı, kullanıcıların hem kendi bölgelerinde dışarıda yemek yiyebilecekleri mekanları kolayca belirlemelerine hem de arkadaşlarına nerede yemek yediklerini göstermek için *check-in* yapmalarına olanak tanınmasıyla” bilinmektedir. (Lupton, 2018, s. 70). *Foursquare* tarafından kişilerin konumlarını paylaşarak birbirleriyle buluşmalarını sağlamak için 2014 yılında geliştirilen diğer bir uygulama olan *Swarm* ise yer bildirimini (hangi mekânda/restoranda olunduğunun) yemek görseliyle paylaşılmasıyla da öne çıkmaktadır.

İnternet ve yemek kültürü ilişkisinin kurulmasında yemek blogları ve çevrimiçi tartışma forumlarının hızla artan sayılarına ve çeşitlenen içeriğine karşılık yaşanan yüzyılın ilk çeyreği içerisinde dikkate değer bir web. 2.0 gelişmesi olarak sosyal medyanın (içerik paylaşım platformlarının) oluşturulması; bununla birlikte yemekle ilgili mobil uygulamaların android cep telefonlarına yüklenip işler hale getirilmesi dijital çağda yemek kültürünün biçimlendirilmesinde ve dönüştürülmesinde belirgin rol oynamaktadır.

### 3.1.3. Yemek Kültürü, Instagram ve Diğer Sosyal Medya Araçları

Yemek kültürü bağlamında dijital platformlar içerisinde müstakil olarak incelenmesi gereken sosyal medya araçlarının başında *Instagram* gelmektedir. 2010 yılında Silikon Vadisi’nde doğan ve 2012’de Facebook tarafından 1 milyar ABD Dolarına satın alınan *Instagram*’da yemek (kültürü), platformun en yoğun içeriğini oluşturan kategorilerinin arasında bulunmaktadır. (Feldman, 2021, s. 1346).

Fotoğraf (çekme-paylaşma) ögesiyle ve eylemiyle özdeşleşen bir platform olan Instagram, başlangıçta Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı kurucuları tarafından konum tabanlı *check-in* uygulamalarının ortaya çıkmasından ilham alarak tasarlanmış; ardından - bazı nedenlerden ve ihtiyaçlardan ötürü- fotoğraflama, yorumlama ve beğenmelere doğru

dümen kırılmıştır. Bu doğrultuda Instagram, 6 Ekim 2010 yılında Apple App Store’da anlık fotoğraf çekme eylemi merkezinde oluşturularak elde edilen görüntülere farklı stillerde içerikler ekleme ve bunu takipçilere sunarak beğenilerini toplama özellikleriyle bir iPhone uygulaması olarak resmi olarak piyasaya sürülmüştür. Facebook tarafından satın alınmasının ardından milyonlarca kullanıcının uygulamanın kaldırılacağına veya ana Facebook sitesinin başka bir uzantısı olacağına yönelik endişeler giderilerek Instagram’ın Facebook bünyesinde eritilmesinden ziyade kimliğinin korunacağı belirtilmiştir. (Leaver vd. 2020).

Bu bağlamda “*Instagram*, iPhone’a özel bir uygulamadan Facebook’un sahip olduğu geniş bir platforma dönüşen; reklamcılık alanındaki varlığından influencer olarak adlandırılan dijital dünyanın söz sahiplerinin yükselişine öncülük eden; en iyi selfie’ler (özçekimler) ile kendini temsil etmek için özgünlük adına çabalayan yeni bir içerik oluşturucu sınıfına kadar iletişim ve ticaretin örtüştüğü” (Leaver vd. 2020) dünya çapında dijital bir platform olmuştur.

Instagram’ın mobil bir uygulama ve Facebook ailesinin değerli bir taşı olmasının ötesinde anlamlar taşıdığını ve misyonda bulunduğunu belirten T. Leaver vd. (2020, s.y.<sup>140</sup>) tarafından platformun önemli işlevleri sıralanarak şöyle bir uzun tanımlama yapılmıştır:

Instagram, bir uygulamadır; bir dizi program ve algoritmadır; zaman içinde görüntüler, videolar, altyazılar, yorumlar, coğrafi konum etiketleri, lokasyon etiketleri, beğeniler, emoji ve daha fazla öğeden oluşan devasa bir veri tabanıdır; kişisel verilerin bir koleksiyonudur; farklı uygulamaların, platformların ve iş ortaklarının Instagram veri tabanına erişmesine, veri eklemesine veya kaldırmasına izin vermek için kuralları yürürlüğe koyan bir uygulama programı arayüzüdür; zaman içinde bu şeylerin her birinin farklı versiyonlarını yaratan bir dizi karar ve gelişmedir; ayrıca onu kullanan bir milyardan fazla insan için Instagram’ın ne olduğuna dair çeşitli popüler anlayışların bir kapsamıdır.

Instagram’ın kuruluş ve gelişim sürecindeki amaçlarının yanı sıra işlev çeşitliliğine uğradığının göstergeleri olan bu ifadeler, platformun başarısı altında yatan nedenleri de gözler önüne sermektedir. Bu açıdan yukarıda belirtilen konular arasında ayrıca öne çıkan ve Instagram’ın temel işlevlerinin ötesinde ayrıca bir misyon üstlenmesine; daha açık tabirle elektronik-dijital yemek rehberine dönüşmesine yön veren ve ivme kazandıran olguların incelenmesi önem oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle *Instagram*, dijital kültür çağında yemek öğesinin işlendiği ya da yemeğin kültürel ekonomik bir amaçla

<sup>140</sup> Bu çalışmanın elektronik sürümünde sayfa numaralarına ulaşılamamaktadır.



kullanıldığı önemli bir içerik sektörü işlevinde bulunmaktadır. Instagram aracılığıyla paylaşılan yemek(ler), talep edilen/ettirilen ve deneyimlenen/deneyimletilen kültürel ekonomik içeriklere karşılık gelmektedir. Instagram uygulaması üzerinden güncel bir tarama yapıldığında (Şubat 2022) #food etiketini taşıyan 47.500.000; #food photography ile 92.300.000; #foodie ile 20.900.000; Türkiye’de ise #yemek etiketiyle 8.200.000 ve #yemektarifleri ile de 3.200.000 gönderinin bulunduğu görülmektedir. Bu sayısal veriler Instagram’ın dijital dünya içerisinde temsil edilen yemek kültürünün ön saflarında yer aldığını ortaya koymaktadır.

İnternet ve yemek kültürü ilişkisi tarihi içerisinde *Foursquare* gibi konum tabanlı sosyal ağ sitelerinde nerede ne yenir ekseninde gidilen mekânların menülerinin fotoğraf olarak paylaşıldığı; yemek blogları aracılığıyla tarif yazma, restoran inceleme vb. faaliyetlerin yapıldığı; *Zomato* gibi ağlar ve uygulamalar aracılığıyla restoran bilgilerinin (konum, menü, çalışma saatleri), kullanıcı yorumlarının ve çevrimiçi sipariş verme işleminin gerçekleştirildiği platformlara ek olarak *Instagram*, yemeğin kültürel ekonomik boyutuna katkı yapan işlevinin yanı sıra (Alpyıldız, 2019, s. 112-113) yemeğin sunulmasının estetik değerinin öne çıkarılıp katlandığı ve mutfak bilgisinin yeniden üretildiği özel işlevler üstlenmektedir. Instagram’ın diğer ağlar veya sosyal medya organlarına benzer veya onlardan devralınan kümelenmiş işlevlerinin olmasına karşılık ayırt edici özelliği bu merkezde çerçevelenmesidir. Feldman (2021, s. 1346) tarafından yapılan değerlendirmeye çoğu dijital medya aracında “yemek yemenin anlatı hesaplarına ve yazılı metinlere öncelik verdiği yerlerde Instagram’ın bunların görsel temsillerini ilk sıraya koyması dikkat çekicidir”. Başka bir ifadeyle dijital kültür çağında ve onun dünya çapındaki Instagram adlı platformunda [farklı sosyal medyalar dahil] yemek (kültürü) “gastro gösteri” (Kanık, 2016) aracı olarak kullanılan boyutunu üst noktalara taşımaktadır.

“Dijital kültür araçlarında yemeğin gösteri unsuru olarak kullanılıp bu doğrultuda görselliğinin ön plana çıkarılması dijitalleşmenin teknik özellikleriyle doğrudan bağlantılıdır. Üretim ve tüketim ekseninde yemek ile ilgili her türlü içeriğin fotoğraf ve video olarak paylaşımı/sunumu/tanıtımı, modern dünyanın dijital kültür içerisindeki ritüelleridir. Özellikle sosyal medya platformlarında paylaşılan bu fotoğraflar ya da kısa videolar, yenilecek yemeğin fragmanı olmaktadır” (Alpyıldız, 2019, s. 114). Sosyal

medyadaki bu ritüellerle birlikte yemekler artık “dijitalinden tadılmaktadır” (Çaycı ve Aktaş, 2018).

Instagram ve yemek kültürü ilişkisi çerçevesinde tartışılması gereken diğer bir konu ise bu dijital platformun gastronomi dünyasındaki otoritelere ve onların yazılı-elektronik bağlamlardaki belirgin rollerine karşılık mutfak hükümleri oluşturmaktaki işlevleridir. Başka bir ifadeyle yemek/mutfak eleştirisi<sup>141</sup> konusunda Feldman (2021, s. 1350) Instagram’ın “geleneksel mutfak uzmanlarıyla aynı sahneyi paylaşma yeteneği” bağlamında “mutfak gücünü ve otoritesini kimin elinde tuttuğunu; bu gücün nasıl işlediğinin anlamlı bir şekilde yeniden yapılandırabilme yetisini; ayrıca iyi bir yemeği neyin oluşturduğu hususunda etki alanını” sorgulamaktadır.

Bu doğrultuda Feldman, yazılı bağlamlara özgü karakter bulan ve “profesyonel bir alanda analog yemek metinleri tarafından oluşturulan hükümlerle çerçevelenen” (Feldman, 2021, s. 1341) Michelin Rehberi’ne karşılık dijital çağda ve onun platformları içerisinde yemek kültürü boyutuyla da kimliği belirginleşen Instagram’ın şu şekilde karşılaştırmalı çözümlemesini yapmaktadır:

Michelin Rehberi ve Instagram mutfak bilgisi üretiminde günümüzün önde gelen platformlarından ikisidir. Aynı zamanda iki farklı medya kültürünün temsilcisidirler. Michelin Rehberi, bir konuşmacının meşruiyetinin uzmanlık, profesyonellik ve eşik bekçiliği (gatekeeping) ile bağlantılı olduğu eski medyanın dışlayıcı ilkelerini yansıtır. Instagram ise internet bağlantısı olan herkesin kendi bakış açısını yayımlayabileceği çağdaş sosyal medyanın geniş ölçüde demokratik ve amatör praksisini dile getirir ve Instagram’da herkes yemek eleştirmeni olabilir. Instagram ve Michelin bu nedenle restoran eleştirisine iki karşıt yaklaşımı temsil ediyor. (Feldman, 2021, s. 1342).

Sonuç olarak dijital çağa özgü kimlik bulan bir yapı içerisinde Instagram’ın yemek kültürü konusunda yukarıda belirtilen işlevlerinin yansıması olarak mutfak/yemek kültürü incelemeleri konusunda genel bir dönüşüm içerisine girildiği söylenebilir. Başka

<sup>141</sup> Zeena Feldman (2021, s. 1343) tarafından verilen bilgilere göre ne yediğimizi eleştirmenin resmi uygulaması Fransa’da başlamıştır. Fransız yazarlar Alexandre Grimod de la Reyniere (1758-1837) ve Jean Brillat-Savarin (1755-1826) genellikle yemek, şarap ve restoran eleştirisinin kurucuları olarak kabul edilmişlerdir. Michelin Rehberi ise titizlikle eğitilmiş, kimliği belirsiz denetçiler tarafından hazırlanan kısa, yazılı restoran incelemelerinden oluşmaktadır. Bu müfettişler, hangi işletmelerin Michelin’in imrenilen yıldızlarını ne zaman ve kaç tane alacağına karar vermektedir. Rehber’in yöntem ve yaklaşımları arasında restoranların nasıl yıldız kazanabileceği ve kazanılan yıldızları ellerinde nasıl tutabileceğine ilişkin yönergelerin de yayınlamaması da vardır. Michelin Rehberi’ne yönelik getirilen eleştiriler ise zenginlik ve üst düzey Avrupa merkezli gastronomi ile de ilişkili olması; bu ve bazı faktörler açısından da Fransızlık ve Avrupa merkezli bir mutfak değeri çerçevesinde hizalanması şeklinde yoğunlaşmıştır. (Vincent, 2018’den aktarma). Ayrıca bakınız: Feldman, 2021.

bir deyişle dijital çağda mutfak bilgisi üretiminin eski profesyonelleri tarafından çizilen sınırlarının genişlediği; amatör bir girişimle oluşturulan sosyal medya hesaplarıyla alternatif bilgi üretim araçlarına sahip olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda temsil-otorite-hiyerarşi; genelgeçer mutfak bilgisi-hükmü-eleştirisini gibi hususlar açısından bir dönüşümün gerçekleştiği gözlenmektedir.

Görsel kültürün ağırlıklı olarak yer bulduğu Instagram’da “uygulamanın arayüzü, görüntüleri birincil iletişim modu haline getirerek kullanıcılara fotoğraflarının ve videolarının kalitesini ve etkilerini artırmak için bir dizi filtre ve düzenleme aracı (örn. parlaklık, kontrast, sıcaklık) sağlamaktadır. Selfie’ler (otopotre fotoğrafı), fotoğraflar, videolar, memler, GIF’ler ve emojiler şeklindeki görsel imgeler, sosyal ağdaki diğer kullanıcılarla anlam oluşturmak, ilişkilendirmek ve paylaşmak için platformda paylaşılmaktadır. (Baker ve Walsh, 2020, s. 57).

Instagram’da paylaşılan fotoğraf ya da videoları keşfedilebilir hale getirmek için konuyla ilgili hashtag (#) açma; mekânlara ulaşımı kolaylaştırmak için konum paylaşma; içeriği görüntülü olarak desteklemek için kısa videolar ekleme; gün içerisinde dikkat çeken etkinlikleri 15 saniyelik kısa videolarla hikâye düzenleme vb. uygulamalar platformun mevcut olan en yaygın diğer özelliklerdir. Kuruluş yılı itibarıyla bazı sosyal medya organlarından daha sonra faaliyete geçen Instagram’ın, ilk zamanlar zengin ve ünlü-sosyetik kişilerin fotoğraf paylaşma ağı görünümünde olduğu söylenebilir. (Alpyıldız, 2019, s. 111-112). Başlangıç aşamasında ve göze çarpan ilk işlevleriyle magazin basınının veya ünlü dünyasının kişisel elektronik yüzü olan bu ortamda, geniş kitleler içerisinde çeşitli içeriklerin özgün bir yaratıcılıkla sunulduğu genel anlamda söylenemez. Başka bir deyişle Instagram ilk kullanıcılarının takipçi sıfatıyla çoğu zaman edilgen bir konumda bulunduğu belirtilebilir.

Instagram’ın kullanıcı kitlesi tarafından keşfinin, kurulma amacının kabuk değiştiren yapısının ve platformlar arası etkileşim gibi faktörlerin sıradan kullanıcıların kimlik oluşturmada belirleyici olduğu söylenebilir. Bu bağlamda Instagram’ın, yemek kültürü üzerinden kimlik oluşturma konusunda çoğu sosyal medya aracından daha işlevsel olduğu vurgulanabilir. Örneğin Foursquare gibi sosyal ağların -yemek üzerinden- bireysel kimlik oluşturmada beklenen etkiyi gösteremediği; kişileri genel sistem içerisinde erittiği ve bunun bir parçası yaptığı eklenebilir.

Bloglarla başlayan bireysel kimliğin inşası, Instagram platformuyla üst seviyelere çıkmaktadır. Bu bağlamda bireysel kimlik, sosyal bütünleşme aracı olarak kullanılmakta ve tüm bu faktörler fenomen olgusunu doğurmaktadır. Başka bir deyişle fenomenler, ünlenmiş kimlikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Asıl anlamı duyularla algılanabilen şey, görüngü olan fenomen sözcüğü, günümüzde sosyal medyada takipçi kitlesi fazla olan, paylaşımlarına önem verilip beğenilen meşhur kişiye atıf yapmaktadır. Spor, siyaset, moda, mizah, sinema, yemek gibi hemen her alanda sanal profillerle, takma adlarla ya da gerçek kimliğini ortaya çıkararak takipçileri yüz binlere hatta milyonlara ulaşan kişilerin olduğu belirtilebilir. (Alpyıldız, 2019, s. 115). Dijital dünyada bu kişilere *influencer* de denilmektedir. Bir başkasını etkileyen kişi anlamına gelen influencer sözcüğü, dijital araçları aktif olarak kullanan, güçlü bir takipçi kitlesine sahip olan, özgün ve dikkat çekici içerik üretilip paylaşabilen ve ilgili alanda düşüncelerine önem verilen kişi olarak da tanımlanmaktadır. Bir hobi biçimi olarak kullanılmasının yanı sıra dijital çağın ekonomisi içerisinde maddi gelir elde edilebilmesinden dolayı *influencerlik* adında bir profesyonel meslek biçimi olarak da yürütülmektedir. Örneğin influencerlerin dijital araçların döner sermayesi içinde bazı markaların pazarlamasını yaparak kazanç elde ettikleri söylenebilir. Influencer olarak nitelendirilen kişiler, deyim yerindeyse geleneksel bağlamda ağzına bakılan insanın dijital çağdaki karşılığıdır.

Özetle *Instagram*, görsel olarak biçimlendirilen yemek içerikleriyle iyi/lezzetli yemek tasviri yapma; mutfak alanında anlam oluşturma; mutfak bilgisini yeniden üretme; mutfak/restoran/yemek incelemelerinde amatör-profesyonel ayrımını bulanıklaştırarak yargı oluşturma gibi temel işlevlere sahiptir. “Instagram gibi görüntü odaklı diğer sosyal medya platformları olan Pinterest, Tumblr ve Snapchat de son birkaç yılda ivme kazanarak yemek pişiren-yemek yiyen insanların ve yemeğin kendisinin tasvirlerinin çoğalması için alanlar sağlamaktadır” (Lupton, 2018, s. 71).

Yemek kültürünün etkin bir şekilde yer bulduğu başka bir platform ise *YouTube* adlı video paylaşım ağıdır. Çevrimiçi ticaret sitesi PayPal’ın eski çalışanları olan Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından 2005 yılında kurulan site, kullanıcılarına herhangi bir içerikte video yükleme, paylaşma ve izleme imkânı sağlayan temel özellikleriyle dikkat çekmektedir. (Burgess ve Green, 2013, s. 1). 2006 yılında Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınan YouTube platformunun içerik üreticileri arasında amatör insanların yanı sıra şirketler, televizyon kanalları, spor kulüpleri ve toplulukları, medya

çalışanları, üniversiteler, yerel yönetimler, sanatçılar, fenomenler (YouTuber) gibi çeşitli gerçek ve tüzel kişiler bulunmaktadır. Burgess ve Green (2013, s. 4) tarafından belirtildiği üzere bir içerik platformu olan YouTube, bu içeriğin üreticisi değil toplayıcısı konumunda bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle paylaşımcı ve “katılımcı bir kültür sitesi” niteliğindedir.

Shao’ya (2009, s. 4) göre YouTube, “televizyon, müzik ve film gibi geleneksel eğlence seçeneklerinin bir birleşimi olarak görülebilir”. YouTube adlı video havuzunda kendini yayınlama ve tanıtma, nasıl yapılır tarzında ve (bu) nedir hususunda bilgi edinme, film ve televizyon izleme, radyo veya müzik dinleme (örneğin video klip) gibi temel özellikleri kullanabilmenin yanı sıra sürekli güncellenen altyapısıyla farklı deneyimlere sahip olunabilmektedir.

YouTube adlı çevrimiçi video pazarında tezgâha konulan ürünlerden birisi de yemek kültürüdür. Yapılan bir araştırmaya göre “yemek konuları, oyun, nasıl yapılır ve komedi videolarından sonra platformdaki en popüler dördüncü kategoridir” (Lupton, 2018, s. 70). Bu platform yemek pişirme teknikleri hakkında yardım, fikir, ilham ve ipuçları alma; keşfetme, öğrenme, kolaylık sağlama, uzmanlaşmadan yararlanma gibi amaçlar açısından kullanılmaktadır. Başka bir ifadeyle -ileride ayrıntılı olarak çözümleneceği gibi- yemek bilgisinin öğrenilmesinde, aktarılmasında ve geliştirilmesinde başvuru kaynağı ve biçiminin değiştiği söylenebilir. YouTube’ya yönelişin ayak izleri ve sesleri arasında bulunan (geleneksel) yemek kültürünün temsili ve dönüşümü bu bağlamda önem oluşturmaktadır.

2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan dünyaca ünlü sosyal bir ağ olan *Facebook* ise yemek kültürünün yer aldığı diğer bir platformdur. *Facebook*, genel olarak gidilen mekanlarda yenilen yemeklerin fotoğraflarını paylaşma; uygulama sayfaları veya hesaplar açarak yemek tarifleri verme; yemek ile ilgili çeşitli içerikte gruplar oluşturabilme ve bu gruplara katılabilme gibi işlevlere sahiptir. Bu doğrultuda çoğunlukla yemek tarifleri merkezli bir yapıyla kullanılan *Facebook*, yemek bloglarının daha geniş ölçekte erişime açılabilen ve etkileşim kurulabilen ağı görünümündedir. Facebook’ta yemekle ilgili açılan çeşitli gruplara (örneğin Selanik Göçmenleri ve Yemekleri vb.) katılımın bir tıkla gerçekleştirilmesi ve yöresel yemek tariflerinin paylaşılabilmesiyle geleneksel yemek bilgisinin aktarımının yanı sıra grup kimliğinin doğrulanması söz

konusu olmaktadır. Başka bir ifadeyle kültürel kökenle çerçevelenen sosyal medya arkadaşlığıyla veya sanal arkadaşlıklarla yöresel yemek bilgisinin gönüllülük esasıyla ilgili sayfaya aktarımının sağlandığı paylaşımlar (yazılı-sesli-görüntülü) yemeğe dair kültürel belleğin dijitale taşınmasını gerçekleştirmektedir. Yöresel yemeklere dair oluşturulan grup sayfası üzerinden kurulan iletişimlerle herhangi bir yemeğin farklı tarifi ve değişik bir adı hakkında bilgi sahibi de olunabilmektedir. Bu bağlamda kültürel kimlik temelli yemek gruplarında yemek tarifi odaklı gerçekleştirilen paylaşımların yöresel yemeklerin derlenmesi işlevi gördüğü de eklenebilir.

YouTube ve Facebook gibi platformlara kıyasla nispeten yeni bir internet platformu olan *TikTok* da yemek kültürünün yer almaya başladığı diğer bir video fabrikasıdır. Çinli Yiming Zhang tarafından kurulan ByteDance adlı şirket, 2016 yılında Çin’de Douyin adıyla, 2017’de ise TikTok adıyla uluslararası pazara adım atmış ve kısa sürece popülaritesini artırmıştır. (Soygüder Baturlar ve Yavuz, 2021, s. 91). 15-60 saniye uzunluğunda içeriklere sahip kısa bir video platformu olan TikTok, dudak senkronizasyonları (veya playback), danslar ve skeçler içeren özellikleriyle eğlence hizmeti veren bir özelliktir. (Zeng ve Abidin, 2021, s. 2459).

TikTok adlı ağda yemek kültürü ise çoğu sosyal medya aracından farklı olmayan bir formatta görsel bir şov malzemesi olarak yer almaktadır. Video süresinin kısa olması paylaşılan içeriğin yemeğe dair öğreticilik işlevinin çoğu zaman önüne geçmektedir. Başka bir ifadeyle böyle bir amacın öncelikli olmadığı belirtilebilir. Buna karşılık TikTok’ta farklı ve pratik pişirme teknikleri (veya kesme, doğrama, ayıklama yöntemleri), ilginç sunumlar, trend haline gelen yeme biçimleri, amatör veya profesyonel yemek performanslarından kesitler ve yemek şakaları gibi paylaşımlar görülmektedir. Tüm bu içerikler adı geçen sosyal medya platformunun eğlendirici yapısına uygun olarak yemeği, merak uyandırıcı ve iştah kabartıcı bir işlevle görsel olarak dokumaktadır. Bu bağlamda az kelimeyle çok şey anlatma sanatından, birkaç saniyelik az zaman ile çok şey göstermeye evrilişin gerçekleşmesinin dijital çağdaki diğer bir yayın organı olan TikTok’ta yemek kültürü, eğlence ve gösteri dünyasının popüler bir malzemesi görünümündedir.

Diğer taraftan sosyal medya türleri arasında bireysel ve kurumsal hesapları göçürme işleminin TikTok örneğinde de sürdürüldüğü belirtilebilir. Başka bir ifadeyle herhangi bir

sosyal medya platformuna ait hesapların TikTok'ta da varlık alanını sürdürdüğü ifade edilebilir. Bu doğrultuda yemek kültürüyle ilgili amatör-profesyonel, kişisel-kurumsal düzlemde elektronik ve dijital kültür dünyasında pay edinmiş/edinmekte olan çoğu hesabın yeni iletişim kervanına katıldığı eklenebilir.

Özetle dijital çağda yemeklerin resimlerini Facebook, Instagram ve Snapchat aracılığıyla arkadaşlar ve yabancılarla paylaşabilme; restoranlarla ilgili incelemeleri Yelp, Urbanspoon, Zomato'da yayımlayabilme ve öğrenebilme; Epicurious ve Yummly ile tarifler bulabilme; UberEATS veya Foodpanda (Türkiye'de ise Yemek Sepeti ve Getir) aracılığıyla yemek siparişi verebilme (De Solier, 2018, s. 55) gibi sayısız faaliyet alanları bulunmaktadır.

Bu bağlamda dijital kültür çağındaki -yukarıda belirtilen- platformlarda (1) yemek yapma hakkında bilgi bulmak; (2) yemek tarifi vermek/paylaşmak; (3) nerede yiyecek yenildiğini göstermek; (4) yemek fotoğrafları paylaşmak; (5) restoran önerilerinde bulunmak ve restoranları derecelendirmek/notlandırmak; (6) yemek siparişi vermek/alışveriş yapmak; (7) diyet ya da beslenme tercihinine ilişkin programları indirmek/yüklemek ve uygulamak; (8) kişisel-kurumsal markalama yapmak ve kazanç sağlamak; (9) gıda aktivizmine veya yemekle ilgili topluluklara katılmak gibi sayısız işlev yerine getirilmektedir.

Sonuç olarak tüm bu olgulardan hareketle dijital kültür çağında yemek kültürü olgusunun iki cephesinin olduğu belirtilebilir: Bunlardan birincisi yemek kültürünün dijital bağlamlara taşınması/dijital bağlamlardaki temsil/ifade edilmiş biçimleri; ikincisi ise buna paralel olarak (yaşanılan çağın başka sosyal, kültürel, ekonomik vb. bileşenleri dahil olmak üzere) ilgili amaca göre oluşturulan, çeşitlenen ve yığın haline gelen dijital içeriklerin (geleneksel) yemek kültürünü etkileyen ve dönüştüren boyutudur. Bu açıdan son yıllarda yemek kültürünün internet teknolojisi çerçevesinde çözümlendiği bilimsel çalışmalarda bu alanı tanımlamak için kullanılmaya başlanılan ve giderek yaygınlaşan *digital food cultures/dijital yemek kültürleri* (Lupton, 2018; Lewis, 2018; Lupton, Z. Feldman, 2020 vb.) ifadesi, dijitalleşmenin kültürel diyalektiği içerisinde değerlendirildiğini göstermesi bakımından dikkat çekicidir.

### 3.2. Mevcut Durum Analizi: Sanal-Dijital Bağlamda Geleneksel Türk Yemek Kültürü

Dünya çapında bir arama motoru olan *Google* kullanılarak geleneksel yemek/mutfak, yöresel yemek/mutfak, yerel yemek/mutfak gibi başlıklar altında bir tarama gerçekleştirildiğinde ulaşılan içerikle ilgili ilk etapta şöyle bir sınıflandırma yapılabilir: Birincisi geleneksel veya yöresel yemeklere dair müstakil olarak kurulan, geleneksel/yöresel/yerel adını taşıyan ve faaliyette olan siteler; ikincisi de genel bir yemek sitesi olan, doğrudan geleneksellikte çerçevesiz ve işaretlenmemiş ama dijital içeriğinde (bünyesinde-altyapısında) ayrı veya alt bir kategorilendirme ile geleneksel yemeğin büyük bir yer tuttuğu ve bu doğrultuda içeriğine erişim sağlanabilen (ya da hizmet alınabilen) ağlar.

Bu bağlamda dijital dünyadaki etkinliği ve zengin içeriğiyle ikinci cephenin (belki de asıl cephe) geleneksel yemek (kültürü) ile hizalanan sınırlarının ve bu alandaki yoğunluğunun çözümlenmesi önem oluşturmaktadır. Burada yine altını çizmemiz gereken nokta ise yalnızca geleneksel yemek (kültürü) doğrultusunda oluşturulmuş ağların-sayfaların hesapların göz önünde bulundurulması (veya böyle bir tarama yapılması) durumunda, ilgili içeriğin önemli ve azımsanmayacak bir kısmının saf dışı edileceğidir. Geleneksel Türk yemek kültürünün web sayfalarında genel bir sistem içerisinde daha yoğun olarak yer bulması, geleneksel yemeğin (yemek kültürünün) azımsanmayacak ölçüde bir içerik oluşturabilme potansiyelini göstermesinin yanı sıra dijital dünyada büyük bir etkileşim yaratabilme gücünü de sunmaktadır. Bu açıdan, dijital dünyadaki araçlar içerisinde geleneksel yemek kültürünün genel ve popüler bir sistem içerisindeki kümelenen varlığının ortaya çıkarılıp çözümlenmesi daha akılcı, işlevsel ve gerekli olmaktadır.

Diğer taraftan internetteki geleneksel yemek sitelerine dair yukarıda belirlediğimiz iki cephenin sosyal medya platformları için de geçerli tarafları bulunmaktadır. Geleneksel ve yöresel etiketiyle açılan hesapların birçoğunda takipçi sayısının sınırlı kaldığı, amatör bir çizgiden çıkılamadığı ve bunların gerekli etkileşimi yaratamadıkları görülmektedir. *Geleneksel yemek* ve benzer başlıklarla açılan hesapların birçoğunun içeriğinin sürdürülebilirlikten ve teknolojiyi profesyonel bir şekilde kullanabilmekten uzak olduğu söylenebilir. Bu hesapların birçoğunda yemek konusunda amatör olarak sosyal medya aracılığıyla ünlenme girişimlerinin yanı sıra kişilerin kayda değer yemek bilgi ve



becerilerinin teknolojik yabancılık veya teknolojiyi (fotoğraflama, video çekimi vb.) amatör kullanma sonucu boşa çıktığı belirtilebilir.

Bireysel olarak oluşturulan ve aktif işlevde bulunan sosyal medya hesaplarında geleneksel Türk yemek kültürünün doğrudan ve alt ya da önemli bir kategori olarak etkileşim yarattığı fark edilmektedir. Benzer ve farklı profillerdeki hesaplar (Instagram ve YouTube) geleneksel Türk yemek kültürünün yoğun olarak işlendiği zeminler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda sanal-dijital bağlamlardaki geleneksel Türk yemek kültürüne dair durum tespitinin yapılmasında; başka bir ifadeyle dijital içeriğin sınıflandırılması ve yapısal olarak çözümlenmesinde internet sitesinin ve sosyal medya hesabının amacı, işlevi ve sistemi bağlamında bir yöntemin izleneceği ifade edilebilir. Yine bu çerçevede kişisel-kurumsal, amatör-profesyonel denklemde de bazı sınıflandırmaların yapılması uygun bulunmaktadır.

Yemek bağlamında düşünüldüğünde amatörlük ve profesyonellik/ustalık kavramları - genel olarak- hobi ya da meslek biçimi olmaya (aşçılık/şeflik-yazarlık/eleştirmenlik) atıf yapmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri açısından yemekle ilgili bilgi ve becerisi ev içiyle sınırlandırılmış kadınların da profesyonellelikle çerçevesizleştirilmeyen ve adlandırılmayan bu özelliklerinin bir *görev* yörüngesine oturtulması ve hak teslimi bağlamında da kadınların *maharetli/hamaratlı* sözcükleriyle taltif edilmeleri amatörlük ve profesyonellik arasındaki çizginin eril bakış açısıyla nasıl işaretlendiğini örneklendirmektedir.

Yemek kültürünün dijital dünyada etkin olduğu bir yapı içerisinde de bazı kavramların genel tanımının değiştirilebileceği ve kapsamının da genişletilebileceği söylenebilir. Diğer bir bakış açısıyla yeni çağın ve iletişim araçlarının amatör kişilerin yanı sıra becerikli ev hanımlarının (!) varlık alanlarını genişletebilmeleri için fırsatlar sunması ve bu doğrultuda artan faaliyet biçimleri amatör-profesyonel arasındaki çizgiyi yeniden belirlemektedir. Bu bağlamda internet sitelerindeki ve sosyal medya platformlarındaki hesaplar incelenirken tıklanma sayısının fazla ve/veya takipçi sayısının yüksek olduğu adresler-hesaplar etkileşim gücü bakımından profesyonelleşmenin yeni türleri olarak değerlendirilmektedir. Başka bir deyişle yemek kültürü konusunda eğitim alıp almadığına ya da aşçılık-şeflik görevi ve rütbesinin olup olmadığına bakılmaksızın *influencer* veya yemek kültürüyle ilgili *foodie (gurme)* sıfatının profesyonelliğin yeni tanımı içerisinde

düşünülmeye ve kabul görmeye başladığı belirtilebilir. Dijital çağda referans olarak profesyonellik kriterleri kabuk değiştirmektedir.

### 3.2.1. İnternetteki Yemek Siteleri ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü

Bu bölümde yapacağımız sınıflandırmanın birbirleriyle kesin hatlarla ayrılan özelliklerinin olduğunu veya benzer işlevlerinin bulunmadığını söyleyemeyiz. Buna karşılık odak noktayı ve öne çıkan yönleri dikkate alarak internetteki (geleneksel) yemek kültürü ile ilgili içeriklere bütüncül bir bakış sağlama ve mevcut durumu ortaya koyma adına aşağıdaki kümelenmeyi gerçekleştirdiğimizi belirtmeliyiz. Diğer taraftan dikkat çekeceğimiz başka bir husus ise araştırmamızı gerçekleştirdiğimiz internet evreninde kaybolmama adına, incelediğimiz web sitelerindeki yığın haline gelen ve sonsuz bir akışa sahip içerikleri geleneksellik kavramıyla çerçeveselendirerek geleneksel Türk yemek kültürünü çözümleyeceğimizdir.

Ayrıca altını çizmemiz gereken başka bir nokta ise geleneksel Türk yemek kültürünün dijital evrendeki büyük kıtalarda parça parça-yer yer kapladığı içeriklerin müstakil olarak konumlandığı adreslerden daha büyük ve zengin olduğudur. Açık bir ifadeyle geleneksel-yöresel-yerel şeklinde kurulan ve erişim sağlanabilen yemek sitelerinin çoğunun daha küçük bir ölçekte faaliyet yürüttüğünü görmekteyiz. Bu doğrultuda her ne kadar kapsam belirleyen bir ifade biçimi ve yöntem olsa da internetteki geleneksel yemek siteleri gibi bir başlık oluşturma veya bu yönde bir tarama gerçekleştirmenin büyük eksiklikler yaratacağını düşünmekteyiz. Bu bağlamda daha büyük bir internet sitesinde temel ya da alt bir kategori olarak yer bulan geleneksel Türk yemek kültürüne ait verilerin incelenmesinin önemli olduğunu da belirtebiliriz.

Aşağıda yer verdiğimiz internet adreslerine ait içeriklerin değerlendirilmesiyle ilgili takip edeceğimiz temel yöntem ise bu sitelerin hepsini müstakil olarak çözümlemekten ziyade genel bir çerçeve çizmek ve birkaçını örnek olarak sunmak; ayrıca bu içeriklerden hareketle geleneksel Türk yemek kültürünü çeşitli konu başlıkları ve olgular etrafında incelemeye tabi tutmaktır. Bu çalışmanın sonraki başlıklarında görüleceği üzere geleneksel bilgi, kültürel miras, kuşaklararasılık, geleneğin yeniden keşfi, küreselleşme-küyerelleşme-kültürel melezleşme, (gastro) performans, mutfak turizmi, toplumsal cinsiyet vb. pek çok kavram veya olgu dijital platformlarda varlık alanı bulan geleneksel Türk yemek kültürünün temsil, değişim ve dönüşüm boyutu ekseninde çözümlenecektir.

1. Web Adresleri Bağlamında Amaç ve İşleve Dair Sınıflandırma		
<b>1.1. Yemek Tarifleri</b> nefisyemektarifleri.com yemek.com lezzetler.com ye-mek.net pratikyoreselyemek.com mutfaksirlari.com ustayemektarifleri.com mutfakyolu.com ugurlulezzetler.com vb.	<b>1.2. Yemek Tedarik Etme ve Toplu Yemek Hizmeti Alma-Verme Organizasyonları (Catering)</b> ikramla.com.tr ozgaziantep.com.tr omeroglucatering.com asyildizyemek.com toktaylar.com.tr vb.	<b>1.3. Çevrimiçi Sipariş</b> <b>Genel</b> yemeksepeti.com getir.com yettim.net neyiyek.com yemeksesi.com doyurunbeni.com yemeksiparisi.com.tr yemekgetir.com.tr vb. <b>Yöresel Ürün</b> sebestan.com nazlikoy.com ciftcianneden.com yoreselkoy.com pestil.net <b>Yöresel Yemek</b> adilesultaneyemekleri.com elazizmutfagi.com mutfaksefi.com ayrıca -paket servisi yapan- lokantalar vb.

*Yemek tarifleri* başlığı altında yukarıda yer verilen internet adreslerinde sağlık, yaş ve tercihe göre beslenme biçimleri, çorbalar, et ve sebze yemekleri, ana ve ara öğünler, atıştırmalıklar, mezeler, tatlılar, dünya mutfağı vb. geniş bir içerik bulunmaktadır. Yemek tarifleri odaklı bu sitelerin temel işlevi, yemekleri yazılı ve videolu bir şekilde reçetelendirmek ve aktarmaktır. Belirtilen yapı içerisinde geleneksel Türk yemekleri de büyük bir yer tutmaktadır. Bu internet adreslerinde site yöneticilerinin içerik belirleme inisiyatifinin yanı sıra adrese üye olan kullanıcıların katılımcı bir şekilde de yemek tarifleri ekleme-paylaşma ve yorumlarda bulunma hakları vardır.

Yukarıda yer verdiğimiz internet adreslerine ilişkin verileri şöyle ayrıntılandırabiliriz:

*www.nefisyemektarifleri.com* adlı adreste içerik kategorisi ve sayısı şu şekildedir:

Sebze Yemekleri (5.151); Salata & Meze & Kanepeler (1.018); Diyet Yemekleri (600); Et Yemekleri (456) Çorba Tarifleri (288); Bebekler İçin (283); Diğer Tarifler (267); Hamur İşleri Tarifleri (142); Aperatifler (114); Makarna Tarifleri (49); Çocuklar İçin (39); Kahvaltılık Tarifler (32); Hızlı Yemekler (19); Yumurta Yemekleri (13); Dolma-Sarma Tarifleri (12); Pilav Tarifleri (11); Tatlı Tarifleri (8); Bakliyat Yemekleri (7), İçecek Tarifleri (1) (URL33).

Bu sitenin dijital içeriklerinin bazı bölümlerinin karışık bir yapıda olduğu ve kategorilendirmeyle ilgili bir dağınıklığın göze çarptığı söylenebilir. Diğer taraftan çeşitli kullanıcıların dijital bilgi sistemine yükledikleri yığın içerisinde geleneksel Türk yemek kültürüne dair dikkat çeken hususlar şöyledir: Baharat yapımı (nane kurutma, pul biber yapma vb.); kış hazırlıkları (turşu, salça, tarhana, yaprak, pestil, meyve kuruları, pestiller, erişte b.); süt ürünleri elde etme (yoğurt, peynir, kaymak yapma vb.); takviye edici gıdalar (ayva çayı, pekmezli boğaz pastili, doğal öksürük şurubu vb.) ile ilgili bilgiler örnek verilebilir.

Bu doğrultuda coğrafi şartlara ve ekonomik yapılara özgü de şekillenen geleneksel Türk yemek kültürüne ait ürün elde etme ve dönüştürme bilgisinin yanı sıra yiyecekleri kullanarak hastalık sağaltma yöntemlerine ait geleneksel reçetelerin dijital bağlamlara taşındığı vurgulanabilir.

Diğer taraftan sitenin kullanıcı profili incelendiğinde bilgi, beceri ve deneyimlerini aktararak yemek tarifleri veren kitlenin kadınlar olduğu görülmektedir. Büyük çoğunluğu gerçek ad ve soyadıyla dijital sayfada yer alan kadınlar nasıl yapılır, eldeki malzeme nasıl değerlendirilir, ne pişirsem şeklindeki kaygılara ve sorulara cevap verecek içerikler üretmektedir. Başka bir ifadeyle yemek tarifleri odaklı oluşturulan bu internet adreslerinde geleneksel yemek bilgisine dair bir derleme merkezinin ortaya çıktığı ve başvuruların da bu adreslere yapıldığı söylenebilir.

Başka bir internet sitesi olan *yemek.com* ise kullanıcıların ve hedef kitlesinin kadınlar olduğu; çeşitli yemek tariflerinin kolay ve pratik bir şekilde yapılabilmesi adına, yazılı ve videolu olarak sunulduğu; yazar olarak katılımın sağlanabildiği; mutfak bilgisinin genişletilmeye çalışıldığı benzer bir yapıdadır. Site, kişilerin yemek yapabilmesi için

öğün, pişirme türü, hazırlama süresi, özel durumlar (beslenme tercihleri vb.) gibi filtreleme seçenekleriyle öneriler sunmaktadır.

*Yemek.com* adlı internet sitesinde kategorilendirme aşağıdaki şekildedir:

Tüm Kategoriler		Tariflerde arama yapın	
Atıştırmalık	Hamur İşi	Pizza	Tatlı Kek
Bakliyat	İçecek	Poğaça	Tatlı Kurabiye
Balık	Kahvaltılık	Ramazan	Tavuk
Börek	Kek	Raw Food	Turşu
Çikolatalı Tatlı	Kızartma	Reçel	Tuzlu Atıştırmalık
Çorba	Köfte	Salata	Tuzlu Kek
Çörek	Kurabiye	Sandviç	Tuzlu Kurabiye
Diyet	Makarna	Sebzeye	Vegan
Diyet Tatlı	Mama	Sizden Gelenler	Vejetaryen
Dondurma	Meyveli Tatlı	Sos	Vestel
Dünya Mutfakları	Meze	Sulu Yemek	Video
Ekmek	Özel Beslenme	Sütlü Tatlı	Yöresel Tarifler
Et	Pasta	Şerbetli Tatlı	Zeytinyağlı
Glutensiz	Pide	Tatlı	
Hamburger	Pilav	Tatlı Atıştırmalık	

**Şekil 6: *Yemek.com* Adlı İnternet Sitesine Ait Yemek Kategorisi (URL34)**

Yukarıdaki kategori içerisinde “yöresel tarifler” başlığına tıklandığında Türkiye’nin illerinin alfabetik olarak sıralandığı bir sistem içerisinde ilgili yörenin öne çıkan lezzetlerinin yer aldığı yazılı, fotoğraflı ve videolu tarifler bulunmaktadır. Çoğunlukla kadın kullanıcıların katkılarıyla oluşturulan bu içerik, sayfanın alt bölümünde karışık olarak verilmektedir. Bu kategoriler içerisinde *Yöresel Tarifler* başlığının (aslında çoğu başlığın) alfabetik sırayı oluşturmak için konulduğu da düşünülebilir. Yöresel Türk yemeklerine ait içeriklerin tümü bu ad altında kümelendirilmemiştir.

Diğer taraftan <https://lezzetler.com/> adlı site ise Banu Atabay’ın *Mütevazı Lezzetler* portalının (URL35) sponsorluğunda 2005 tarihinden itibaren erişim sağlanabilen bir yemek kültürü adresidir. Bu internet sitesinde geleneksel/yöresel Türk yemekleri, büyük bir çoğunluk oluştursa da beslenme tercihlerine, farklı etnik yapılara, dünya mutfağına ilişkin azımsanmayacak bir boyutta bir veri tabanı oluşturulduğu da belirtilebilir. Bu sitedeki yemek tarifleri kategorisi aşağıdaki şekildedir.

## KATEGORİK YEMEK TARIFLERİ



### Ana Yemek Tarifleri

Çorbalar, salatalar, makarnalar, pilavlar, yumurta yemekleri, sebze yemekleri, zeytinyağlılar, dolmalar, baklagiller, et yemekleri, kebaplar, köfteler, sakatatlar, tavuklar, balıklar, soslar, reçeller, marmelatlar, hoşafılar, kompostolar, turşular, konserveler, diyet tarifleri.



### İkram Tarifleri

Kek, kurabiye, pasta, hamur işleri, börek, çörek, şerbetli tatlılar, sütü tatlılar, pelteler, meyve tatlıları, helvalar, dondurmalar, kanepeler, içecekler, şekerlemeler tarifleri.



### Yöresel Yemek Tarifleri

Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu, Karadeniz, Marmara, Ege, Akdeniz, İç Anadolu bölgelerinde, Kıbrıs ve 81 il ve ilçelerine ait yöresel yemek tarifleri.



### Etnik Yemek Tarifleri

Türkiye'de yaşayan Arap, Arnavut, Boşnak, Çerkez, Ermeni, Kürt, Laz, Levanten, Makedon, Roman, Rum, Süryani, Tatar, Türkmen, Yahudi, Yörük asıllıların mutfağından yemek tarifleri.



### Geleneksel Yemek Tarifleri

Binlerce yılda Türkiye'nin kültürünü oluşturmuş ve nesilden nesile aktararak bu günlere kadar gelmeyi başarmış geleneksel Türk mutfağına ait yemek tarifleri.



### Dünya Mutfaklarından Yemek Tarifleri

Fransız, İtalyan, Çin, Hint, Arap, İspanyol, Meksika, Alman, Avusturya, Rus, Amerikan, Yunan, Kırgız, Portekiz, Brezilya ve daha bir çok ülke mutfaklarından bizim damak zevkimize uygun olan yemek tarifleri.



### Diyet Yemek Tarifleri

Diyet çorbaları, salataları, pilavları, yumurta, sebze, et yemekleri, dolmaları, zeytinyağlıları, baklagilleri, köfteleri, reçelleri, sütü, şerbetli, meyve tatlıları, şerbetleri, helvaları ve içecekleri.



### Bebek Yemek Tarifleri

4 - 20 ay arası bebekler için, çorba, püre, muhallebi, içecek vs. gibi yemek tarifleri.



### Markalardan Yemek Tarifleri

Fritolay, Knorr, Nuh'un Ankara Makarnası, Pınar, Sana, Ülker gibi gıda üreticisi firmaların ürün paketlerinde ve İnternet sitelerinde yayınladıkları yemek tarifleri.



### Ustalardan Yemek Tarifleri

Yemek kitapları yazarları ve gurmelerden yemek tarifleri.



### Vejetaryen Yemek Tarifleri

Vejetaryen çorba, salata, sebze, makarna, pilav, dolma, hamur işleri, tatlı tarifleri.



### Osmanlı Yemek Tarifleri

Osmanlı çorbaları, salataları, pilavları, yumurta, sebze, et yemekleri, dolmaları, zeytinyağlıları, baklagilleri, köfteleri, reçelleri, sütü, şerbetli, meyve tatlıları, şerbetleri, helvaları ve içecekleri.



### Video Yemek Tarifleri.

Banu Atabay'ın görsel yemek tarifleri



### Yemek Fotoğrafları

Mütevazı Lezzetler için **PARK FOTO** tarafından çekilen **yemek fotoğrafları**.



### Anketler

Beslenme konularında yapılmış anketler



### Galeriler

Tariflerin fotoğraflarla anlatıldığı bölüm

Şekil 7: *lezzetler.com* adlı sitedeki yemek kategorileri (URL36)

Yöresel yemek tarifleri başlığına tıklandığında ise Türkiye'nin 7 bölgesine ait illerin yanı sıra Kıbrıs'a ait yemeklerin sıralandığı görülmektedir. Sitedeki yemek tarifleri, diğer yemek sitelerinde olduğu gibi gerçek ya da takma adlı kullanıcılar tarafından sisteme eklenmektedir. Bu internet adresinde asıl dikkat çeken özellik ise geleneksel Türk yemek kültürüne ilişkin atasözlerine ve özdeyişlere yer verilmesi; yörelerin yemek kültürü hakkında da bilgi aktarılmasıdır. Örneğin Karadeniz Bölgesi'ne ait Amasya ilinin

sayfasına tıkladığında Amasya'nın mutfak kültürü tarihi hakkında bilgilendirmelere şu şekilde<sup>142</sup> yer verilmektedir:

#### Amasya Mutfağı

Amasya tarihsel yaşamı ve köklü bir kültür düzeyi yanında ekolojik yapısıyla da zengin bitki örtüsüne, dolayısıyla zengin mutfak kültürüne sahiptir. Her yörenin kendine özgü yemekleri vardır. Bazı yemekler ise diğer yörelerde de bilinmesine rağmen her yörede değişiklik arz eder. İlin yöresel yemekleri:  
Çorbalardan: Çatal çorba, sakala çarpan, toyga çorbası, cilbir, helle çorbası, kesme ibik çorbası, yarma çorbası.  
Etli Yemeklerden: Bakla dolması, etli bamyas, keşkek, ciğer sarması, göbek dolması, madımak, mihlama, mumbar, işkembe, pastırmalı pancar, patlıcan pehli, pastırma pağallemesi, pırpırım, sirkeli ciğer ve sulu köfte.

Tatlılardan: Dene hasudası, kuymak, yuka tatlısı, ayva gaillesi, elma tatlısı, fırın sütlaç, gelin parmağı, gömlek kadayıfı, kalbur tatlısı, hoşmerim, peluza (hasuda), şeker böreği, unutm beni, vişneli ekmek ve zerdali gaillesi.

Hamur İşlerinden: Amasya çöreği, yağlı/katmer, kabak kavuklu pilav, bişi, cıntka/ cızlak /akitma, döndürme, ekmek aşısı (papara), eli böğründe, haşhaşlı cevizli çörek, hengel, kıymasız mantı, kaypak, mayalı, patlıcanlı pilav, sini suböreği, tepsi böreği, yakasal böreği ve yanuç, yöresel yemekler olarak sayılabilir.

Yeme, içme ve gıdalar hakkındaki güzel sözler

Misafir on kismetle gelir, birini yer, dokuzunu bırakır. (Atasözü)

Açın karnı doyar, ama gözü doymaz. (Atasözü)

Yaşamın üç altın kuralı şunlardır; az ye, az söyle, az incit. (Nizami)

Aç gezmekten, tok ölmek iyidir. (Atasözü)

Dertlerin başı mide, devaların başı perhizdir. (La Edri)

Bakla değil, vakitsiz baklava olsa yenmez. (Atasözü)

Yiyenler susar, yemeyenler konuşur. (Atasözü)

Boş bir mide, dolu bir kafayı boşaltabilir. (Atasözü)

#### Şekil 8: (Solda) Amasya Yöresine Ait Mutfak Kültürü Hakkında

#### Şekil 9 (Sağda): Geleneksel Yemek Kültürüne Ait Atasözleri-Özdeyişler (URL37)

Bu sitede *Geleneksel Yemek Tarifleri* başlığı altında ise geleneksel Türk yemek kültürüne ait temel özelliklerin -kaynak belirtilmeden- maddeler halinde sıralandığı bir çerçeve bulunmaktadır. Burada yer alan bilgilerin Google arama butonuna kopyalandığında birçok sayfada yer aldığı tespit edilmektedir. Diğer taraftan bu sitede geleneksel Türk yemeklerinin “*Geleneksel Çorba Tarifleri; Geleneksel Salata Tarifleri; Geleneksel Pilav Tarifleri; Geleneksel Yumurta Tarifleri; Geleneksel Sebze Tarifleri; Geleneksel Dolma Tarifleri; Geleneksel Et Yemeği Tarifleri; Geleneksel Kebap Tarifleri; Geleneksel Köfte*

<sup>142</sup> Yörelerin mutfak kültürü hakkında bilgilerinin verildiği çoğu bölümün aslında İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin veya bazı dergilerin internet sitelerinden alınan veriler olduğu ve bunların da çoğu zaman atıfsız kullanıldığı söylenebilir.

*Tarifleri; Geleneksel Sakatat Tarifleri; Geleneksel Hoşaf Tarifleri; Geleneksel Helva Tarifleri vb.*” şeklinde sınıflandırılarak içerik oluşturulduğu belirtilebilir.

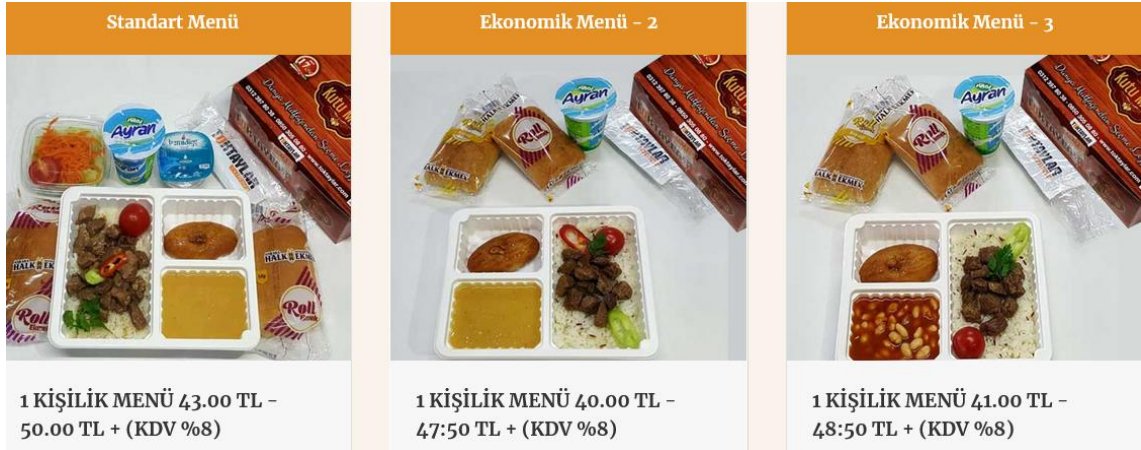
*Yemek Tedarik Etme ve Toplu Yemek Hizmeti Alma-Verme Organizasyonları (Catering)* başlığı altında yer verdiğimiz internet siteleri hakkında ise şu bilgiler verilebilir:

Herhangi bir sosyal etkinliğe, çalışma hayatındaki toplantılara veya işyerlerine yiyecek ve içecek sağlama servisi anlamına gelen *catering*, toplu yemek, yerinde üretim<sup>143</sup>, taşıma yemek ve hazır yemek gibi amaçlar doğrultusunda faaliyet alanları bulunan ve internet çağında da gelişimini artıran bir sektördür. Yemek tedarik etmenin profesyonel bir şirket tarafından sağlandığı bu iş kolunda gelenek kültürü çerçevesinde yemek ticaretinin yapılabildiği gözlenmektedir. Bu doğrultuda geçiş dönemleri içerisinde (nişan, düğün, sünnet, cenaze vb.) temel bir öge olan geleneksel yemeğin temin edilmesi hususunda - günümüzde- çevrimiçi olarak da *catering* ile hizmet verilmekte ve alınmaktadır.

Dünyada başta olmak üzere Türkiye’de de gelişmiş bir sektör olarak yorumlanabilecek “*catering*”in, geleneksel yemek kültürü alanında göze çarpan işlevinin geçiş dönemlerini yeniden düzenleme hususunda olduğu belirtilebilir. Diğer bir ifadeyle geçiş dönemleri içerisinde geleneksel yemek kültürünün, geleneksel yemek bilgisinin aktarımı ve öğreniminin yanı sıra göstergeler bütünü olarak sembolik bir biçimde iletişime ortak olan ve aracılık eden yapısal özelliğinin, internet kanalıyla da dönüşümünün hızlandığı söylenebilir. Günümüzde özellikle kent merkezli gerçekleştirilen düğünlerde kazanların -artık ya da çoğunlukla- kurulmadığı ve kaynamadığı bir gerçektir. Düğün yemekleri yapma-hazırlama geleneğinin, yapmayarak geleneksizleştirilmeye başlandığı bir dönem içerisinde *catering* sektörüyle de yemeğin ticarileştirilmesinin sınırları genişletilmektedir. Bu doğrultuda yemek şirketlerinin gelenekten aldıkları bilgiler bütünü, paketlenmiş halde gelenek kültürüne sundukları belirtilebilir. Aşağıda ölü aşı geleneğinin bir yemek şirketi tarafından nasıl pazarlandığı örneklendirilmektedir.

<sup>143</sup> Yemeğin üretimi için bilgi, personel, mekân, araç-gereç sağlanması ya da mevcut eksikliklerin giderilmesi ve geliştirilmesi.





**Foto 8: Cenaze Yemeği İçin Hazırlanan Menüler (URL38).**

Dijitalleşen iletişim teknolojileri içerisinde çevrimiçi alışverişlerin yapıldığı unsurlardan biri de yemektir. Hızlı, basit, ucuz olması; ödeme seçeneklerinin çeşitliliği; kupon (puan) kazanma ve kapıya gelmesi gibi faktörlerle sanal/çevrimiçi alışverişler her geçen gün hız kazanmaktadır. “Dijital ekonomi içerisinde market sepetlerinin yerini dijital sepetlerin almaya başladığı bu dönemde” yemek ile ilgili çevrimiçi alışverişler -eve ve iş yerine- yemek siparişi ve market alışverişi olarak iki şekilde karşımıza çıkmaktadır. (Alpyıldız, 2019, s. 123).

Yukarıdaki sınıflandırmada isimleri aktarıldığı gibi Türkiye’de *yemeksepeti.com*, *getir.com* başta olmak üzere *yettim.net*, *neyiyek.com*, *yemeksesi.com*, *doyurunbeni.com*, *yemeksiparisi.com.tr*, *yemekgetir.com.tr*, *acikinca.com* (*Balıkesir*) gibi internet siteleri ve bunların mobil uygulamalarıyla sayısız çeşitlikle yemek siparişlerinin verilebildiği bir dönem yaşanmaktadır. Bunlar arasında 2000 yılında Nevzat Aydın ve birkaç girişimci tarafından kurulan *Yemek Sepeti*, sektörde ilk olma niteliğinin yanı sıra gelişmiş çevrimiçi özellikleriyle başı çekmektedir. *Yemek Sepeti* Türkiye’deki tüm iller, KKTC’de ve son dönemde çeşitli ülkelerde de faaliyet göstermektedir. Kurumsal web sitenin yanı sıra App Store, Google Play gibi mobil uygulamalar üzerinden de anlaşmalı restoran ve lokantalara yemek siparişleri verilebilmektedir. Son dönemde ise *Yemeksepeti*’nin alt kuruluşu olarak *Banabi* aracılığıyla market siparişleri yapılabilmektedir. *Yemeksepeti*, 2015 yılında Almanya/Berlin merkezli çevrimiçi yemek sipariş ve dağıtım platformu olan *Delivery Hero*’ya satılmıştır.

2015 yılında Nazım Salur tarafından kurulan ve son dönemde büyük bir gelişme gösterip marka olan *Getir* şirketi de Türkiye başta olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerinde hizmet

ağını genişletmesiyle dikkatleri çekmektedir. “Getir Bi Mutluluk” sloganıyla faaliyet gösteren *Getir* şirketi, *Getir Yemek* uygulamasıyla çeşitli kategorilerde (döner, kebab, köfte, lahmacun, burger, deniz ürünleri, börek, mantı, ev yemekleri, kahvaltı, pasta, dünya mutfağı vb.) sayısız restorandan yemek siparişlerinin verilebildiği; ayrıca *Getir Büyük* uygulamasıyla süpermarketlere alternatif olarak market alışverişlerinin yapılabildiği; *Getir Çarşı* uygulamasıyla market, kasap, balıkçı, manav, kuruyemişçi, aktar, turşucu, yufkacı, kozmetik, kırtasiye, petshop gibi sektörlerde alışverişin yapılabildiği; *Getir Su* ile de damacana suların kapıya bırakılabildiği geniş hizmet ağına sahiptir.

Yukarıda adı geçen diğer çevrimiçi yemek siteleri incelendiğinde ise yemek siparişlerinin benzer formatta hizmete açıldığı söylenebilir. Tüketicilerin il, ilçe, mahalle ölçeğinde buldukları bölgeyi işaretleyerek ve sınırlandırarak birçok restorana ve çok çeşitli menülere sipariş verebildikleri bir altyapı söz konusudur.

Diğer taraftan bir tarama yapıldığında çevrimiçi yemek siparişleri deryası içerisinde doğrudan geleneksel ve yöresel yemeği öne çıkaran internet sitelerinin sınırlı kaldığı görülmektedir. Tespit edebildiklerimiz içerisinde *adilesultaneyemekleri.com*, *elazizmutfagi.com*, *mutfaksefi.com* adlı sitelerde geleneksel Türk yemeklerine yönelik genel repertuarın üretimi ve satımına yönelik bir faaliyetin yürütüldüğü belirtilebilir. Başka bir ifadeyle yöresel olarak işaretlenen birkaç yemek/yiyecek dışında ülke çapında tanınırlığı olan lezzetlerin belirli ücretler karşılığında adreslere teslimatının yapıldığı söylenebilir. Bununla birlikte *sebostan.com*, *nazlikoy.com*, *ciftcianneden.com*, *yoreselkoy.com*, *erzurumyoreselurunler.com*, *pestil.net* gibi geleneksel ürün satışı yapan siteler de bulunmaktadır. Bu sitelerin sosyal medya hesaplarının olduğu ve aktif bir şekilde bir faaliyetin yürütüldüğü de eklenebilir. (Çevrimiçi alışveriş konusu, bu çalışmada daha sonra müstakil olarak açılacak başlık etrafında çözümlenecektir).

Geleneksel yemek kültürünün dünyadaki durum tespitine dair ise önemli bir örnek çerçevesinde şunları belirtebiliriz:

Geleneksel yemeklerin, yerel ürünlerin ve otantik restoranlara dair bir dünya atlası ve ansiklopedisi olan *TasteAtlas* son yıllarda dikkat çeken popüler bir veri tabanıdır. 2015 yılında Hırvat gazeteci Matija Babic tarafından kurulan ve dünyanın ilk interaktif yemek atlası olan *TasteAtlas*, dünyanın çeşitli bölgelerindeki şehir ve köylerin meşhur tatları ve unutulmakta (kaybolmakta) olan geleneksel lezzetlerinin dünya haritası üzerinde

kataloglandırılarak keşfedilmesi ve deneyimlenmesi amacıyla ücretsiz olarak hizmet vermektedir. Dünyadaki geleneksel mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilirliğinin hedeflendiği bu internet ağında geleneksel yemeklerin tarifleri bir veya iki fotoğraf eşliğinde temel ve kısa olarak verilmekte, ayrıca uzman incelemeleri doğrultusunda da mekân önerileri yer almaktadır. Matija Babic tarafından geliştirilebilir bir proje olarak tasarlanıp güncel rakamlarla 10.000 geleneksel yemeğin ve 9000 restoranın bulunduğu bu internet ağının içeriğinin genişletilmesi ve akademik boyutunun artırılması hedeflenmektedir. Ayrıca *TasteAtlas*'ın gastronomik bir seyahat rehberi işlevi gördüğü de belirtilebilir. (URL39; URL40).



**Foto 9: TasteAtlas Sitesine Ait Dünyadaki Geleneksel Lezzet Haritası (URL41).**

Yerel ürünlerin küresel haritası olan *TasteAtlas*'ın geleneksel Türk yemek kültürünü kapsayan boyutundan da bahsetmek gerekmektedir. Bu sitede meşhur ürünler, et ve sebze yemekleri, içecekler, tatlılar, hamur işi, mezeler gibi kategorilerde geleneksel Türk yemek kültürüne ait bilgilendirme ve tanıtım yapılmaktadır. Örneğin Türkiye'nin en meşhur yiyecekleri arasında "dondurma (Maraş), börek, sarma, köfte, baklava, mantı, dolma, lokum, döner, Adana kebab, İskender kebab, turşu; içecekleri arasında da Türk kahvesi, ayran, salep, rakı, boza, şalgam suyu vb. ürünlerin kısa tarifleri verilmekte ve meşhur olduğu bölgeler/şehirler işaretlenmektedir. Ayrıca nerede ne yenir sorusunun yanıtının mekân önerileri olarak sunulduğu restoran ve lokantalar (Hafız Mustafa/İstanbul, Aşçı Bacaksız/Afyon, Katmerci Zekeriya Usta/Antep vb.) listelenmektedir.



**Foto 10: Tastedatlas Sitesinde Türkiye'nin Geleneksel Yemek Kültürü Haritası (URL41)**

### 3.2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü

Sosyal medya hesapları bağlamında kullanıcı profili ve işleve dair bir sınıflandırmayı başlıca üç cepheye ayırabiliriz. Bunlardan birincisi *Bireysel Hesaplar (Amatör-Profesyonel, Ticari)*; ikincisi *Kurumsal-Ticari Hesaplar* (yemeksepeti.com, getiriyemek.com, yemek.com vb.); üçüncüsü de *Yemeğe Dair Oluşturulan Topluluk Sayfaları* (Türk Dünyası Yemekleri, Gaziantep Et Yemekleri, Selanik Göçmenleri ve Yemekleri vb.).

Bu üç sınıflandırmada bazı noktalarla ilgili şunları vurgulayabiliriz:

Birinci cephe kendi içerisinde üçe ayrılabilir. Bunlardan ilki *yemeği yapan/üreten, gösteren/gösteri alanına taşıyan, ticari boyut yükleyen bireysel hesaplar*. Bunlar içerisinde şefler, aşçılar, ustalar, ev hanımları, farklı meslek dallarında hizmet verip mutfak kapılarını dijital misafirlere açan kadınlar, yemek yapan amatör erkekler vb. bulunmaktadır. Birçoğunun ortak özelliği sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmaları veya bu şekilde tanınırlık kazanmalarındır. Başka bir deyişle bu grupta -büyük oranda- dijital kültür çağının habitatları içerisinde gelişim göstermiş kişileri seçtiğimizi vurgulayabiliriz. Bu açıdan aşağıdaki kümelenirmede geleneksel Türk yemek kültürüne yönelik faaliyet yürüten ve sosyal medyada öne çıkan kişiler çerçevelenmiştir.

Bu hususta kendilerini farklı bağlamlarda kanıtlamış *Arda Türkmen, Aylın Yazıcıoğlu, Somer Sivrioğlu, Mehmet Gürs, Musa Dağdeviren, Şerife Aksoy, Refika Birgül, İdil Yazar, Bengi Kurtcebe, Rafet İnce, İsmet Saz, Burak Zafer, Murat Bozok, Maksut Askar, Mehmet Yalçınkaya, Şemsa Denizsel, Ali Güngörmüş, Osman Sezener, Serkan Güzelçoban, Can Oba, Civan Er, Fatih Tutak, Kemal Demirasal, Didem Şenol, Sinem Özler* gibi ünlü Türk şeflerinin ayrı bir çalışmada değerlendirilebileceğine dikkat çekmeliyiz. (Bu şeflerin sosyal medya hesapları incelendiğinde ise birçoğunun günlük hayatlarındaki önemli kesitleri, deneyimlerini veya yaptıkları yemeklerin bitmiş halini paylaştıkları görülmektedir).

Bununla birlikte araştırmacı ve yazar kimlikleriyle de öne çıkan *Musa Dağdeviren, Ömür Akkor, Yunus Emre Akkor, Vedat Başaran, Doğa Çitçi* gibi Türk şeflerin Geleneksel Türk yemek kültürüne katkıları, dijital kültürle doğrudan çerçevelenemeyen ve bu çalışmanın kapsamını aşan başka bir önemli araştırma konusudur.

Sınıflandırma hususuna tekrar gelecek olursak yemeğin üretim alanına girmesinden ve yukarıda belirtilen çoğu hesabın temel işlevlerinden olmasından dolayı ilk grup arasına yemek tarifleri hesaplarının dahil edilmesi gerektiğini düşünmekteyiz. Bu hesapların çoğu, yemek tarifi merkezli internet sitelerinin sosyal medya uzantıları olmalarının yanı sıra Instagram ve YouTube gibi sosyal medya platformlarında yemek tarifleri içeriğiyle öne çıkan hesapların (örneğin milyonlarca takipçi sayısına ulaşabilen ev hanımlarının) paylaşımlarının, yemek tarifleri hesapları tarafından kopyalanması veya tekrar edilmesiyle oluşturulmaktadır. Bu bağlamda ayrı bir alt başlık açılması tercih edilebilecek bir yapılandırma olabileceği gibi bütünlüğün bozulmaması adına da seçtiğimiz bu yöntem de bir gereklilik olarak düşünülebilir.

İkincisi alt başlık/cephe ise yemeği tanıtan/tanıtım aracı olarak kullanan, gurmeler-gezginler-fenomenlerdir. Bu hesaplar yemeğin üretim boyutu yerine tüketim boyutunu öne çıkaran, tanıtan, tavsiye eden, not veren, etkileşim alan bir işlevde hareket etmektedir.

Üçüncü cephede geleneksel-yöresel ürün satıcılarının oluşturdukları sayfalar bulunmaktadır. Kişilerin kendi köyünde (tarlasında ve bahçesinde) ürettikleri ürünleri sosyal medya yoluyla pazarlamaya çalışmaları, amatör bir girişimcilikten profesyonel ve kurumsallaşmaya kadar varan bir yelpazeye uzanabilmektedir. Bu kişilerin bir bölümü de kentten köye göçün temsilcileri olan ve “geleneksel ekolojik bilgi kökenli tarım ve hayvancılık yapan yerelin postmodern kentli köylüleri” (Özdemir, 2022a, s. 37) olarak nitelendirilen gruptur. “Yerel geleneksel ekolojik bilginin, bağlamın, kültürün ve yaşamın canlanmasını sağlamaya çalışan ve bu postmodern yereller, meraklılar ve tüketicilerle sanal-dijital teknolojik bağlamda buluşarak (sanal ağlarda ekolojik ortaklıklar oluşturarak) geleneksel ekolojik bilgi ve kültürü dolaylı olarak canlandırmaya devam etmektedirler” (Özdemir, 2022b, s. 21-22).

Ayrıca üçüncü cephe içerisinde yöresel gıda ürünleri satan yerel işletmelerin kendi internet sitelerinin yanı sıra sosyal medya aracılığıyla da boy gösterdikleri vurgulanabilir.

Diğer taraftan bireysel hesapların ticari boyutuyla ilgili altını çizmemiz gereken bazı hususlar bulunmaktadır. Ticari boyut ve vurgusu, yemeğin yalnızca -sosyal medya araçlarında- pazarlanıp satışa sunulması bağlamında düşünülmemelidir. Başka bir ifadeyle ticari faktörü, tanıtılan ve temsil edilen ürünün -internet kanalıyla- satıcılığının üstlenilmesine ve yapılmasına ek olarak başkaları tarafından üretilen yiyeceklerin-

içeceklerin kişisel hesaplarda içerik oluşturma ve etkileşim sağlama yoluyla maddi kazanç elde edilebilmesini de kapsamaktadır. Bu bağlamda fenomen olanlar dahil çoğu hesap bu ereve içerisinde değerlendirilmelidir. Ayrıca vurgulamalıyız ki aşağı bölümde ne kadar bir sınıflandırma yapsak da çoğu hesabın aslında fenomenlik olgusu içerisinde düşünülmesi de gerekmektedir.

Sanal-dijital platformlarda yemek kültürüne ilişkin durum tespitinde dikkat çekmemiz gereken diğer bir konu da dijital içeriklerdeki i içe gemişliktir. Başka bir ifadeyle, yapısal bir ozmlenme yapılıp bir sınıflandırmaya gidildiğinde sınırların bulanıklaşması veya baştan çizilebilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu bağlamda bireysellik-kurumsallık arasındaki çizginin her zaman kesin hatlarla birbirinden ayrı olduğunu da söyleyemeyiz. Zira bireysel bir girişimle başlayan dijital faaliyet alanının kurumsallaşmaya uzanmaya başladığı ya da yarı kurumsal nitelikte faaliyette bulunan çok sayıda örnek bulunmaktadır. Başka bir deyişle arz-talep dengesi bağlamında bireysel üreticiliğin kapsamının genişletilmesi; şirketleşilmeye başlanması ve çok sayıda çalışan istihdam edilmesi gibi faktörler dikkat çeken temel noktalar dır.

Kurumsallıkla ilgili vurgulanması gereken diğer bir nokta da çoğu hesabın aslında (on) yıllardır aktif olarak hizmet veren işletmelerin (rneğin lokantalar) uzantıları olması ve bu dijital mecrada da boy göstermelerini rneklendirmesidir. Dolayısıyla aşağıdaki kmelendirmede çoğu hesap gerek bireysel gerekse (yarı) kurumsal olarak ikili ve melez bir yapıdadır.

*Kurumsal-Ticari Hesaplar* şeklinde belirlediğimiz ikinci kümede kurumsal-ticari hesapların kendi internet sitelerinin sosyal medya araçlarına grlşnn örneklendirilmesi söz konusudur. Bu açıdan dijital bağlamlar arası geçiş güzergahları arasında internet siteleri, sosyal medya platformları ve mobil uygulamalar önemli kavşak noktaları olmaktadır. (Bu faktör yalnızca yemekle ve belirttiğimiz cepheyle sınırlı olmayıp aslında dijital dünyadaki çoğu olgu-etkinlik-girişim-yapı vb. açısından da geçerlidir). Yemekle ilgili kurumsal internet sitelerinin (Yemeksepeti ve GetirYemek vb.) sosyal medya hesapları -takipçi sayısı ve içerik- olarak incelendiğinde bu hesapların kurumsal pazarlama işleviyle kullanıldığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle hem merkez şirket hem de ürünü tanıtılan firmanın reklamlarının yapılması söz konusudur. Bu doğrultuda reklamı yapılan ürünün görseli/görüntüsü fiyat bilgisi, kampanyalar, son gelişmeler, göz

alıcı sunumlar gibi içeriklerle yansıtılmaktadır. Ayrıca dikkat çeken ve belirtilmesi gereken bir husus ise yemekle ilgili kurumsal şirketlerin kendi internet siteleri ve mobil uygulamalar üzerinden daha aktif bir işleve sahip olduğudur. Bu yemek şirketlerinin potansiyeli düşünüldüğünde takipçi sayılarının (görece) azlığı bu fikirlerin dayanak noktası olarak değerlendirilebilir.

Üçüncü cephede dikkat çekilecek husus ise “dijital folk grupları” (McNeill, 2013) içerisinde bir küme olan ve yemek kültürü çerçevesinde oluşturulan topluluk/grup sayfalarıyla kolektif belleğin yemek üzerinden inşa edilmesinin örneklendirilmesidir. “Web’in coğrafi yakınlığı olmayan insanları birbirine bağlama konusundaki benzersiz kapasitesinin yansıması olarak güçlü bir sanal gıda toplulukları üreticisi” (Rousseau, 2012, s. 5-6) olması, yemek etrafında ortak bir kültürel köken temelli bir sanal-dijital merkez/mekân inşa edildiğini göstermektedir. Bu bağlamda sosyal medya platformlarında sanal-dijital dostlukların kurulmasının ötesinde yemeğin birleştiricilik gücü ve aitlik hissi veren işlevlerinden yararlanılarak topluluk sayfaları oluşturulmaktadır.

<b>INSTAGRAM</b>		
<b>1. BİREYSEL HESAPLAR (AMATÖR-PROFESYONEL, TİCARİ)</b>		
<b>1.1 ÜRETİM VE SUNUM</b> Şef-Aşçı-Usta Fenomenler ve Mekanlar/Mekanları, Ev Hanımları/Evde Yemek Yapan Diğer Kadın Fenomenler, Amatör Olarak Yemek Yapan Erkekler, Yemek Tarifleri Hesapları	<b>1.2 TANITIM VE REHBER</b> Gurme-Gezgin Fenomenler	<b>1.3 ÜRETİM VE SATIŞ</b> Geleneksel Ürün Satıcıları
<b>2. KURUMSAL-TİCARİ HESAPLAR (INSTAGRAM)</b> Yemeksepeti (290 bin); Getiryemek (123 bin);		
<b>3. TOPLULUK/GRUP SAYFALARI (FACEBOOK)</b>		



## 1.1 ÜRETİM VE SUNUM

**Şef-Aşçı-Usta Fenomenler ve Mekanlar/Mekanları, Ev Hanımları/Evde Yemek Yapan Diğer Kadın Fenomenler, Yemek Tarifleri Hesapları ve Takipçi Sayıları (Şubat 2022).**

**Czn Burak (Burak Özdemir/Medeniyetler Sofrası)** (42.6 Milyon Takipçi); **Mehmet\_Cheff/balık (Mehmet Gezen, 1. 7 milyon); Faruk Gezen/balık** (1.7 milyon); **Erşan Yılmaz (Bordomavi Balık)** (1.2 milyon); **Arif Erdoğan** (1.5 milyon); **Refika Birgül** (1.4 milyon); **Midyeci Ahmet** (1.2 milyon); **Şırdancı Mehmet** (1.1 milyon); **Mahsun Usta** (1 milyon); **Sandaviç Kralı** (857 bin); **Hüseyin Güvenc** (guvenckonyali, 852 bin); **Ömür Akkor** (772 bin); **Küşlemeci Mehmet Usta** (729 bin); **Baruthane Pilavcısı** (742bin); **Kaburgacı Yasar** (563bin); **Yasin Çıvık/Midyeci Yasin** (462 bin); **Şabanaliçamkerten/unlu mamuller** (328 bin); **Tostçu Mahmut** (315 bin); **Abdullah Usta/Bişirici Kebap** (282 bin); **Ali Eren Çiçek/Alidayibalik** (281 bin); **Etçi Umud** (245 bin); **Kebapçı Necdet** (223 bin); **Dönerci Serkan Usta** (202 bin); **Tostçu Erol** (192 bin); **Ramazan Bingöl** (215bin); **Yunusemreakkor** (205 bin); **Hasan Usta Kebap** (203 bin); **Antepsan Baklava** (191 bin); **Kaburgacı Mehmet** (161 bin); **Kokoreççi Şeref Usta** (137 bin); **Suat Usta Tantuni** (131 bin); **Kokoreççi Tekin Usta** (143 bin); **Kebapçı Yalçın** (189 bin); **Tatlıcı Safa** (179 bin); **Antepli.baklava** (164 bin); **Obur Közde Mantı** (163 bin); **Pastırmacı Tolga** (162 bin); **İmam Çağdaş Kebap ve Baklava** (156 bin); **Kebapçı Bedir Usta** (134 bin); **Abdurrahman Usta&Metin Usta** (Site2 Lokantası-137 bin); **Serdal Urhan/urhanogluozdekunefe** (128 bin); **Tostçu Ziver** (124 bin); **Kebapçı Mahmut** (124 bin); **Gülermidye/Güngör Güler** (120 bin); **Hacıbaşar Kebap** (112 bin); **Şırdancı Kadir** (108 bin); **Sakıp Usta** (103 bin); **Chef Mustafa Kemal** (101 bin); **Reşat Balık** (101 bin); **Konyalı Ahmet Usta** (94.7 bin); **Çelebioğulları Baklava** (93 bin); **Gurmehardin** (92.5 bin); **Etsetsukret** (85.2 bin); **Cngz Çiğköfte** (81.1 bin); **Şefbulent/Bülent Barış** (80.2 bin); **Kokoreççi Asım Usta** (80 bin); **Köylüm Döner** (79.9 bin); **Kaçkarrestaurant** (72.2 bin); **Küşleme Kebaphan Baklava** (70 bin); **Kokoreççi Baki Usta** (66.1 bin); **Bafra Pide Coşkun Kuru** (65.8 bin); **Piton Döner/Piton Mehmet** (61.8 bin); **Kasap Abla** (60.4 bin); **Ömer Kozan/baklava** (60 bin); **İsmail Usta** (kasrikervanismaail, 59.1 bin); **Şef Bülent Restoran** (59.9 bin); **Sedat\_chef/Künefenin Jönü** (58. 8 bin); **Malatyalı Hacı Usta (Aspuzu Çiğ Köfte, 55.bin); Kelebekugurusta** (55 bin); **Mehmetcan Tantuni** ; (54.5 bin); **Kebapçı Muhtar** (54 bin); **Çiğerci Yunus** (53.5 bin); **Çiğerci Mehmet Usta** (52.6 bin); **Kebapçı Halil Usta** (51.3 bin); **Meşhur Köfteci Hacı Bekir** (50.5 bin); **Kasap Halil Usta** (49.7 bin); **Adanalı Soner Usta** (49 bin); **Şırdancı Emin** (47.8 bin); **Reks Kokoreç** (47.6 bin); **Şırdancı Bedo** (43. 3); **Avşar Kaz Tandır** (43.1 bin); **Murat Kasap Fırın** (42.9 bin); **Malatyasofrasi1942/Hacı Ahmet Malatya Sofrası 1942** (45 bin); **Çiğerci Edip Usta** (42.3 bin); **Çiğerci Yener Usta** (41.9 bin); **Katmerci Dayı Karataş** (41.8 bin); **Zeynep Usta Künefe&Katmer** (41.8 bin); **Nedim Ustam** (41.8 bin); **Sem Usta** (41.7 bin); **Hacı Usta/Misanadakebab** (37.9 bin); **Çiğerci Mustafa Akyol** (Kadir Anladı, 37.8 bin); **Kurufasulyecialibaba/Süleymaniye Kuru Fasulyecisi** (36.8 bin); **Kaburgacı Cabbar** (36. 2 bin); **Çiğerci Ulaş** (35.1 bin); **Dürümcü Recep Usta** (Gaziler, 35. 2 bin); **Sabriden** (Tantuni-Kokoreç, 35 bin); **Ahmet Erçin/usta\_ahmet42** (35.8 bin); **Mersinli Çiğerci Ahmet** (34.2 bin); **Haşim Usta-Kebap**

(34 bin); **Şaban Göl** (Lezzetin Adamı, 34 bin); **Baba Kebap** (34 bin); **Nejat Usta Bornova** (33.8 bin); **Tatlıcık Keno** (33.4 bin); **Çiğ Köfteci Ali Usta** (33 bin); **Klas Tatlı Dondurma Baklava/klastatlı\_fistikadam** (32.7 bin); **Turaçetlokantasi/TURAÇ** (32.6 bin); **Köfteci Bombey** (31.8 bin); **Tarihi Paşahan Konağı** (31.8 bin); **Etolog Fahri Usta** (31.5 bin); **Peçenek Döner** (31 bin); **Hüsamettin Usta Kocabaylar** (30.9 bin); **Dayının Yeri** (30.3 bin); **Kebapçı Yaşar Usta** (27.4 bin); **Meşhur Künefecisi Sadık Usta** (27.6 bin); **Doğa Çitçi** (26.8 bin); **Kasap Nihat Yurttaş** (26.7 bin); **Muammer Usta/Kadayıfçı** (26.5 bin); **Katmerci Zekeriya Usta** (25.4 bin); **AyMe Karadeniz** (24.9 bin); **Mustafa Ciğer Kebap-Bursa** (23.7 bin); **Kurtteveli Ali Baba Kebapçı** (23.5 bin); **Tadım Ankara** (23.5 bin); **Mr.Midye/Kuyu Kokoreç** (23.4 bin); **Bülent İlçi/Tariki Merkez Efendi Köftecisi** (23.1 bin); **Nohutçu Metin Usta** (22.6 bin); **Kebapçı Dursun** (22.4 bin); **Merkezefendikasabi/Ahmet Usta** (22.4 bin); **Kamurmacı Goze** (22.1 bin); **Tatar Turşucu Engin Usta** (21.6 bin); **Midyeci Şehmus Usta'nın Yeri** (21.5 bin); **Güneykent Balıkçısı** (20.9 bin); **Kasimpatı Döner** (20.8 bin); **Bolulu Tahir Usta** (20.7 bin); **Şırdancı Cumali** (20.4 bin); **Abdussamet Apuhan** (20.4 bin); **Paçacı Osman Usta-Tekerek** (20.2 bin); **Harun Donmez/lokmahaneharunrasit** (19.4 bin); **Tavacı Mustafa** (19.1 bin); **Kabakçı Halil Usta** (19 bin); **Çorbacı Hasan Usta** (18.8 bin); **Kokoreç Adam** (18.3 bin); **Dürümcü Mehmet Usta** (18.2 bin); **Tarihi Hacı Baba Lokantası 1942** (18.2 bin); **Salim Usta** (Afyon, 18.1 bin); **Köfteci Fahrettin** (17 bin); **Barış Midye** (17 bin); **Urfa Tike Ciğer** (16.8 bin); **Kebapçı Baki** (16.6 bin); **Ciğerci Aytaç** (16.6 bin); **Uludağ Kebapçısı Cemil Usta** (16.3 bin); **Salih Usta** (16.4 bin); **Balıkçı Kahraman** (16.2 bin); **Nurettin Usta** (Bizim Köfteci, 15.8 bin); **Tavacı İzzet Usta** (15.4 bin); **Kemeraltı Börekçisi** (15.3 bin); **Kadayıfçı Mehmet Usta** (15.3 bin); **Umut Pide Sarayı** (15.2 bin); **Kalealtı Ciğer Kebapçısı** (14.9 bin); **Cihangir Büryan** (14.4 bin); **Sendagliyagsomunu/Hasan Şendağlı Yağ Somunu** (13.9 bin); **Paçacı Şahin Usta** (13.6 bin); **Suat Duman/Mesurkavurmacı** (13.4 bin); **Paçacı Hikmet Plus** (13.4 bin); **Tatlıcık Ökkeş Usta** (12.3 bin); **Akay Çiğbörek ve Mantı** (11.4 bin); **Cihan Ayyıldız** (11.2 bin); **Adnanusta01Kebap** (11.2 bin); **Peynircim Ümit** (11 bin); **Tadimizmir/Gezmeyi Seven Av.** (10.6 bin); **Sarnıç** (10.6 bin); **Köfteci Fatoş Abla** (10.3 bin); **Recep Usta-Kebap** (10.2 bin); **Kavurmacı Feyzi Usta** (10 bin); **Mahmut Usta/Mahmut Bingöl** (10 bin); **Tarihipidefirini/Ahmet Alagöz** (9900); **Paşanın Kızı Ev Yemekleri** (9500); **Kuymak Adam** (9200); **Ünlü Pilavcı Engin Usta** (7.200); **Kebapçı Pala 1965** (6.700); **Kebapçı Tamer** (6.042); **Kumrucuapo35** (5900); **Kalburabasticim** (4780); **Meşhur Köfteci Şahin Usta** (4.665); **Kelleci Hilfan Usta** (4.261); **Acının Ustası** (3066); **Ciğerci Ali Haydar Usta** (2.596); **Fahrettin Usta Ütülü Balaban** (1.600) vb.

**Şükran Kaymak** (5.6 milyon takipçi); **Nermin Yazılıtaş** (3.6 milyon); **Betül (turkuazkitchen,** 3.3 milyon); **Nermin Gül** (3.2 milyon); **Behiye Kaya** (kakuleli mutfak) 2.6 milyon; **Zeliha Küçükturan (Umutsepetim)** 2.3 milyon; **Merve Ünal (pacikanin\_mutfagi)** 2.4 milyon; **Ayşegül Usluer** (2.2 milyon); **Zübeyde Mutfakta** (2.1 milyon); **Cahide Sultan** (2.2 milyon); **Nermin Öztürk** (3.1 milyon); **Öznur Uslu** (1.5 milyon); **Zeynep** (zeynolu\_tatlar, 1.5 milyon); **Chef Süheyla Fidangül** (1.4 milyon); **Fulya Çelik** (1.3 milyon); **Beyhan Kadayıfçı** (beyhaninmutfagi, 1.3 milyon); **Yasemin Arslan** (nefismutfagim, 1.3 milyon); **Saniye Demirtaş Kayhan** (1.2 milyon); **Sevde Nur Kaya** (1.2 milyon);

**Türkan'ın Mutfağından** (1.1 milyon); **Gurbet Aygün** (gurbetinmutfagi, 1.1 milyon); **Mine Kaydu** (hayatim mutfak, 1.1 milyon); **Nuray Barışan** (misss\_lezzetler, 1.1 milyon); **Rukiye Akdoğan** (1 milyon); **Ayşegül Atılgan** (1 milyon); **Hatice Mazi** (1 Milyon); **Ayşe Sen** (aysens.kitchen, 1 milyon); **Hatice Yüksel** (1 milyon); **Havva Koçak** (havvanin\_mutfagindan, 1 milyon); **Sevim Bekgöz** (mutfagiseviyorum, 1 milyon); **Nuran Tarhan** (yemekrium) (993 bin); **Filiz Er** (942 bin); **Melike Küçükkoçan** (kayinvalidemveben, 928 bin); **Nevsin Avdan** (903 bin); **Hatice Demirtaş** (lezzeti\_ikramlar, 646 bin); **Nurtence** (618 bin); **Aysekoch61** (567 bin); **Duygu Özdel** (duygululezzetler, 530 bin); **Rukiyenin\_sofrasi** (472 bin); **Seval Bolat/Leziz Sofralar** (440 bin); **Semiray Ergün** (417 bin); **Yıldız** (yldizkoc, 309 bin); **Tülin Uysal Ören** (306 bin); **Ayşe Bektaş** (298 bin); **Özgül Coşar** (288 bin); **Cihan Hanımın Mutfağı** (273 bin); **Seda Kurt Gönültaş** (Sedadanlezzetler, 242 bin); **Necla Timur Deniz** (197 bin); **Suna Atilla/Yemek\_kelebegi** (193 bin); **Mine'nin Mutfağı** (sihirlidokunuslar, 178 bin); **Chef Süheyla Fidangül** (171 bin); **Müfide Ersoy** (170 bin); **Saniye Anne Yemekleri** (127 bin); **Hacer Şener** (Ortakarişik, 124 bin); **Filiz Say Öztürk** (filizinmutfagindan, 95 bin); **Bergüzar Erden** (80.5 bin); **Mutfaktamimarvar** (66.3 bin); **Tijen Aktay** (48.3 bin); **Hanimin\_mutfagi1** (47.5 bin); **İncitadinda/İnci Berna** (19.6 bin) vb.

**Tarif Hesapları: Nefis Yemek Tarifleri** (9.8 milyon); **5 Çayı Tarifleri** (2 milyon); **Kahvaltı Tarifleri** (1.8 milyon); **Tencereyemegim/yemek sunum tarif sayfası** (1.5 milyon); **Tarifsunum** (1.4 milyon); **Lezizsalatalar** (1.4 milyon); **Kahvaltı Tarifleri** (1.3 milyon); **farkli\_yemek\_tarifleri/Nazlı Işık Yordanagil** (1.1 milyon); **Harika Tarifler** (953 bin); **Beş Çayı Lezzetleri** (918 bin); **ana.yemekler** (693 bin); **yemek.hane** (629 bin); **yemektar1fi** (557 bin); **Tarifbilgisi** (466 bin); **yemektarifi** (424 bin); **Kolay Yemek Tarifleri** (398 bin); **Hamur İşi Tarifleri** (360 bin); **Çorba Tarifleri** (350 bin); **çay\_saatinden\_tarifler** (290 bin); **Pratikizle** (213 bin); **yemek\_tariflerim** (135 bin); **Şerbetli Tatlılar** (125 bin); **tarifdefteriniz** (121 bin); **poğaça Tarifleri** (101 bin); **Ustadan Al Tarifi** (65.5 bin); **Evde Yemek Tarifleri** (39.1 bin); **Tarif Yolla** (22.6 bin) vb.

## 1.2 TANITIM VE REHBER

### Gurme-Gezgin Fenomenler ve Takipçi Sayıları

**Yemek Nerede Yenir** (2 milyon); **Yemek\_tarzimiz** (1.1 milyon); **Antepliyiyor/İshak Bostan** (1 milyon); **Midefilozofu** (1 milyon); **Doğal Gurme** (676 bin); **Harbiyiyorum/Salih Seçkin Sevinç** (604 bin); **Şahanegurme/Muhammed** (582 bin); **Eray Kılıç** (551 bin); **Sahrap Soysal** (520 bin); **Gurmemiş/Furkan Emre Altay** (502 bin); **Biryemekiste/Suat Durmuş** (494 bin); **Midekurdu** (475 bin); **Sandık İçi Doğal Lezzetler** (469 bin); **Gezdikçeyiyorum/Mehmet Bostan** (462 bin); **Orman Lezzetleri** (454 bin); **Spart4nn/Cemil Ceylan** (444 bin); **Ender Mutfakta** (432 bin); **Tadimnotları** (429 bin); **Murat Pala-Lezzet Ormanda** (421 bin); **Gurmex** (420 bin); **Türkiye Yemekleri** (419 bin); **Bugünneyemeliyiz/Antepli** (411 bin); **Mideuzmanı** (403 bin); **Maskulenbirey/Maskulen Adam** (403 bin); **Gezgin Yiyor** (386 bin); **Yemekfilozofum/Mehdi Akgül** (384 bin); **Gaziantep Lezzet Rehberi**

(374 bin); **Yemelerdeyiz** (364 bin); **Milliyiyici/Murat Çelik** (353 bin); **Hayri Altay** (341 bin); **Antalya Gurmesi Murat Atay** (307 bin); **Celal Arpat** (302 bin); **Oguzozyaral/ Prof. Dr. Oğuz Özyaral** (293 bin); **Boğazişi-Yemek Mekan Tarif** (284 bin); **Gurmecanlar** (273 bin); **Oğulcan Demir** (yemekyielim.co, 270 bin); **Tuzsuz Baharat** (263 bin); **Gurukafa** (262 bin); **Meşhuryemek** (258 bin); **Neredeyemekyeriz** (239 bin); **Hominigirtlakgurme** (231 bin); **Gurmemory/Ali Miraç Aşık** (229 bin); **Tatdedektifi/Sinan Hamamsarılar** (228 bin); **Gastro Özgür** (227 bin); **Sercangeziyor/Sercan Deveci** (226 bin); **Lokantalarım/Devrim Alp Artam** (225 bin); **Yemek Ailesi** (221 bin); **Yemekmuftelasi/Osman Oğuz** (219 bin); **İzmir'in Gurmesi Emre** (217 bin); **Yiyenseyyah** (206 bin); **Keşfedenler Kulübü** (206 bin); **Damak Ustası** (203 bin); **Maraşlı Yiyor** (196 bin); **Oğuz Yenihayat** (195 bin); **Antepli Gurme/Veysel Yılmaz** (192 bin); **Yemeklerdeyim/Gaziantep** (190 bin); **Yemekle\_bitmez/Mehmet Ay** (189 bin); **Ayhan Mortepe** (186 bin); **Cemilteris** (181 bin); **Yemek Mekan Tarifleri** (180 bin); **Harika Gurmeci** (179 bin); **Burak Durgun/gurmeantepli** (170 bin); **Gezentimsah/Buğra Karaman** (165 bin); **Mersin Mekanları** (165 bin); **Mersin'de Ne Yenir** (163 bin); **Yemekrehberistan** (156 bin); **Sevimligurme** (156 bin); **Nihat Ertekin/Gastronomi Gezi** (153 bin); **Diyet Düşmanı** (151 bin); **Keşif Gurmesi/Dr. Emrah Koç** (149 bin); **Oburcan** (147 bin); **Yemek Nerede Yesem** (144 bin); **Yiyen.adam/Halil Aydın** (143 bin); **Meşhur Mekanlar** (143 bin); **Sakarya Gurmesi** (140 bin); **Gurmenetwork** (139 bin); **Vedat Milor** (137 bin); **Gurmelook** (136 bin); **Görkem Harmanda/gurme\_avukat** (136 bin); **Etmanyak** (133 bin); **Yemek Haritası** (133 bin); **Mehmet Yaşın/Damakcatlatan** (132 bin); **Yemek Bey** (130 bin); **Nereden Yemeliyiz** (128 bin); **İzmirde.yemek/Ozan Kalenderoğlu** (126 bin); **Sıralı Gurme** (123 bin); **Murat Gözal** (122 bin); **Antepli Gezgin** (119 bin); **Bayangezen Bayyiyen** (113 bin); **Damakustamcom** (113 bin); **Lezzet Kralı/Talih Sekin** (111 bin); **Uçak Yolcusu/Onur Ziya Demir** (110 bin); **Cok.aciktim** (109 bin); **Lezzetpeşindebiri/Fatih Doğru** (108 bin); **Yemek Cennetii** (105 bin); **Neyeseknerede/Gaziantepli Yer Gezer** (105 bin); **İzmir Yemek ve Seyahat/gurme\_izmir** (103 bin); **Ayı Yemeği-Kamp Yemek Gezi** (102 bin); **Yemek Hocası** (101 bin); **Ankaragurusu** (100 bin); **Yiyip Geziyoruz** (95.3 bin); **AdanaYiyor** (93.3 bin); **Yemek Aşığı** (91.8 bin); **Gaziantep Mekan Rehberi** (82.2 bin); **Gurme Gözlük** (81.8 bin); **Mukemmeltadlar** (78.5 bin); **Sosyalıyicicahit** (77.7 bin); **Gezgin/İbrahim Özsinan** (77.4 bin); **Bursa'da Ne Yenir** (73.5 bin); **Fakir Gurmesi** (72.6 bin); **Gezen Adam Denizli** (68. 3 bin); **Sofrahantep/Gaziantep Mekan Rehberi** (68.3 bin); **Lezzetipanya** (67.7 bin); **Lezzet\_gezen** (67.3 bin); **İzmir Mekanları** (65.1 bin); **Gaziantep Mekan Rehberi** (63 bin); **Murat Büyükçapar-Gurme** (63. 3 bin); **Yemek Semti** (63.1 bin); **Lezzet Avcıları** (62.9 bin); **Türkiye Mekan Rehberi** (62.2 bin); **İzmirdebirlezzet** (62 bin); **Lezzet Veren** (59 bin); **İstanbul Kazan Ben Kepçe** (58.1 bin); **Adıyamanlıyiyor/Mahmut** (57.2 bin); **Balıkçı Hüseyin Usta** (54.5 bin); **Ankaradangurme** (53.9 bin); **Yemeklerimiz TR** (52. 3 bin); **Bursa Sokak Lezzetleri** (51.9 bin); **Birbucuk.adana** (51.1 bin); **YemekNeredeYeriz** (50.6 bin); **Sokak Lezzetleri Emre Koçak** (50.2 bin); **Adana Lezzet Sokağı** (49. 4 bin); **Enesle Lezzete Yolculuk/doydukbeabi** (47.7 bin); **Kilisli Yiyor** (46.9 bin); **Ne Yedik Be Abi** (46.8 bin); **Gurme Akademi** (46. 3 bin); **Teoman Hunal** (46.3 bin); **Gezsekysesek/Ankara Lezzet Mekanları** (45.3 bin); **Bunu Yedin Mi** (44.1 bin); **En Güzeli Nerede** (44 bin); **Abdullah**

**Yenier/yemeustasi** (43.9 bin); **Kangurular** (43.5 bin); **Baklava Gurmese** (43.3 bin); **Adana Gurmese** (42.6 bin); **İkicirtikhanek/Ayhan Ekmen** (42. 5 bin); **Bursa Gurmese** (41. 4 bin); **Gastro Afyon** (41.3 bin); **Lezzet Uçuşu** (41.3 bin); **Lezzetigram** (40.3 bin); **Maraşın Gurmese** (40 bin); **Bursamızın Lezzet Mekanları** (39.3 bin); **Bugünbiraradayız/Özgür Zümrüt** (39.7 bin); **Denizligurme** (38.9 bin); **Yemekmanyagi** (38.6 bin); **Adetabirgurme/Melda** (38.3 bin); **Ne Yedik Be** (37.2 bin); **Gaziantep Mekan Rehberi** (37.9 bin); **İzzet Bingöl** (37 bin); **Lezzet Uçuşu** (36.9 bin); **Lezzet\_avcisi54** (35.4 bin); **Yemekli Yerler** (35.9 bin); **Gurmeyolcusu/Ümit Durğun** (35.8 bin); **Melisizmirde** (35.7 bin); **Sonradan Gurmeler** (32.8 bin); **Profesör Gurme** (32. 3 bin); **Göbeklere.özgürlük** (31.7 bin); **Gezgin Çoban** (30.1 bin); **Ankara Gurmese Osman** (30.1 bin); **İzmirde Ne Yenir** (29.2 bin); **Yaman Hüseyin Kayhan** (29 bin); **Lezzetgezgini/Mete'nin Lezzet Serüveni** (27.9 bin); **Yemek Sanatı** (29.7 bin); **Lezzetdiyari\_27** (23.6 bin); **Gurme Magazin** (27. 1 bin); **Mersin Gurme** (26.8 bin); **İlter Avcı** (25.9 bin); **GastroKeyf** (25.5 bin); **BurdanYiyelim** (25.3 bin); **Seyyargurme/Eşref Borça** (24.1 bin); **Midesiz** (24.1 bin); **Doğu\_Lezzetleri** (23.3 bin); **Meşhur Simitçi İdris** (23.1 bin); **Vedat Ordu** (22.8 bin); **Süreyya Üzmez/Lezzetinrotasi** (22.3 bin); **Gebze'de Ne Yenir** (21.9 bin); **Gurme Guide** (21. 8 bin); **Fedonun Dükkanı** (21.7 bin); **Mustiyemekte** (21.7 bin); **Antepli Gezgin** (21.5 bin); **Mehmet\_eken07/Palamanın Otağı** (19.1 bin); **Kocaeli\_gurmese/Melih Varol** (16.9 bin); **Zamanın Gurmese** (16.4 bin); **Gokhanaperatif** (16.3 bin); **MahmutYiyor/Lezzet Avcısı Adıyaman** (16.1 bin); **Antepli Yemek Filozofu** (15.4 bin); **Gurmayıntap** (15.4 bin); **Ne Yesek26/Eskişehir** (15 bin); **Gezginprofesoru/Mustafa Kapan** (14.4 bin); **Ankara Damak** (14.1 bin); **Maraş'ın Tadı** (13.8 bin); **Kahraman Gurme** (13.4 bin); **Sucukçu Efendi** (11.3 bin); **Gezgin\_gurmese/Necla Arıkan** (12.7 bin); **İzmiryemekdurakları** (12.1 bin); **Perver\_efendi** (11.4 bin); **Hatay\_gurmese** (11 bin); **Antalya'da Nerede Ne Yenir** (10.8 bin); **İzmit Gurmese** (10.8 bin); **gezginoburlar** (9.475), **bugünneyesem** (9200); **nasilyemicen** (4.446); **midekelepcesi** (3021); **yenecekler** (2.500) vb.

### 1.3. ÜRETİM VE SATIŞ

#### Geleneksel Ürün Satıcıları ve Takipçi Sayıları

**Sebahat Tanışman/seboşun\_gelenekselkoyurunleri** (808 bin); **Koy\_mahsulleri/Nurhan Şentürk** (495 bin); **Yöresel Gıda Pazarı/Nazlı Köy Ürünleri** (434 bin); **Koylu\_kizii** (370 bin); **Yoreden Mutfaga** (Kadir Çakır (351 bin); **Fıstık Köy** (321 bin); **Şerife Hatun** (310 bin); **Egenin\_yorukkizii/Akgün Akgündüz** (307 bin); **Fatma Sezgin Daşkan/fatmanin\_bahcesi** (257 bin); **Gizemin Bahçesi** (253 bin); **Mavi Bostan** (226 bin); **Yörenizden\_Lezzetler** (203 bin); **Muglaorganikseverler/Medine Akatay** (169 bin); **Haliloglusuturunleri/Adem Halil** (134 bin); **Köyden Gelsin** (118 bin); **Enfes Ev Lezzetleri** (115 bin); **Ayşe'ninElinden/koyumdenn\_sofraniza** (106 bin); **Mayasından\_ekmek** (73.3 bin); **Anadolu'dan Mutfak** (67 bin); **Doğal Köy Ürünleri/koyumden\_gelen\_urunler** (61.8 bin); **Çimentepe\_yoresel/Manisa Üzüm Bağı Mahsulleri** (60.9 bin); **Çizmeliolu Süt** (57.2 bin); **Feray Ördəkçi/salvarli\_dogal\_koy\_urunleri** (52. 1 bin); **Köyümden**

**Şarküteri** (51.1 bin); **Organik Doğal Köy Lezzetleri** (51.1 bin); **Yöresel Erzurum Ürünleri** (49.2 bin); **Köyümün Ambarı** (46.4 bin); **Doğalı Sende** (45 bin); **Köylü İşi/koyluisurunler** (44.9 bin); **Balcıİrfan** (35.8 bin); **Evimtrabzon\_dogalurunler** (35.1 bin); **Halamın Bahçesi** (34.4 bin); **Yoreselbahçe/Sağıroğlu Yerli Ürünler** (31.3 bin); **Gelincik Bahçesi** (27.7 bin); **Ev Yapımı Erişte** (27.6 bin); **Kasabanın\_koy\_Lezzetleri** (26.1 bin); **Zettinana** (24.5 bin); **Kars Bakkaliyesi** (23 bin); **Natural Kapıdağ** (22.4 bin); **Meryem Erdoğan/doğal\_koy\_lezzetlerim** (20.7 bin); **Tohumdan Sofraya** (20.7 bin); **Tabakogrupastirma** (19.9 bin); **Doğal\_koy\_urunleri\_45/Gizem Esentürk** (19.5 bin); **Boğatepe Zümran Ömür/zumran\_omur\_ciftligi** (18.9 bin); **Emine'nin Doğal Köy Ürünleri/bahçemden.sofraya09** (17.9 bin); **Koyumun\_mahsulleri** (17.7 bin); **Yoresel\_aydin\_urunleri** (16 bin); **Doğal köy ürünleri/organik\_koyden** (15.8 bin); **Basakgeleneksel** (15.5 bin); **Yoresel\_antakya\_urunleri** (13.6 bin); **Köyden Sofranıza** (13 bin); **Tarihi Nasrullah Pastırmacısı** (12.5 bin); **Doğal Karadeniz Ürünleri/dogalindangida** (12.1 bin); **Peynircim Ümit** (11 bin); **yaylahan\_yoresel/Rize YaylahanYöresel** (10.9 bin); **Organigin\_kalesi17** (9.399); **Nezahat Dolu** (9.052); **Emineninciftligii** (8.086); **Mengen Usulü Lezzetler** (7.860); **Van Yöresel Ürünleri** (7.628) vb

Yukarıdaki sınıflandırmaya ilişkin durum tespitleri ve değerlendirmelere devam edecek olursak şefler, aşçılar, ustalar, ev hanımları, yemek yapan farklı meslek dallarına sahip kadınlar ve amatör olarak yemek yapan erkeklerin sosyal medya (Instagram) hesapları hakkında şunlar söylenebilir:

Birinci olarak tüm bu kişilerin sosyal medyanın yemek fenomenleri olduğu belirtilebilir. Diğer fenomenlerden farkları yemeğin üretim boyutunda olmalarıdır. Başka bir ifadeyle yapılanı değil yaptığını (göz alıcı sunumlarla) tanıtan kişilerdir. Bu hesaplar, kendi içerisinde ikiye ayrılabilir. İlk gruptakiler yemeği profesyonel bir iş veya meslek biçimi olarak sürdürenlerdir. Çoğu şef ve usta aşçılar bunlar arasında sayılabilir. Bu kişileri, dijital dünyanın birinci tip yemek fenomeni olarak nitelendirebiliriz. Bu gruptakiler arasında geleneksel Türk yemek kültürünü temsil eden çeşitli meslek dallarından (kebabçı, dönerci, sakatatçı, köfteci, kasap, balıkçı, pideci, tatlıcı vb.) kişiler bulunmaktadır. [Başka bir ifadeyle yukarıdaki sınıflandırmayı yaparken doğrudan geleneksel Türk yemek kültürünü yansıtan sektörleri, temsilcileri ve mekanları seçtiğimizi belirtebiliriz. Bu bağlamda bu üç faktörün birbiriyle ilişkili ve bağımlı yapısal bir özelliğinin olduğunu vurgulayabiliriz].

Genellikle usta-çırak ilişkisiyle mesleğini öğrenen ve icra eden bu kişilerin dijital dünyaya adım atışları, doğrudan açtıkları hesaplarla ve fenomenlerin tanıtımlarıyla olmaktadır. Bireysel sosyal medya hesaplarındaki profiller ve bunların geçmiş

paylaşımları incelendiğinde dijital dünyaya taşınış sürecinde veya belirli bir tanınırlık edindikten sonra kişisel imaj oluşturdıkları gözlenmektedir. Yapılan meslekle de ilişkili olarak giyim-kuşam, jest-mimik, söz/slogan, sunum/paylaşım gibi her türlü iletişimsel unsurların taklit edildiği örneklerin, özgünleşmeye kadar varan türlerine rastlanmaktadır. Başka bir ifadeyle mesleki çerçevede geleneksel bağlamdan dijital bağlama geçiş sürecinde kendini tekrar ederek potansiyelini genişletmenin yanı sıra dijital dünyaya özgü bir kimlik edinme, bu kimlikle var olma ve icrada bulunma da söz konusudur.

Dikkat çekilmesi gereken başka bir nokta da bazı mekânlarda (restoran/lokanta) şeflerin/aşçıların performanslarını sergiledikleri mutfağın, müşterilerin görüş alanının dışında olmasıdır. Masa başında yemek bekleme eylemi süresinde genellikle yemeğin nasıl piştiği/pişirildiği (aşamaları, yöntemleri vb.) incelenemez. Dijital platformlar ise gerçek hayatta müşteriye (yarı veya tam) kapalı ya da belirli sınır hatları örülmüş bazı mutfak kapılarını -izin verilen ölçülerde ve belirli amaçlarla- açma işlevine sahiptir. (Ya da sosyal medya, şefler ve aşçılar tarafından bu doğrultuda kullanılmaktadır). Özetle şefler, aşçılar ve çeşitli ustaların yemeğin pişirme aşamalarından kesitler sundukları reels videolarla kişisel markalama yapmanın yanı sıra mekânın tanıtım ağını genişlettikleri söylenebilir.

İlk gruptaki sınıflandırmayla ilgili ele alacağımız başka bir nokta ise mekân konusudur. Şef-aşçı-usta profilindeki çoğu sosyal medya hesabında kişi ve mekân faktöründe bütünlük bir yapı gözlenmektedir. Kişi adının mekâna, mekân adının ise kişiye atıfta bulunduğu örnekler bulunmaktadır. Bu bağlamda yaptığımız sınıflandırmada geleneksel Türk yemek kültürünün çeşitli birimlerdeki üretim ve tüketim merkezi olarak nitelendirebileceğimiz bazı mekanlara da bu çerçevede yer verdiğimizizi belirtebiliriz.

Sınıflandırmamızda ikinci alt gruptakiler (ikinci tip yemek fenomenleri) ise toplumsal cinsiyet rolleri açısından yemek pişirmeleri ev, eş ve anne görevleri içerisinde konumlan(dırıl)an kadınlardır. Ev hanımı olarak adlandırılan bu kadınlar, sosyal medya platformlarında bilgi, beceri ve yaratıcılıklarını sergileyerek belki de bir var olma, kendini kanıtlama ve gerçekleştirme mücadelesi vermektedir. Bununla birlikte bu ikinci gruba farklı meslek dallarına sahip olan, sosyal medyaya yemek pişirme becerisini yansıtıp görünür olma ve kazanç sağlama amaçlı olarak adım atan kadınlar da eklenebilir. Üçüncü grupta da (üçüncü tip yemek fenomenleri) yemek sektörünün profesyonel alanında

olmayıp amatör bir ruh ve girişimle sosyal medya için yemek yapmayı öğrenen ve/veya yapan erkekler bulunmaktadır. *Bir Yemek İste* adlı sosyal medya hesabıyla erkekleri mutfığa sokmaya teşvik eden ve et türü ağırlıklı yemeklerin sesli görsel uygulamalı tarifini veren *Suat Durmuş* bunun en belirgin örneğidir.

Bununla birlikte son dönemin trendleri arasında bulunan doğada yemek pişirme konusunda *Spart4nn/Cemil Ceylan*, *Lezzet Ormanda/Murat Pala*, *Orman Lezzetleri/Çağatay Mutlu ve Murat Akay* adlı hesaplar dikkat çekmektedir. Ciddi bir ön hazırlıkla çarşılardan temin edilen ürünlerin profesyonel mutfak araçlarıyla pişirilmesi ve sunulmasına dayanan bu faaliyette erkeklerin doğayı dijital ortam için mutfak stüdyosuna dönüştürdükleri gözlemlenmektedir. Yemek pişirme bağlamında görece bir kamp/kampçı için fazlası olan tam teçhizatlılık halinin yansıdığı örnekler bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle doğada gidilen yerlerde pişirilen yemeğin reels videolarını çekip paylaşmanın da ötesinde sosyal medyaya gönderide bulunmak için doğaya yemek pişirme seferlerinin düzenlendiği söylenebilir.<sup>144</sup> Bu tarz hesapların açılması ve takipçilerinin katlanarak paylaşımlarının yüzbinlerce görüntülenme sayısına ulaşması şunu göstermektedir. Yemek ve doğa, insanlığın yumuşak karnını hedef alıp birbirinden ayrı veya birlikte sınırsız deneyimleme isteği uyandıran iki faktördür. Medya ve iletişim teknikleri açısından ise dikkat çekip izlenebilirliğin sağlanabilmesinin ilkeleri arasındadır. Bu hesaplar, belirtilen ipuçlarını yakalayıp amatör bir girişimciliği profesyonel bir etkinliğe çevirme başarısı sergilemektedirler. Diğer taraftan bu aktivitenin sosyal medyada sağladığı önemli etkileşimin fark edilmesiyle birlikte yemek pişiren ve fenomen olan çoğu kişinin benzer anlayışla doğada çekim yapmaya başladıkları da son dönemin gelişmeleri arasında gösterilebilir.

İkinci tip yemek fenomeni olan ev hanımlarının sosyal medya hesapları incelendiğinde ise hedef kitlenin ev hanımları olarak belirlendiği bu girişimde yemek yapmaya meraklı ve istekli olanlara, kadın toplantılarının baş yiyeceklerinin (pasta, börek, kurabiye, kısır, tatlı) yanı sıra geleneksel Türk yemek kültürü repertuarından bazı lezzetlerin nasıl yapılacağına dair içeriklerin sunulduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle yemek tarifleri odaklı bu hesaplar, yazılı-basılı bağlamların reçetelendirilmiş materyallerinin yanı sıra elektronik kültür ortamının nasıl yapılır türünden programlarının dijital ortamlara özgü

<sup>144</sup> İşkembe çorbalarının, lahana sarmalarının, soğan dolmalarının, kabak ve ayva tatlılarının yapılması bu bağlamda örnek gösterilebilir.



kimlik bulan devamı niteliğindedir. Bunlar arasındaki fark ise web. 2.0 teknolojisinin sağladığı özgür içerik oluşturma, sürekli güncelleme, sınırsız paylaşımda bulunma, inisiyatif ağını genişletme, aktif katılım sağlanabilme gibi temel bileşenlerdir. Bu bağlamda ev mutfağının kapısının sanal misafirlere açıldığı internet ortamındaki bu girişimci hareket ile kadınların kendi bilgi, zekâ ve yaratıcılıklarıyla dijital evrende koltuk kaparak maddi anlamda kazanç sağlamalarına kadar uzanan bir yapının oluşturulduğu söylenebilir.

Diğer taraftan yemek yapan kadınların -ulaşılabilen- biyografileri incelendiğinde ise çoğunun gastronomi alanında eğitim görmedikleri ya da sonradan (yeni yeni) bu eğitim sürecinin içerisine girmeye başladıkları belirtilebilir. Başka bir ifadeyle çoğu kadın aslında mecazi anlamda *alaylı* tabir edilen bir yapının parçasıdır. Aslında bu kişiler hangi yaşta olursa olsun ve resmi bir eğitim sürecine bakılmaksızın geleneksel yemek bilgisi belleği taşıyıcılarıdır.

Yemek yapan kadınların sosyal medya profilleri incelenmeye devam edildiğinde göze çarpan başka bir husus ise bilgi ve birikimin yazılı bir materyal ile aktarılma örneğidir. Milyonlarca veya yüzbinlerce takipçi sayısına ulaşmış kadınların birçoğunun yemek tarifleri kitaplarının olduğu ortaya çıkmaktadır. Başka bir açıdan yaklaşacak olursak söz konusu kitaplar, bilgi-beceri-deneyim aktarma işlevinin yanı sıra kişisel bir markalamaya olanak tanıyarak bağlamlararası geçişi/sıçrayışı kolaylaştırmakta ve pekiştirmektedir. Bu doğrultuda çok satanlar listesine adını kaydettiren bir yemek tarifleri kitabı olan bir kadının elektronik bağlamlarda program yapabilme şansı elde edebilmesinin yanı sıra dijital evrendeki takipçi sayısını büyük oranda artırması söz konusu olabilmektedir. (Ya da tersine yürüyüş örneği olarak sosyal medya fenomeni olduktan sonra kitap yayınlayıp çok satmak).

*Tanıtım-Rehber* boyutuyla çerçevelediğimiz ve *Gurme-Gezgin Fenomenler* şeklinde sınıflandırdığımız bireysel sosyal medya hesaplarıyla ilgili şu tespitlerde bulunabiliriz:

Gurme-Gezgin Fenomen hesapları -kendi içerisinde bir sınıflandırma yapmadan ve eleştirel tespitlerde bulunmadan önce- genel olarak değerlendirmek gerekirse Instagram'da yaptığımız profil analizleri sonucunda bu kişilerin birçoğunun farklı meslek gruplarından geldiklerini; bazılarının çeşitli gazetelerde veya kendi bloglarında yemek kültürüne dair yazılar yazdıklarını; yine birçoğunun meslekleri sebebiyle sık seyahat

ettiklerini ve gurme nitelikleri olsun olmasın gittikleri yerlerde iyiyi güzeli aradıkları görülmektedir. Gerçek gurmelik çizgisi ve ölçütü bir tarafa, bu kişilerin ortak niteliği gezginlikleridir. Modern (yeni) seyyah olarak da yorumlanabilecek bu kişiler nerede ne yenir merakının gönüllü elçiliğini ve rehberliğini üstlenmektedirler.<sup>145</sup> Başka bir ifadeyle üretilen içeriği deneyimletme amacıyla tanıtan kişilerdir. Hemen her bütçeye uygun mekân ve lezzet önerilerinde bulunmak bu hesapların genel özellikleri arasında sayılabilir. Bu doğrultuda herkese hitap edilebilirliğin önünün açılmasının hedeflendiği ve sosyal medya hesabının etkileşim gücünün kitleselleştirilmeye çalışıldığı da düşünülebilir. Diğer bir ortak özellik ise tanıtım işlevinin ağır basması ve deneyimlenen lezzetlerin gerçek bir eleştirel süzgeçten geçirilmemesidir. (Daha sonra değinileceği gibi bu gerçek gurmelerin nitelikleri arasındadır). Bu kişilerin gezginlikleri yerel bir çerçevede sınırlı kalabildiği gibi ülke çapına da yayılabilmektedir. Başka bir ifadeyle yaşadığı kentin lezzet duraklarını listeleyen hesapların yanı sıra kentler ağı ölçeğinde geleneksel Türk yemek kültürüne ait noktaları işaretleyen fenomenler bulunmaktadır. Bu bağlamda bu hesapların yerel ya da ulusal düzeyde mutfak turizmine aracılık hatta öncülük ettikleri de belirtilebilir. Kullanıcı veya takipçiler tarafından sosyal medya üzerinden fenomenler rehber alınarak nerede ne yenirin çıkarımı yapılmaktadır.

Fenomenlerle ilgili eleştirel bir yaklaşımla ele alacağımız ilk olgu, sosyal medyadan önce ve sosyal medyadan sonra gurmelik (!) şeklindeki mertebedir. Seçici ve gelişmiş bir damak tadına sahip olanların (gerçek gurmelerin) sosyal medyadan önce bir kimlik kazandıkları, yazılı ve elektronik bağlamlar temelinde değerlendirmeler yaptıkları bilinmektedir. Bu kişilerin (önce ve yalnızca) sosyal medya yoluyla var ve tanınır olmadıkları; dijital kültür alanına adım atışlarıyla etkileşim güçlerini artırdıkları ifade edilebilir.

Sosyal medyadan sonra gurmelik ise ikiye ayrılabilir. Birincisi *tatbilir* niteliklerini önce kendi bloglarında farklı kitlelere sunmaya daha sonra da sosyal medya aracılığıyla öne çıkarmaya imkân bulanlardır. Bu kişilerin yemek tavsiyelerinde belirli bir çıtanın üstüne çıkanlar yer almaktadır. Başka bir ifadeyle lezzet konusunda bir seçicilikleri vardır. Bu oluşumda ticari kaygı, lezzet kriterinin üzerine inşa edilmektedir. Diğer taraftan ikinci gruptakiler ise dijital araçları belirli amaçlarla profesyonelce kullanıp *tatbilir*

<sup>145</sup> Bu tespitin dijital dünyaya ilk adım atış evresinde geçerli olduğu düşünülebilir. Sosyal medyadan ekonomik olarak hatırı sayılır kazanç elde edilen daha sonraki süreçte bu etkinlik biçimi yalnızca gönüllük ve meraklılıkla işaretlenemez.

görünenlerdir. Bu kişiler moda tabirle *sonradan gurmeler* veya “Instagram gurmeleridir” (Çaycı, 2019a). Bu oluşumda lezzet, ticari potansiyelin temel malzemesi ve vitrinidir.

Bu bağlamda sosyal medya temelinde gezginlik-gurmelik-fenomenlik noktasında iki aşamalı bir oluşum tespiti yapılabilir. Bu olgunun başlangıcı ve rol modeli olan ilk aşaması, gezip görme merakıyla gidilen yerlerdeki/mekanlardaki yemeklerin internet kullanılarak buradaki halka açık dükkânlarda paylaşılması ve bu yolla tanınırlık elde edilmeye çalışılmasıdır. Instagram bu etkinliğin başlıca bir dijital bağlamıdır. Sosyal medya platformlarının sürekli güncellenen özelliklere ve bugünkü yapısına ulaşmadığı erken döneminde bu tür bir etkinliğin (gezip görüp yemenin sanal-dijital yaşama göçürülüşünün) yemekten sosyal medyaya uzanan boyutunun ağırlıklı olduğu söylenebilir. Daha açık bir ifadeyle lezzet konusunda belirli bir seçiciliğin olduğu ilk evrede “gezip görüp yemek sosyal medya içindir” (veya sosyal medya için yemek) anlayışının bütünüyle yerleşmediği düşünülebilir.

Buna karşılık ikinci evrede ise yemeğin doğrudan ve katlanmış amaçlarla sosyal medya için başlıca unsur olarak kullanıldığı bir furyanın başladığı gözlemlenmektedir. Bu noktada birbirini taklit eden sayısız gezgin-gurme fenomen yemek hesaplarının benzer yapı ve işlevlerle faaliyetler yürüttüğü de belirtilebilir. Bu bağlamda seçkin kişisel deneyimlerin beğenilme ve tanınma gibi amaçlarla sosyal medya aracılığıyla paylaşılmasıyla başlayan bu sürecin fenomenlerin sponsorlu reklamlar aldığı, mekan sahipleri tarafından ücret ya da başka ödüller karşılığı mekanlarının tanıtımı için davet edildikleri, takipçi sayılarına ve izlenme oranlarına bağlı olarak ekonomik kazancın sağlandığı (Alpyıldız, 2019, s. 120-121) hatta belirli bütçelerle takipçi, beğeni ve yorum satın alındığı bir noktaya evrildiği görülmektedir. Örneğin bu hesapların çoğunun profil sayfalarında “reklam, tanıtım, işbirliği ve/veya teklif için DM, mail” ibareleri görünmektedir. Bu bağlamda gurmelik vitrininin arkasına saklanılarak esas amacın (şeytanın) ayrıntıda gizlendiği veya amatör bir iletişim kurmaktan kaynaklı olarak varlık nedeninin açık edildiği belirtilebilir.

Bu doğrultuda konuyu genişletecek olursak sanal-sosyal zemin üzerinden yürütülen ve öge olarak yemeğin seçildiği/kullanıldığı bu etkinlik alanında fenomen ya da influencer denilen kişiler tarafından/üzerinden yemek alanının ve unsurunun ekonomik bir yörüngeye oturtulduğu bir tablo ortaya çıkmaktadır. Böylelikle marka, mekân ve ürünün müşterilerin/kullanıcıların birbirlerine tavsiye yoluyla sağladıkları dar ve zaman alan

etkileşim, takipçi sayısı fazla olan bir fenomen veya influencer kanalıyla belirli merkezlerde toplanarak hızlandırılmaktadır.

Başka bir çalışmada işaret ettiğimiz gibi (Alpyıldız, 2019) gezgin-gurme fenomenlerin sosyal medyadaki yemek paylaşımlarının niteliğinin son zamanlarda sorguya açılması gerekmektedir. Bu kişilerin ilk zamanlarda keşfedip paylaştıkları ve tavsiye ettikleri özgün tatların sayısında azalmalar gözlemlediğimizi (hatta tavsiyelerin çoğunu deneyimlediğimizi); başlangıçta yalnızca gastronomik seviyeye çıkabilen lezzetlerin sunulduğu Instagram'da, dişe değen ve sıradan lezzetlerin büyük oranda yan yana yürüdüğünü dile getirebiliriz. Başka bir ifadeyle sosyal medyadaki yemek paylaşımlarının lezzet değerlerinde bulanıklaşmanın yaşandığı bir süreçten geçildiği görülmektedir.

Bu bağlamda yukarıdaki değerlendirmelerle bağlantılı olarak iki olgu tespit edebiliriz. Bunlardan birincisi çoğu fenomen hesabın gerçek bir gurme/tatbilir niteliğine sahip olup olmadığı; ikincisi de büyük bir takipçi sayısına ulaşmak için sosyal medya hesabı açmanın veya bu hesabı güçlü etkileşim oluşturarak yönetebilmenin ölçütleri arasında yalnızca lezzetin bulunmadığıdır. Başka bir ifadeyle gerçek anlamda gurme olunması ve lezzetin derecelendirilmesi sosyal medya kullanıcıları için -artık- temel bir ölçüt görünmemektedir. Bu hususta takipçi sayısının fazlalığı ile paylaşımların çeşitliliği, özgünlüğü, profesyonel dijital sunumu, dikkat cezbetmesi, merak uyandırabilmesi, özendirme gibi temel işlevler baz alınmaktadır.

*Gurme-gezgin fenomen* hesapların son dönemlerindeki sosyal medya paylaşımlarını incelediğimizde tespit ettiğimiz başka bir olgudan da bahsetmek gerekmektedir. Büyük takipçi sayılarına ulaşmış çoğu hesabın aynı mekanları ve kişileri tanıttıkları bir kısır döngü göze çarpmaktadır. Başka bir ifadeyle sosyal medyanın ve fenomenlerinin popülerleştirdiği mekanların sürekli gündemde tutulmasının amaçlandığı hissedilmektedir. Bu doğrultuda çoğu gezgin-gurme sosyal medya fenomeni arasında bir pas alışverişinin gerçekleştiği de düşünülebilir. Dijital dünyada son dönemde bir yığın haline gelen bu yemek paylaşımlarının aslında medya sisteminin ekonomik çarkını döndüren dişliler arasında sayılması da gerekmektedir. Birbirinin tekrarı ve benzeri olan

bu yemek paylaşımlarının<sup>146</sup>, televizyonda belirli zaman dilimlerinde yayınlanan reklamların işlevini üstlendiği de akıllara gelmektedir. Bu bağlamda televizyona çıkarılan ünlü kişilerin veya diğer ekran yüzlerinin tanıttıkları mekân veya ürün nasıl bir sistem içerisinde sunuluyorsa, dijital platformlarda da benzer bir işleyiş geçişinin yaşandığı söylenebilir. Tanıtılan her mekân ve ürün bir an önce gidilmesi ve satın alınması gerekenler listesine yerleştirilmektedir.

Diğer pencereden bakacak olursak mekân sahipleri tarafından da çeşitli fenomenler üzerinden sosyal medyaya reklamlar verildiği düşünülebilir. Ekşi Sözlük gibi pek çok dijital ortamda bazı fenomenlerin mekân ve ürün tanıtımları için ücret aldıkları veya mekânın yiyeceklerini ücretsiz yiyebildikleri -bilimsel veriler ötesinde- bir dedikodu olsa da sorgulanabilir bir konudur. Tespit edip çözümlediğimiz bu paylaşımlar, gezgin-gurme fenomen hesaplar için fazla görünür hale geleni (meşhur olanı) yakalama gayretinin ötesinde bir durum izlenimi uyandırmaktadır. Benzer şekilde yeni açılan veya yerel çerçevede kalmış bir mekânın parlatılmasının aynı hilelere başvurularak gerçekleştirildiği eklenebilir. Bu bağlamda ve gelinen nokta itibarıyla tespit edilen mekanların seçimiyle ilgili Google yorumlarına bakmak daha iyi sonuç alınabilir bir yöntem olarak durmaktadır.

Gezgin-gurme yemek fenomenleriyle ilgili çok çeşitli konu başlıklarında tespitler ve eleştirel değerlendirmeler yapılması gerekli olmakla birlikte bu çalışmanın kapsamını aşmaktadır. Bu hesaplarla ilgili asıl çözümlememiz gereken ve bu çalışmanın daha sonraki alt başlıklarında ele alacağımız olgular ise gezgin-gurme yemek fenomenlerinin geleneksel Türk yemek kültürünün bilgi, ürün, insan, sistem faktörleri üzerindeki etkileridir.

Bu doğrultuda gezgin-gurme yemek fenomenlerinin son dönemde dikkat çeken en önemli işlevi ise Yaşayan İnsan Hazine (YİH) programı mantığında ve bütünlüğünde faaliyet göstermeleridir. Dijital platformlar merkezinde gerçekleştirilen bu faaliyet folklorla hizmet ederek geleneksel Türk yemek kültürüne dair insan faktörünün tespit edilmesi, kaydedilmesi ve açığa çıkarılmasında bize göre kritik bir öneme sahiptir. Sosyal

<sup>146</sup> Bazı hesaplar tarafından ortalama ayda bir veya iki kez gerçekleştirilecek şekilde aynı mekanların paylaşımının yapılması bu kanıyı güçlendiren bir örnek olarak görülebilir. Mekânın -yakın dönemde olmamak koşuluyla- belirli periyotlarda birden fazla ziyaretinde lezzet çizgisinin korunduğuna ilişkin gerçek eleştirel paylaşımlar çoğu hesap tarafından yapılmamaktadır. Başka bir deyişle mekânın sosyal medya ve fenomenleri aracılığıyla popülaritesini artırdığı bir evreden sonra geriye dönük gastronomik bir değerlendirmesi yapılmalıdır.

medyanın bazı gezgin fenomenlerinin bu faaliyeti ise sokak satıcılarının veya seyyar satıcılarının tezgahlarına kameralarını tutmaları şeklinde somutlaşmaktadır.

Herhangi bir şehrin herhangi bir semtinde bir köşede kendi tezgâhında satış yapan ve belki de geleneksel bilgisini aktarabilecek bir mirasçısı olmayan bu kişiler, YİH sayılmalıdır. Bu meslek sahiplerinin birçoğu hem birkaç kuşaktır kendisine erişen geleneksel bilgi belleğinin taşıyıcısı hem de ürettiği yiyeceklerle lezzet sürdürülebilirliğinin temsilcisidir. Aynı zamanda yaşayan kültürel mirasın dinamik bir örneği olarak sokak satıcılığının da yaşatıcısıdır. Örneğin sırrı kendinde saklı lezzetli bir tükürük köftesi yapan bir seyyar satıcı; Adana sokaklarında karsambaç veya limonlu dövme kar dondurması satıcısı; Ankara İskitler’de sanayinin bir köşesindeki tezgahında satış yapan gobitçi; Gaziantep’te bisikletli arabasıyla nohut dürüm satan bir amca gibi kişiler bu çerçevede değerlendirilmelidir. Gezgin fenomenlerin bu faaliyeti, dijitalleşen ve kaybolan değerlerin arttığı bir süreçte insan kaynağı, meslek biçimi ve bir lezzet ürününün yaşatılabilmesi açısından farkındalık yaratma ve dijital alanda bir bellek oluşturma işlevine sahiptir.

Birinci sınıflandırmamızdaki son alt başlık olan geleneksel ürün satıcıları ve bunların sosyal medya hesaplarıyla ilgili olarak ise genel olarak şu tespitler ve değerlendirmeler yapılabilir:

Geleneksel-yöresel ürün etiketiyle açılan sayfaların ortak amacı, son yıllarda gelenekselin yeniden keşfi veya geleneksele/yöresele dönüş çerçevesinde oluşan hareketten ekonomik olarak yararlanmaktır. Bu keşif ve dönüş hareketi hem satıcılar hem de alıcılar açısından ortaya çıkan ve ortak paydaları olan bir olgudur. Başka bir deyişle bu durum, geleneğin ürününün yüksek potansiyelinin farkına varılıp ekonomik kazanıma çevirme girişiminin yanı sıra alıcılar için de doğal ve sağlıklı yaşamın ipuçlarının eski bilindik değerler sistemi içerisindeki ürünlerle sağlanabileceğinin keşfini sergilemektedir. Bu bağlamda geleneksel/yöresel ürün satıcılarının yine ortak amacının kent merkezli bir ortamda yaşayıp doğal gıdalara ve eski lezzetlere ulaşamayan insanlara ürün tedarik etmekten geçtiği söylenebilir. Başka bir deyişle genellikle köy merkezli olan bu tür girişimlerle tarlada ve bahçede yetiştirilenin -mümkün olduğunca- geleneksel yöntemler kullanılarak satın alınabilecek bir ürüne dönüştürülmesinin örnekleri sunulmaktadır.

Diğer taraftan daha önceden de dile getirildiği gibi kırsal bölgelerde kişilerin kendi tarlaları ve bahçelerinden elde ettikleri ürünleri dijital dünyada pazarlamalarının iki ayağı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi internet siteleri, ikincisi de sosyal medya organlarıdır. Geleneksel ve yöresel etiketli ürünlerin pazarlanmasında fark edilebilirlik ve geniş kitlelere ulaşılabilirlik açısından sosyal medyanın, -özellikle son zamanlarda- internet sitelerine göre daha işlevsel olarak öne çıktığı belirtilebilir.<sup>147</sup> Bunda en belirgin sebep ise temel bir faaliyet biçimi olarak sosyal medyada kişilerin kendi ilgi alanlarına yönelik gerçekleştirdikleri sayfa gezintisinin ve bu sayfaları takibe almalarının, herhangi bir ürünü satın almak için doğrudan bir internet taraması gerçekleştirmelerinden daha yaygın çıktılar sunmasıdır. Başka bir açıdan yorumlarsak sosyal medyada geçirilen zamanın yoğunluğuna da bağlı olarak satıcı ve kullanıcıların/takipçilerin etkileşim kurabilmelerinin boyutu, sosyal medya araçlarında daha çok katlanmakta ve belirgin hale gelmektedir. Bu bağlamda geleneksel/yöresel ürün satıcıları ve alıcıları için sosyal medya temel bir buluşma noktasıdır.

Alıcılar açısından yorumlandığında sosyal medya, satın alınacak ürünle ilgili daha ayrıntılı bilgi ve fikir edinme aracıdır. Söz konusu ürünlerin nasıl yapıldığına dair -belirli ölçülerdeki- ayrıntılı sunumlar (hikayeler, reels videolar, canlı yayınlar vb.) satıcıların sosyal medya sayfalarında verilmekte ve bu paylaşımlar alıcılar tarafından izlenerek ürünlerin yöreselliği derecelendirilmektedir. Sosyal medyada içerik oluşturma töresiyle, internet sitesinin ayrıştığı/ayrıştırıldığı temel hususlar bulunmaktadır. Sosyal medyada ürünün tanıtımının günlük ya da belirli periyotlarda güncellenebilen bir şekilde ve geniş ölçekte yapılmasına karşılık fiyatlandırma -genellikle- DM'den (direct message) verilmektedir.<sup>148</sup> Buna karşılık internet sitesinin ise tanıtım boyutunun sosyal medyaya göre daha kısıtlı olduğu ancak ödeme bilgisi ve seçeneklerine daha ayrıntılı ulaşılabilen

---

<sup>147</sup> Belirli anahtar sözcüklerle tarama yapmanın, çeşitli türlerde videolar izlemenin, benzer içerikteki sayfaları ziyaret etmenin, dijital sistem içerisinde yapılan bazı veri analizleri sonucunda kullanıcıların karşısına reklam ve sayfa önerisi olarak çıkarılması da bu analizin cabası veya başka bir yansıması olarak düşünülebilir.

<sup>148</sup> Bu konuda kişiye özel fiyat vermek, önce belirtilen fiyatların düzeltilmesinin ve kişilere açıklanmasının zorluğu, diğer firmalarla rekabet, bazı vergi sorunları, etkileşim yaratmak ve etkileşimi kesmemek gibi temel tartışmalar bulunmaktadır. Çoğu noktalara katılmakla birlikte bize göre bu durumun ve teknolojinin özü, geleneksel bağlamdaki tezgâha yanaştırmanın dijital hali olmasıdır. Böylelikle bire bir iletişime geçilerek alıcının avlanması amaçlanmaktadır. Başka bir deyişle DM'den fiyat bilgisi vermek, -diğer işlevleri bir tarafa- müşterinin tezgâha ve fiyata bakıp gitmesinin önüne geçme stratejisi olarak da görülebilir.

bir yapısının bulunduğu vurgulanabilir. Başka bir deyişle internet sitelerinin temel işlevinin alışverişin gerçekleştirilmesi üzerine yapılandırıldığı düşünülebilir.

Geleneksel veya yöresel ürün satıcılarıyla ilgili tespit ettiğimiz diğer bir olgu ise yapılan işin potansiyelinin sağlanabilirliği ve sürdürülebilirliği meselesidir. İlgili sosyal medya hesapları incelendiğinde gelişim çizgisini hızla katlayan, yerel halktan çok sayıda kişiyi (özellikleri kadınları) istihdam eden ve ufak bir yerel fabrika boyutuna ulaşan önemli örnekler bulunmaktadır. Birçok geleneksel ürün satıcısının kendi internet sitelerinin olduğu da görülmektedir. Başka bir deyişle kurumsallaşmaya dair taşların döşenmeye başladığı girişimlere rastlanmaktadır. Geleneksel ürün satıcılarıyla ilgili vurgulanması gereken diğer bir husus da bu satıcıların profilleri incelendiğinde genellikle orta yaş kadınların bu işi üstlenmeleridir. Dijital sistemin şifrelerini çözen bu kadınlar, büyük annelerinin pazarlarda yüz yüze sattıkları ürünleri internet ortamındaki tezgahlara koyan yeni nesil satıcı tipini örneklemektedir.

Diğer taraftan çok sayıda açılan sosyal medya hesapları içerisinde birçoğunun -etkileşim yaratabilme ve potansiyelini geliştirebilme açısından- amatör ve dar bir çerçeveye hapsediği de ayrı bir tespit olarak çerçeveselendirilebilir. Bu doğrultuda sosyal medyadaki pastadan pay kapmak için de geleneksel ürün satıcıların gelişigüzel açtıkları çok sayıda hesapların olduğu da görülmektedir. Sadece heves içerip belirli bir proje ve stratejiye dayanmayan bu örneklerin birkaç paylaşımın ardından yerinde sayış pozisyonuna geçtiği söylenebilir.

Bu durumu ortaya çıkaran çok sayıda nedenler arasında sosyal medya hesabının profesyonelce yönetilememesi önemli bir etken olarak gösterilebilir. Dijital dünyanın yazısız kanunlarının (!) göz ardı edilmesi, teknik eksiklikleri beraberinde getirerek geniş kitlelere ulaşabilmenin önünü tıkayan durumlara meydan vermektedir. Bu hesapların birçoğunun dijital göçmenlere ait olduğu ve bu konuda yardım almadıkları da düşünülebilir. Yine bu doğrultuda açılan birçok hesabın sahibinin yörede pazarıcı ve yol üstü ürün satıcısı olduğu da akıllara getirilebilir.

Geleneksel/yöresel ürün satıcıları sınıflandırmasında ele alacağımız diğer örnek ise herhangi bir il ve ilçe gibi merkezlerde yöresel gıda ürünleri satan yerel işletmelerdir. Çoğunlukla şarküteri ürünlerinin öne çıktığı bu cephede çoğu işletmenin on yıllardır hizmet veren esnaflar olduğu; bir bölümünün markalaştığı veya markalaşmaya başladığı



dile getirebilir. Yerli halkın ve yerli turistlerin uğrak noktası olan bu işletmeler, sosyal medya ve kendi internet siteleri aracılığıyla ürünlerini satmaktadırlar. Bu noktada altını çizmemiz gereken husus, bu tür yerel işletmelerin -kendi girişimleriyle- ülke çapında tanınırlık sağlama çabalarında (örneğin son yıllarda çeşitli kentlerde gerçekleştirilen yöresel ürün fuarları vb.) dijital bağlamların daha etkili olduğudur. Başka bir deyişle tüm geleneksel/yöresel ürün satıcılarının dijital bağlamlarla beraber yerelden ulusala taşındığı söylenebilir.

Tüm bu tespitler ışığında çalışmanın sonraki kısmında çözümlenmek üzere şu sorular yöneltilebilir: Geleneksel Türk yemek kültürü bağlamında dijital çağda geleneksele/yöresele nasıl bir dönüş gerçekleştirilmektedir? Organik ürün nasıl tanımlanabilir? Yöresel etiketlemesiyle sosyal medya yoluyla pazarlanan ürünlerin gerçek niteliği nedir? Geleneksel olan ya da olmayan ürünlerin (dijital) vitrine konulmasında kullanılan yöntemler nelerdir ve bu örnekler göstergebilimsel açıdan nasıl çözümlenebilir? Organik veya yöresel olanın anlaşılmasında kuşaklararasılık faktörü nasıl değerlendirilebilir? Bu bağlamda lezzete dair bireysel ve kültürel bellek nasıl oluşmakta ve işlemektedir?

### 3.3. Olgusal Çözümler: Sanal-Dijital Bağlam ve Geleneksel Türk Yemek Kültürü Etkileşiminin Boyutları

#### 3.3.1. Geleneksel Yemek Bilgisiyle İlgili Yaklaşımlar ve Uygulamalar

Konuyla ilgili tartışmalar tarihi içerisinde ilkel/vahşi-soylu, köy-kent, gelenek-modernite, geleneksel bilgi-bilimsel bilgi ikilemi etrafında ve bazı bilim dallarının da kendilerini nasıl tanımladıklarına ilişkin yaklaşımlar içerisinde geleneksel bilginin farklı terimlerle karşılandığı belirtilebilir. Literatürde geleneksel bilginin bazı araştırmacılar tarafından geleneksel ekolojik bilgi<sup>149</sup> (traditional ecological knowledge), yerli bilgi (indigenous knowledge) “ekolojik bilgi, yerel ekolojik bilgi” (Yolcu, 2018, s. 65) şeklindeki kavramlarla karşılandığı görülmektedir.

Geleneksel teriminin sınırlarının çizilememesi ve çağrıştırdığı düşüncelerin olumsuz etkilerinden kaçınmak için *yerli bilgi (indigenous knowledge)* terimini kullanan araştırmaların yanı sıra yerli bilgi terimini geleneksel bilginin bir alt kümesi olarak kullananların da bulunduğu belirtilmektedir. (Dutfield, 2003, s. 21). Bununla birlikte Batı bilimi içerisinde ekoloji disiplininin biyolojinin bir dalı olarak tanımlandırılmasına ilişkin yaklaşımlar çerçevesinde geleneksel ifadesinin de -kabul görülüp görülmemesi açısından tartışıldığı dile getirilmektedir. (Berkes, 2012, s. 3-12).

Türkiye’de ise cumhuriyetten sonraki dönem içerisinde Türk Halk Bilgisi Derneği’nin ve onun araştırmacı kadrosunun da etkisiyle *halkbilgisi* teriminin, *folklore* teriminin Türkçe karşılığı ve disiplinin adı olarak kullanıldığı bilinmektedir. İlerleyen zamanlarda ise Türkiye’de *folklore* teriminin Türkçe karşılığı olarak halkbilimi teriminin yaygınlaştığı ve *halkbilgisi* teriminin de halkbilimi disiplininin alt dalı olarak değerlendirildiği eklenebilir.

Geleneksel bilgi kavramında geleneksellik karakterinin onun eskiliğine (antiquity) değil bilginin edinilme ve kullanılma şeklini kapsadığı (Dutfield, 2003, s. 23) güncel ve olması gereken bir yaklaşımdır. Bu bağlamda geleneksel bilginin geçmişte kalmışlığı, antikalığı, çağdışılığı, teknik olmamayı, bir kuşaktan diğerine katı ve donuk bir şekilde miras bırakılanı çağrıştırmaktan ziyade güncellenerek aktarılabileni işaretlediği belirtilebilir.

<sup>149</sup> “Geleneksel ekolojik bilgi (GEB) insanların çevre ile ilişkisiyle bağlantılı, kuşaktan kuşağa aktarılan kümülatif bilgi, inanç ve uygulamalar olarak tanımlanmaktadır” (Yolcu ve Aça, 2019, s. 863).

Başka bir ifadeyle geleneksellik “bilginin doğasıyla değil, bu bilginin yaratılma, korunma ve yayılma şekliyle ilgili” (Hansen ve VanFleet, 2003, s. 3) olarak görülmelidir.

Bu doğrultuda geleneksel bilginin tanımlanması ve kapsadığı alanların belirtilmesi önem oluşturmaktadır. WIPO tarafından geleneksel bilgi (traditional knowledge) “bir topluluk içinde geliştirilen, sürdürülen ve nesilden nesile aktarılan, genellikle kültürel veya manevi kimliğinin bir parçasını oluşturan bilgi, teknik bilgi (know-how) beceri ve uygulamalar” şeklinde tanımlanmaktadır. (URL42).

WIPO’nun geleneksel bilgi üzerindeki çalışması, farklı kavramlarla ele aldığı ve birbiriyle ilişkili olan, üç alanı kapsamaktadır. Bunların birincisi *geleneksel bilgi* (teknik bilgi, uygulamalar, beceriler ve biyoçeşitlilik, tarım veya sağlıkla ilgili yenilikler); ikincisi *folklorun geleneksel kültürel ifadeleri* (müzik, sanat, tasarımlar, semboller ve performanslar gibi kültürel tezahürler); üçüncüsü de *genetik kaynaklar* (bitkilerde, hayvanlarda ve mikroorganizmalarda bulunan gerçek veya potansiyel değere sahip genetik materyal). (URL43).

Başka bir tanımda ise geleneksel bilgi “belirli bir topluluktaki insanların deneyimine, yerel bir kültüre ve çevreye uyum sağlamasına dayalı olarak zaman içinde geliştirdiği ve gelişmeye devam ettiği bilgiler” olarak ifade edilmekte; bu bilginin, topluluğu ve kültürünü sürdürmek ve topluluğun sürekli hayatta kalması için gerekli olan genetik kaynakları korumak için kullanıldığı (Hansen ve VanFleet, 2003, s. 3) vurgulanmaktadır.

Diğer taraftan UNESCO’nun Somut Olmayan Kültürel Miras sözleşmesi kapsamında geleneksel bilgiye *doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar* başlığı altında yer verildiği; sözü edilen başlık içerisinde halk mutfağının da bulunduğu belirtilebilir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek kültürü alanının temelinde, geleneksel bilginin (halkbilgisinin) olduğu; bu bilginin de doğa ve evren içerisinde edinildiği ve deneyimlendiği görüşü ortaya konulmaktadır.

Geleneksel bilgi etrafında tartışılacak pek çok kavram ve konu olmasının yanı sıra bu çalışmayı ilgilendiren -birinci- boyut, geleneksel bilgi ve geleneksel yemek kültürü ilişkisidir. Kapsadığı alan bakımından oldukça geniş olan geleneksel bilgi kavramının çatısı altına giren unsurlardan birisi ise geleneksel yemek bilgisidir. Başka bir ifadeyle *geleneksel yemek bilgisi (traditional food knowledge)* terimi geleneksel bilginin (traditional knowledge) alt kategorisi olarak yemeğe dair bilginin edinilme sürecini,

pişirme yöntem ve tekniklerini, kültürel yapıya dair bileşenleri içine alan bir sistemi karşılamaktadır. Bu bağlamda geleneksel yemek bilgisi “yiyecekleri, tarifleri, pişirme becerilerini ve tekniklerini paylaşmaya ve bu kolektif bilgeliği nesiller boyunca aktarmaya yönelik kültürel bir geleneğe atıfta bulunan” bir kavram olarak tanımlanmaktadır. (Kwik, 2008, s. IV).

Tarih boyunca insanların doğada yiyecek elde etme becerilerinden başlayarak yemeğe dair her türlü yöntem ve tekniklerin sosyo-kültürel bir yapı içerisinde yol alma biçimlerine karşılık gelen geleneksel yemek bilgisi, çoğunlukla yemeğin temini ve yapılış sürecine dair olarak algılanmaktadır. Bunun ötesinde düşünülebilecek bu kavram, bir kültür içerisinde öğrenilmiş davranışlar dizisi olarak da yemeğin kültürel boyutuna dair her kademeye yerleştirilebilir. Bu bağlamda geleneksel yemek bilgisinin öneminin işaretlenmesi gerekmektedir.

Geleneksel yemek bilgisi, geleneksel veya yöresel bir yemeğin nasıl yapılacağına ve sonraki kuşaklara nasıl öğretileceğine dair çağrışımların ötesinde yorumlanmalıdır. Bireysel ve kolektif belleğin temel bir yansıma alanı olan geleneksel yemek bilgisi, biyo-çeşitliliğin korunarak gıda güvenliğinin sağlanmasına ve halk sağlığının muhafaza edilmesine dair ana sigorta işlevindedir. Geleneksel yemek bilgisi belleğine sahip olmak ve bunu uygulayabilmek dünyadaki mutfak savaşında sömürülmemenin hatta esir düşmemenin şifrelerini oluşturmaktadır. Ulusal ve küresel ölçekte yürütülen mutfak savaşında geleneksel yemek bilgisi, ekonomik açıdan dışa bağımlı olmamanın ve sağlıklı kalabilmenin yapıtaşlarını döşeyen bir üretim sisteminin anahtarıdır.

Tarihsel süreç içerisinde küçük ölçekli örnekler bir tarafa, belirli mutfak ürünlerine sahip olmak (baharat, şeker vb.), ticaret yollarını (Baharat Yolu) kontrolde bulundurmamak, sanayi ürünlerini piyasaya hâkim kılmak gibi girişimler “damak zevkinin jeopolitik gücünü” (Boudan, 2006) işaretlemektedir. Bununla birlikte açık ve kapalı bir şekilde günümüzde mutfak savaşının insan sağlığı üzerinden icra edilen bir savaş biçimi olduğu da eklenebilir. Sömürgeciler tarafından bu savaşın kazanılmasının temel stratejisi ise geleneksel bilgi belleğinin şifrelerinin kırılması üzerine oturtulmaktadır. Bu açıdan doğa ile insan etkileşiminin ve birlikteliğinin bozulması; geleneksel ekolojik bilgi olarak da adlandırılan mekanizmanın tahrip edilmesi temel bir hedeftir.

Diğer taraftan Lucy M. Long (2001, s. 238) tarafından işaret edildiği üzere ve pek çok sebebi olmakla birlikte “yemek, kültürün en muhafazakâr alanlarından biri” olarak kabul edilmektedir. Bununla beraber “insan ağzının, bir kişinin kendini dışarıdan koruduğu ve gözettiği bir geçit” (Holtzman, 2006, s. 365) olduğu da dikkat çekici bir nitelendirmeyle ifade edilmektedir. Bu yaklaşımlar, temel anlamda geleneksel olarak çerçevelenen yemeğin, bir kimlik yaratma ve gösterme işlevine atıfta bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek bilgisinin kültürel bir kimliği işaretleme ve koruma gücünün olduğu belirtilebilir. Dolayısıyla geleneksel bilgi/geleneksel yemek bilgisi, sonraki veya yeni kuşaklar tarafından reddi miras yapılamayacak kadar ağır bir taşıdır.

Geleneksel yemek bilgisine sahip olma, kuşaklararası ilişkiler çerçevesinde de çok boyutlu yorumlanabilir. Bu bilgi belleği, yemeğin biyolojik olarak sağlıklı bir soy sürdürme mekanizmasının temel bir cephesini oluşturmasına çıkış yolu sunmaktadır. Başka bir deyişle “yerel koşullara adapte edilmiş uzun vadeli ampirik gözlemlere dayanan” (Yolcu ve Aça, 2019, s. 863) ve “bu deneyimlerin sonucunda üretilen, kontrol edilen ve bugünlere taşınan” (Özdemir, 2018a, s. 7) geleneksel bilginin, sağlıklı kuşakların devamı için şifrelere sahip olduğu da vurgulanabilir.

Geleneğin sözcük anlamları içerisinde geçmişten gelen, nesilden nesile dolaşıma geçirilen ve miras bırakılan niteliklerinin bulunması, geleneksel bilgi veya geleneksel yemek bilgisi terimini doğrudan kuşaklararası ilişkileri tesis eden bir yörüngeye oturtmaktadır. Bununla beraber kültürel bir miras veya hazine olarak algılanan geleneğin ürünü, çeşitli şartlar altında bozulma ve kaybolma tehlikeleri içerisine girmektedir. Bu kültürel mirası derleme, kurtarma ve sürdürme amaçlarının kuşaklararası bir bütünlükte sağlanması ise temel bir hedef olarak öne çıkmalıdır.

“Gelenekle ilgili bilgi ve deneyimlerin korunması, diğer geleneklerin de yaşatılması anlamına gelmektedir” (Özdemir, 2018a, s. 7). Geleneksel yemek bilgisi, ürün merkezli düşünüldüğünde, geleneksel ve yöresel yemeğin sürdürülebilirliğine teorik ve pratik altyapı sağlamasının yanı sıra (yemekle ilgili) kültürel çeşitliliği de korumaktadır. Bununla birlikte yemek etrafında oluşturulan ya da yemeğin önemli bir bileşen olduğu çoğu geleneksel toplantı/festival gibi etkinlikleri de canlı tutmanın temel dinamiğidir.

### 3.3.1.1. Fizyolojiden Kültürel Deneyimler Bütününe Geleneksel Yemek Bilgisi

Geleneksel yemek bilgisi kavramı -ilk cephesiyle- yemek pişirme etrafındaki bilgi, beceri ve tekniklere atıf yapmaktadır. Geleneksel bağlamında “eğitimle değil katılımla edinilen yemek pişirme bilgisi” (Goody, 2001, s. 200) “sözlü iletişim, gözlem ve uygulama” (Md. Nor vd. 2012, s. 86) esasları içerisinde gerçekleştirilmektedir. Jessica C. Kwik’e (2008, s. 3) göre bu “kültürel öğrenme, kendi kendine yeterlilik ve çevresel sürdürülebilirlik döngüsünün” de anahtarını oluşturmaktadır.

Geleneksel yemek bilgisi, kuşaklararası ilişkilerin kurulmasının merkezinde yer alan bir olgudur. Bu bağlantının ilk ayağı, önceki kuşağın sonraki kuşağa öğretme biçimleridir. Geleneksel bağlamında bu süreç (1) besleme ve beğendirme, (2) yardım alma ve iş yaptırma şeklinde ikiye ayrılabilir. Besleme ve beğendirme aşaması, bir annenin ev içi bir ortamda günlük hayatının sıradan ve bazen de özel bir performansı olarak yaptığı yemekleri çocuklarına sunmasını karşılamaktadır. Bu aşamada, sonraki kuşağın lezzet repertuarının oluşmasının yanı sıra (geleneksel) yemeğe dair her türlü bilginin (yeme içme yöntemleri vb.) kültürel inşasına da başlanmaktadır. Annenin yaptığı yemeklerin çocukları tarafından beğenilmemesi ise kuşaklararası tartışmalara zemin hazırlamaktadır.

Yardım alma ve iş yaptırma aşamasında ise anneler ve kızları arasında gerçekleşen bir iş bölümünün yansımaları söz konusudur. Anneler tarafından “*gördüğün (yaptığın) bana ise öğrendiğin kendine*” düsturuyla çocuklarının yakınmalarının bertaraf edilmeye çalışıldığı bu süreç, bir dizi talimatlarla başlayıp çocukların olabildiğince yetiştirilmesiyle genişlemektedir. Benzer şekilde evlenme yaşının günümüze göre düşük olduğu dönemlerde yukarıda bahsedilen eğitim sisteminin kaynana ve gelin arasında gerçekleştiği de göz önünde bulundurulabilir. Özetle sonraki kuşağın geleneksel yemek bilgisi, ürünleri yetiştirme, dönüştürme, saklama, hazırlama, pişirme, sunma, yemeyendirme, toplama, temizleme- gibi derecelerden geçerek oluşmaktadır. Tüm bu süreçler, bir topluluk içerisinde de çeşitli vesilelerle (diş hediği, düğün, kadın toplantıları, kışa hazırlık vb.) öğrenilmekte ve yerine getirilmektedir.

Geleneksel yemek bilgisinin öğrenilme süreciyle ilgili çözümlenelerde yemek ve bellek ilişkisi kurularak bu konu ayrıntılandırılabilir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek bilgisi belleğinin nasıl oluştuğu, lezzet ekolojisinin sürdürülebilirliğinin nasıl sağlandığı ve dijital kültür çağında nasıl bir dönüşüm içerisine girdiği şu şekilde çözümlenebilir:

İnsan beyninin ve davranışının evrimi üzerinde çalışmalar yapan bir antropolog olan John S. Allen (2021, s. 148) “belleğin öğrenme, zekâ ve koşullanma gibi bilişsel kategorilerle ilişkisinin” olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda bireysel ve kolektif belleğin geleneksel yemek bilgisi üzerinden inşasının söz konusu olduğu belirtilebilir. Başka bir deyişle geleneksel yemek bilgisinin öğrenilme şekli ve süreci, bireysel ve kolektif belleği oluşturan temel dinamiklerdir.

Yemek ve bellek ilişkisine dair literatür incelendiğinde temel tartışma konusu, belleğin inşasında gıdaların işlevinin ne olduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. Yemek ve bellek arasındaki “amansız bir ilişki” (Holtzman, 2006, s. 362) içerisinde “bireysel bedenlere sindirilen yiyeceklerin toplumsal hafızayı hangi yollarla beslediği” (Sutton, 2008, 157-158) önemli bir mesele olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda yiyeceklerin bireysel belleği oluşturan “duyusal boyutunun kokular ve tatlar yoluyla güçlü anımsatıcı ipuçları ilettiğinin” kabul edilmesine karşılık yemeğin, kolektif bellekle yakından bağlantılı olan işlevinin saklı kaldığı düşünülmektedir. (Holtzman, 2006, s. 373). Kısaca bu çalışmalarda genel olarak yiyeceklerin hatırlamaya etki eden boyutunun incelendiği veya anıları kaydetme kapasitesinin sorgulandığı görülmektedir. (Lupton, 1994; Holtzman, 2006; Sutton, 2008, 2013; ayrıca bakınız: Allen, 2012; 2021).

Bu bağlamda yemek ve bellek ilişkisinin çözümlenmesinde bireysel belleğin kişisel sınırların ötesinde kültürel bir deneyimin parçası olduğunu savlayan Halbwachs’ın (2019) alana hâkim bakış açısından (kolektif bellek algısından) yararlanılarak yemek belleğinin inşasında kişisel anıların kültürel bir yapı içerisinde oluştuğu savunulmaktadır. Başka bir ifadeyle “yemeğin her türlü sosyal ve kültürel çevrelerde geçmişle süreklilik yaratmada ve dolayısıyla hatıralar oluşturmada kilit bir rol oynadığı” (Sutton, 2008, 160) vurgulanmaktadır.

John S. Allen (2012, s. 125) ise yemek ve bellek ilişkisinde fizyoloji faktörünün belirleyici bir etken olduğunun göz ardı edilmemesini belirtmekte; “sosyokültürel bağlamın (ve nihayetinde bilişsel bağlamın), neyin yiyecek olup neyin olmadığını ve neyin yenilip neyin yenmemesi gerektiğini tanımlamada aynı derecede büyük bir role sahip” olduğunun altını çizmektedir. Kısaca “kültürel olanın biyolojik olanı aştığı” veya merkezinde yiyeceğin olduğu anıların fizyolojinin ötesine geçtiği” (Allen, 2021, s. 176, 180) güçlü bir yaklaşım olarak ileri sürülmektedir.

İnsan duyularının tarihsel bir niteliği olduğunu belirten Amerikalı kültürel psikolog Carl Ratner (2014, s. 15-16) ise duyular aracılığıyla doğa ile gerçekleştirilen etkileşimde duyularla toplanılan bilgilerin ham duyuşsal bilgi olarak deneyimlenemeyeceğini; bunun kültürel anlamlılık üzerine kurulu olduğunu ve kültürel bileşenlerle organize edildiğini dile getirmektedir.

### **3.3.1.2. Geleneksel Yemek Bilgisinin Dijital Alanda Temsili ve Dönüşüm Biçimleri**

Bu çalışmanın önceki bölümlerinde belirtildiği üzere dijital kültür çağında yaşanan değişim ve dönüşümün temel bir yansıması kabul edilebilecek yemek yapma bilgisinin, yemek tarifleri merkezli/içerikli bloglar, internet siteleri, YouTube kanalları, birtakım sosyal medya sayfaları ve hesaplarına aktarıldığı görülmektedir. İnsan zihninin bilgiyi işleme kapasitesi arasında “yiyecek, yemek hazırlama ve yemek yemenin potansiyel olarak bilişsel güçlendiriciler olduğu” (Allen, 2012, s 127) tezinden hareketle çözümlenecek hususlar *geleneksel yemek bilgisini öğrenme bağlamının dönüşümü, lezzet belleğinin nasıl inşa edildiği, kuşaklararası ilişkiler ve kültürel miras, duyu organlarının işlevsizleşmesi, toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden dağılımı ve belleğin oluşmasında medyanın işlevidir.*

Geleneksel yemek bilgisine sahip olanlar genellikle eski kuşaklardır. Geleneksel bilginin temel karakteri gereği bilgi aktarımı, -genellikle- önceki kuşaktan sonraki kuşağa doğru bir silsile içerisinde gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan aile bağlamı başta olmak üzere önceki kuşağın başvuru makamı olduğu söylenebilir. Dijital kültür çağında ise genç kuşaklar tarafından (büyük) annelerin rehberliğinin ötesinde (veya yerine) dijital ortamların yol göstericiliğinin tercih edilmesinin yaygınlaştığı belirtilebilir. (Bu çalışmanın önceki bölümlerinde işlendiği gibi dijital kültür çağındaki dönüşümün öncesinde ve hazırlayıcısı olarak yazılı-basılı bağlamlardaki materyaller ve sonra elektronik bağlamlardaki sesli, sesli/görsel içeriklerin etkisi vardır).

Yemek yapmanın formülünün yemek tarifleri merkezli platformlarda aranmasındaki ince çizgi -medyadan yararlanarak- yemek yapma bilgisinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesinden ziyade dijital medyanın çoğu zaman ilk ve temel bir başvuru kaynağı olarak kullanılmasıdır. Bu olgu, geleneksel bağlamdaki belleğin belirleyiciliğinin el değiştirmeye başladığını göstermektedir. Geleneksel yemek bilgisine



ulaşabilmek için dijital çağda arama, seçim veya karar verme işlemlerinde bilinç dışının bilinç alanına intikali, yaratıcılıktan uzak ve güdümlü bir işleyiş almaktadır. Bu süreçte geleneksel bilgi belleğinin çağrışımlardan yararlanarak işe koşulması da belirsizleşmektedir. Buna karşılık bir yemeğin nasıl yapılacağına veya hangi yemeğin pişirileceğine dair başvuruların internet kanalıyla yapılmasının yaygınlaşmasının olumlu sonuçları arasında ise bilgiye erişimin zaman, mekân ve kişi faktörüne bağımlılığın azalması gösterilebilir. Başka bir ifadeyle -web. 2.0 teknolojisiyle de ilişkili olarak-dijital ortamların rehberlik hizmetinin ücretsiz ve kesintisiz edinilebilmesi yaşanan çağın bir ayrıcalığı olarak değerlendirilebilir.

Dijital çağda internet yoluyla bilgiye başvurma anlayışı, alışkanlığı, kolaylığı ve çeşitliliği temelinde kuşaklararası ilişkileri yeniden çerçeveleyen bu dönüşümün göze çarpan olumsuz etkilerinden birisi, niteliksizleşmenin ve üretim zafiyetinin ortaya çıkmasıdır. Bu olguya bağlı olarak ortaya çıkacak gelişmeler arasında şunlar gösterilebilir:

Aile içinden başlayarak çeşitli bağlamlarda eski kuşaklar tarafından sonraki kuşakların lezzet belleği oluşturulmaktadır. Bu noktada yaşayan eski kuşak, geleneksel tadın öğreticisi, üreticisi, aktarıcısı ve doğrulayıcısıdır. Geleneksel (ya da herhangi) bir yiyeceğin genç kuşaklar tarafından ilk tadımı ve bunun tekrarı, yiyerek bellekte bilgi depolanması ve kodlanmasına kapı aralamaktadır. Başka bir ifadeyle kişinin damağına önceden yerleştirilen tatlar, beyin tarafından algılanarak tat bilgisinin işlenmesine (Allen, 2021, s. 81-84) uzanan biyolojik bir süreci temsil etmektedir. Bu sürecin coğrafyaya da bağlı olarak kültürel bir karşılığının olduğu söylenebilir.<sup>150</sup> Belirli lezzetlere yatkınlık ve yabancılık bu kapsamda değerlendirilebilir.

Bu noktada dikkat çeken faktörlerden birisi, yeni kuşağın önceki ve doğal lezzeti tadamamış olmasının geleneksel olarak etiketlenilen (!) geleneğin bir ürünü olarak bellemeleridir. Geleneksel lezzet belleğinin belir(len)mesinde ve şekillenmesindeki niteliksel döngünün kırılması, eski ve yeni kuşaklar arasında farklı lezzet algılarının oluşmasına, yiyecek tercihlerinin ortaya çıkmasına, tartışma ve çatışmaların yaşanmasına

---

<sup>150</sup> Türkiye’de Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da yaşayan insanların tereyağına; Ege ve Akdeniz Bölgesinde yaşayanların ise zeytinyağına alışkın olmaları bu açıdan örneklendirilebilir. Bu doğrultuda kişisel ve kolektif belleğe kodlanan tatlar doğrultusunda yörelere özgü yemek repertuarının oluştuğu belirtilebilir.

neden olan başlıca etkenlerden arasında gösterilebilir. Geleneksel Türk yemek kültürünün aktarımı ve gerçek anlamda sürdürülebilirliği bağlamında *geleneğimsilik*, genç kuşakların lezzet belleğinin yanlış oluşup şekillenmesinde önemli bir tartışma konusudur.

Jaffe ve Gertler (2006, s. 154) tarafından vurgulandığı üzere “bazı ürünler sanki süpermarket rafında kendiliğinden üretilmiş gibi bedensiz olarak bize gelirken diğerleri büyük bir tantanayla ama düzmece bir biyografi ve sahte bir soyağacıyla teslim edilmektedir”. Süpermarket ifadesi yerine dijital adresler-sayfalar sözcüklerinin konulduğunda da aynı anlamı veren bu eleştiriler geleneksel bir ürünün niteliği açısından da dikkat çekici eleştirilerdir. Başka bir ifadeyle dijital çağdan önce başlayan bu dönüşümün dijital kültürle beraber hız kazandığı söylenebilir.

Geleneksel yemek bilgisi açısından yemek yapma ve yapmama hususlarının dijital kültür bağlamlarıyla biçimlenen boyutları bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle yemek yapmak kadar yemek yapmamak da dijital iletişim ağının gücüyle belirlenen bir konu olup geleneksel yemek bilgisinin nasıl bir dönüşüm içerisine girdiğinin temel çıktılarını sunmaktadır. Aynı zamanda yemek yapmama meselesinin kuşaklararası ilişkileri dönüştüren boyutlarının yapıtaşlarını döşediği belirtilebilir.

Kültürün farklı katmanlarının bir yansıması olarak yemek yapmama, bazen bilmemenin bir göstergesi bazen de kişisel bir tercihtir. Bu konu -daha sonra çözümleneceği gibi- toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadının yerinin ve değerinin tartışılmasına kadar götürülmektedir. Diğer taraftan yemek yapmamak, üretmemenin bir karşılığını temsil etmektedir ve başkaları tarafından yapılan yemeğin satın alınmasını beraberinde getirmektedir. Bu noktada işlenmiş gıdalarla kötü beslenme ve sağlık sorunlarının ortaya çıkmasının yanı sıra geleneğimsi gıdalara ve geleneğin nitelikli ürünlerine bedel ödeme sürekliliği içerisine girilmektedir. Ticarileş(tir)me veya metalaş(tır)ma ise bu durumun önemli sonuçları arasındadır. Geleneğin, dış faktörlerden (sanayileşme, fabrikasyonlaşma, Batılılaşma vb.) kaynaklı olarak dönüştürülmesi, değiştirilmesi ve kaybedilmesi kültür değişimleri kapsamında tartışılan bir olgu olmakla birlikte çözümlediğimiz meseledeki dikkat çekici nokta iç faktörlerin olumsuz etkileridir. Bu açıdan geleneğin ürününün ticarileştirilmesi veya metalaştırılması, -dış faktörlerden ziyade- geleneğin gerçek sahipleri tarafından teslim edilmesinin sonuçları arasına

listelenmelidir. Başka bir ifadeyle yemek yapmamak, -bilinçsizliğin de bir karşılığı olarak- kültürel miras olan geleneğin sürdürülebilirliğinin tasfiyesine yol açmaktadır.

Geleneksel bağlamda “fiziksel olarak ürüne dokunma, ürünü hissetme ve kontrol etme, satıcı ve alıcı arasındaki geleneksel diyaloglar (pazarlık etme, tazelik/kalite sorma, sloganlar vb.) sıra bekleme gibi faktörler dijital ortamda yaşatılamamaktadır” (Alpyıldız, 2019: 123-124). Bu bağlamda dışarıdan yemek söylemenin yaygınlaşmasına paralel olarak tencere kaynatma devrinin başkalaşım geçirmeye başladığı dijital kültür çağında, geleneksel yemek pişirme bilgisinden olabildiğince kaçınan ve uzak kalan önemli bir oranda genç kuşağın bulunduğu söylenebilir. Espinoza-Ortega’ya (2021, s. 7) göre “geleneksel yemeklerin pişirilmesi bir komplikasyon (karışıklık) olarak algılanmakta ve bu nedenle sanayileşmiş gıdalar genç nesillere bir refah hissi vermektedir”. Ayrıca bunun bir yaklaşım ve yaşam tarzı haline geldiği eleştirisi de yapılabilir.

Ayrıntılandırmak gerekirse dijital kuşaklar, yeni çağın sunduğu olanaklar içerisinde yemek yapmak yerine, yemeği satın almaya meyilli bir duruş sergilemektedir. Bu kuşaklar tarafından yemek, aile içerisinde anne ya da sosyal yaşamda başkaları tarafından yapılan (yapılması gereken) bir iş olarak tasavvur edilmekte; ayrıca satın alınabilen bir nesne/ürün olarak konumlandırılmaktadır. Connerton (2012, s. 15) tarafından vurgulandığı gibi “*emek süreciyle bağı kopmuş tüketicilik*” söz konusudur. Bununla birlikte yeni nesil tarafından yemeğin üretim boyutu-işi, önceki kuşaklara bırakılmakta; önceki kuşakların kesintisiz görev listesine eklenmekte ve böyle bir beklenti içerisine girilmektedir. Asıl vurgulanması gereken ise -aile çevresi dahil- önceki kuşaklar sonsuza kadar yaşayacak ve bu bilgiler de kendiliğinden aktarılacak şekilde sığ bir anlayışın yerleşmesidir.

Bu bağlamda küreselleşmiş yayın organlarının açık etkilerine maruz kalındığı bir çağda dijital medya aracılığıyla belleğin inşası kadar bulanıklaşması hatta silinmesinin de ihtimal dahilinde olduğu belirtilebilir. Hoskins’e (2018, s. 1) göre dijital medya, çeşitli ağlar ve sayfalar yoluyla kültürel belleği tuzağa düşürebilmektedir. Bununla birlikte iletişim ağlarının ve arşivlerin bolluğu, yaygınlığı ve dolaysızlığı geçmişi bağlayıp tutuklayabilmektedir. Kültürel amnezi (hafıza kaybı) sorununu modernite bağlamında ele alan P. Connerton ise (2012, s. 91) ise bilgisayar işlemlerinin rutinleşmesinin bellek kaybını zorunlu kıldığını ileri sürmektedir.

Diğer taraftan -daha önce belirtildiği gibi- geleneksel bilgiye sahip eski kuşaklar, tadın ve kalitenin doğrulama makamıdır. Bu açıdan dijital platformlarda geleneksel/yöresel/organik etiketiyle pazarlanan ürünlerin gerçek niteliğinin takibinin nasıl yapılacağı temel bir sorundur. Geçmişin değerini geleceğe taşıyan önceki kuşakların çoğunluğu, kendi yiyeceklerini kendileri üretmektedir. Ürün bozulmadan ve ürün fazlasında savurganlığa düşmeden dönüştürebilme becerisi gösteren bu insanlar, mevsimsel koşullara göre gıda ihtiyaçlarını karşılayabilmek için salça, tarhana, yufka ekmek, erişte, pestil, pekmez gibi ürünleri yapmaktadır. Dolayısıyla bu üretken kesimin çevrimiçi ürün alışverişi yapma oranlarının düşük olduğu hesaba katıldığında dijital platformlarda geleneksel/yöresel olan ürünün niteliğinin ölçümü, geleneksel lezzet belleği yeni şekillenen genç kuşaklara tamamen bırakılmayacak bir duyarlılık içerisinde değerlendirilmelidir. Bu açıdan geleneksel ürünün gerçek niteliğini dijital ortamlardaki pazarlama stratejileri evreni içerisinde derecelendiren ve gerçek yaşamda deneyimleyen genç kuşakların bilgi belleğinin yönlendirmeye açık pozisyonu ile geleneksel ürün satıcılarının niyeti doğru orantılı bir vaziyet almaktadır. Örneğin dijital dünyadaki pazarlardan koyun sütü satın alan ve bu ürünü gerçek ölçümleme yetisinden yoksun genç bir kişinin, kendisine sunulanı geleneksel ve doğal olarak zihninde etiketlemesi söz konusudur.<sup>151</sup> Koyun sütünün gerçek özellikleri arasında dibine fazla tutmasının ve isli bir tadının olmasının şifrelerini ise eski kuşak çözmektedir. Dolayısıyla süte başka maddelerin karışım oranı, sütün rengi ve kıvamı gibi bileşenleri de ölçümleme yeteneğine sahip eski kuşak insanların verdikleri tepki, koyun sütü ve yoğurdu böyle olmaz şeklinde görülebilmektedir. Yöresel olarak öne çıkarılan ürünleri derecelendirebilmelerinin yanı sıra gıda sahtecilerinin geleneğin ürününe yerleştirdikleri hileli şifreleri kırabilmelerinde eski kuşakların önemli yetilere sahip olduğu görülmektedir. Geleneksel bilgi belleği, eski kuşaklara bu alanı yaratmaktadır.

---

<sup>151</sup> Bu olgu sadece dijital bağlarla çevrelenemez. Herhangi bir halk pazarından yüz yüze bir iletişim ortamından ya da marketlerden satın alınan ürün için de bu durum geçerlidir. Ama dijital kültür çağının habitatları içerisinde dijital kuşağın internet ortamlarına (influencerlar, satıcılar, kullanıcı yorumları vb.) daha fazla itibar gösterdikleri ve bu etkilere daha fazla maruz kaldıkları söylenebilir.

Diğer taraftan yukarıda yemek ve bellek ilişkisi temelinde geleneksel yemek bilgisine sahip olmama durumu, “*tüketici(nin) vasıfsızlaşması/consumer deskilling*” (Jaffe ve Gertler, 2006) olarak nitelendirilen bir olguyla da yorumlanabilir. Genellikle paketlenmiş, işlenmiş ve endüstriyel olarak dönüştürülmüş gıda maddelerinin yaygınlığı bağlamında çözümlenen bu husus, geleneksel yemek bilgisinin merkezinde yer almaktadır. Başka bir ifadeyle geleneksel bilginin kaybı, bir vasıfsızlaşmadır. Bununla birlikte geleneksel bilgiye sahip olup artık üretmeme de vasıfsızlaşmanın diğer bir cephesidir. Geleneksel bilginin bellekte saklanamaması ve buradan çağırılmaması damak tadının bozulmasına ve kalitesinin düşmesine yol açmaktadır.

Jaffe ve Gertler’e (2006, s. 147) göre “teknoloji, vasıfsızlaştırma ve yeni gıda ürünleri diyalektik bir biçimde birlikte evrimleşir. Bir beceri kayb olduğunda veya yerinden edildiğinde genellikle bir makine ile değiştirilir”. Bu bağlamda dijital kültür çağı içerisinde tüketicilerin bir çeşit vasıfsızlaşmaya uğradığı belirtilebilir. Dijital mutfak teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak da üretici ve tüketicilerin birçok becerisinin kaybolacağı; aşçıların “makinenin işleyişini izleyen vasıfsız bir izleyici haline geleceği ve eski jestlerden birçoğunu kaybedecekleri” (Sutton, 2013, s. 304) belirtilmektedir.<sup>152</sup>

Yine Jaffe ve Gertler (2006, s. 148) tarafından belirtildiği üzere tüketicinin vasıfsızlaşması bilinçli alışverişin önüne geçmektedir. Bu durum ise yeme maliyetinin artması, halk sağlığının ve çevrenin olumsuz etkilenmesine, gıdaların estetik ve kültürel zevkinin azalmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda geleneksel bilginin, dolayısıyla bu belleğe sahip olanların bir sigorta işlevi gördüğü belirtilebilir. Geleneksel bilgi belleğine sahip olmak ve bunun aktarımı gıda farkındalığının artırılması için önemlidir.

Geleneksel yemek bilgisine sahip olmak ve bu belleği nitelikli bir şekilde uygulayarak korumak, *Yaşayan İnsan Hazinesi* programı çerçevesinde düşünülebilecek boyutta önemli bir konudur. Daha açık bir ifadeyle geleneksel yemek bilgi ve becerisine sahip insanların da *Yaşayan İnsan Hazinesi* olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. N. Özdemir (2022a, s. 43) tarafından vurgulandığı gibi “ekolojik kaynakları lezzetli yiyecek ve içeceklere dönüştüren aşçılar, geleneksel mutfak kültürünün yaşayan insan hazineleri olarak kabul edilmelidir”. YİH açısından “konusunda ender bulunan bilgiye sahip olunması” şeklindeki ölçüt ve kaybolmakta olana dair temel refleksi, bu konuyu biraz

---

<sup>152</sup> Bu konu daha sonra tartışılacaktır.

bulanıklaştırmaktadır. Günümüzde bu hususta riskler şimdilik açığa çıkmamış gibi dursa da ilerleyen zamanlarda dikkat çektiğimiz konuda çalışmalara ihtiyaç olacağı ve bu alanda programlar geliştirileceği öngörülebilir. Bu açıdan geleneksel yemeklerin öz nitelikleriyle sürdürülebilirliğine dair atıfların yapılması yerine geleneksel bilgi belleğine sahip insan faktörüne yatırım yapılması öncelik olmalıdır. Yemek pişirmek -öncesinden sonrasına kadar her aşamasıyla- sırra vakıf olma, performans sergileme, kültürel mirası aktarma biçimidir. Kirshenblatt-Gimblett (2004, s. 54) tarafından vurgulandığı üzere “Somut Olmayan Mirasın sürekliliği, yalnızca eski eserleri toplamının ötesinde insanlara, yaşam alanı ve sosyal dünya olarak anlaşılan tüm habitus ve habitatlarına dikkat etmeyi gerektirir... Diğer canlı varlıklardan farklı olarak insanlar, sadece kültürel korumanın nesnelere değil aynı zamanda öznelere”.

Kwik, (2008: 46) tarafından dikkat çekildiği gibi “geleneksel yiyecekler birinci nesil ebeveynler için önemlidir çünkü önceki memleketleriyle lezzetli ve önemli bir bağlantı sunarlar”. Daha bütüncül bir ifadeyle yemek/gıda merkezli bellek türünün bir yansıması olarak eski kuşakların ekonomik gereçlerin yanı sıra doğayla özdeşlik kurma, doğduğu yere aidiyet hissi, çocuklarını ve diğer küçükleri besleme içgüdüleri, bilgi ve beceriyi paylaşma gibi faktörler geleneksel yemek bilgisine sahip olmanın en önemli duygusal faktörleri arasında sayılabilir.

Bu kişilerin diğer bir önemli nitelikleri ise “ileriye dönük hafızaya” (Holtzman, 2006) sahip olmalarıdır. Bilişsel araştırmacılar tarafından ileriye dönük hafıza, “gelecekte bir şey yapmayı hatırlamayı içeren bir bellek türü” (Allen, 2021, s. 172) olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle gün içinde ya da dönemsel olarak herhangi bir işi yapma noktasına gelmeden önce hatırlama sürecidir. Allen’e (2021, s. 173) göre yiyeceğin temin edilmesi ve hazırlanması büyük oranda ileriye dönük belleğe bağlıdır. Herhangi bir şeyi pişirmek adım adım planlama yapmayı ve pişirme sürecinin sonunu öngörmeyi gerektirir.

Geleneksel yemek bilgisi bağlamında yorumlandığında mevsimsel koşullara bağlı olarak gıdanın tedarik edilmesinde ürün dönüştürme bilgisini belirli periyotlarda yerine getirmek, bu bellek türüne örnektir. Doğa ve insan ilişkisi içerisinde hasat zamanı yapılacak işleri gerçekleştirmek bu kapsamdadır. Yine mevsim döngüsüne bağlı olarak üzüm yaprağı toplayarak salamura yapmak, kayısı toplayarak kurutmak, salça ve pekmez

yapmak, turşu kurmak ileriye dönük belleğin tezahürleridir. Geleneksel bağlamlarda bu işlerin yapılacağı zaman bilinir ve geleneksel bilgiye sahip insan zihni kendisini bu periyodik zamana göre programlar. Bu bağlamda zaman kavramının yiyeceklerle ilişkilendirilip tanımlanması da söz konusu olmaktadır. (salça zamanı vb.)

Diğer taraftan dijital kültür çağında çevrimiçi alışverişlerin yoğunlaşması ve bu konudaki sayısız kolaylıklar, geleneksel yemek bilgisi çerçevesinde bu bellek türünün belirsizleşmesine ve inşa edilememesine yol açmaktadır. Geleneksel ürünü, dijital alışveriş yoluyla temin etme bu tür yetileri örselemektedir. Teknolojik olanakların ve ekonomik koşulların yeterli olmadığı dönemlerde yiyecek temininin kişisel üretime dayalı modeli, sanayileşme, kentleşme gibi faktörlerle kabuk değiştirmektedir. Dijitalleşme ise birçok faktörün bileşkesi olarak bu sürecin yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu sistemin en önemli çıktısı ise “beceriksiz ve vasıfsız tüketicinin üretilmesidir” (Jaffe ve Gertler<sup>153</sup>, 2006, s. 151).

İleriye dönük belleğin en canlı göstergelerinden birisi de geleneksel toplantılar-festivallerdir. Ne zaman yapılacağı önceden bilinen bu etkinlikler, geleneksel yemek bilgisi açısından da öğretici ve hatırlatıcı işlevlerle donatılmaktadır. Çevrimiçi alışverişler yoluyla geçiş dönemlerine ait yiyeceklerin de sağlanabilmesi geleneksel bilginin nişan, sünnet, düğün ve cenaze gibi temel tören ve toplantılarında yemek pişirmenin bağlam dışına çıkarılmasına ve üretim-öğretim-tüketim bağlamının bozulmasına yol açmaktadır. Geleneksel sistem ve mekânın belirsizleştiği bu sürecin temel karşılığı “şeyleştirme” (reification) olgusudur. Başka bir ifadeyle bu sürecin temel izdüşümü, “yabancılaşma” şeklinde kendisini göstermektedir. Bu açıdan Adorno ve Horkheimer (2014: 306) tarafından şeyleştirilenin, edilginleşmeye hatta unutuşa yol açtığı ileri sürülmesi değerlidir. İnsan ise bu sistem içerisinde sadece yiyen bir varlığa indirgenerek yabancılaşmaktadır. Kısaca dijital alışveriş, insan türünün dijitalden önceki sosyalleşmesinin içinin boşaltılmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu geleneksel pratiklerde geçmiş, şimdi ve geleceğin birbirine bağlanması arasında kopukluklar oluşmaktadır. Kolektif belleğin, dolayımı yapıları gereği bu tür etkinliklerin bütüncül bir şekilde sürdürülmesi önem oluşturmaktadır.

<sup>153</sup> Bu araştırmacılar söz konusu çözümlenmeleri işlenmiş gıdalara yönelik artış doğrultusunda yapmışlardır.

Bilgi akışını yönlendiren süreçler içerisinde temel belirleyicilerden birisi ise duyu organlarıdır. J. Goody'e (2002, s. 17) göre “duyular hem fizyolojik hem de kültürel düzeyde işleyen iletişim araçlarıdır”. Geleneksel yemek bilgisi, insanın temel duyularının yol göstericiliğinde işlemektedir. Yiyeceklerin fiziksel ve duysal nitelikleriyle sürekli meşgul olmak geleneksel bağlamın bir karşılığıdır. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek bilgisi “tüm duyuların ince ayarını gerektirir” (Jaffe ve Gertler, 2006, s. 147). Bu bağlamda “yemekleri tatma, koklama, dokunma, görme ve hatta işitme deneyimi ile birey kültürle tanışır ve toplumun bir parçası olur. (Forrest ve Murphy, 2013, s. 353).

Dijital ortamların ise geleneksel yemek bilgisine ait bazı duyuları işlevsiz bıraktığı söylenebilir. Geleneksel bağlamda yemeğin sesinin dinleyerek pişirildiği ya da çevrilmesi gerektiğinin anlaşıldığı duysal şifreler, çevrimiçi yemek siparişleriyle köreltilmektedir. Birçok hanede “tütmez baca yanmaz ocak<sup>154</sup>” bir durum yaygınlaşmaktadır. İnsan ve doğa birlikteliğine dayanan bu olguda algıda seçiciliğe dair bazı insani niteliklerin de insan evrimi içerisinde hangi noktalara gidilebileceği dikkat ve kaygı uyandırmaktadır. Başka bir ifadeyle insan fizyolojisi, ekoloji ve kültürü bir bütün görünmektedir. Bu bağlamda geleneksel bilgi ile genetik kaynakların yönetimi de birbirini besleyen bir mekanizmanın parçalarıdır.

Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak çözümleneceği gibi bu noktada geleneksel yemek bilgisi açısından toplumsal cinsiyet rolleri konusuna da belirli hatlarıyla değinmek gerekmektedir.

Geleneksel yemek bilgisi kavramının tanımlanmasında sistemin üreticilerini konumlandırma ve değerlerini teslim etme açısından kadınlara ayrı bir vurgu yapıldığı görülmektedir. Jessica C. Kwik (2008, s. 3) geleneksel yemek bilgisi kavramına ait yaptığı başka bir tanımda “en yalın haliyle genellikle kadınlar olmak üzere kuşaklar boyu beslenmeyi birbirlerinden ve çevrelerinden öğrenen insanların ürünü” şeklinde bir çerçeve çizmektedir. Bununla birlikte Kwik (2008, s. 24, 96) tarafından “kadınlar, herhangi bir toplumda geleneksel yemek/gıda bilgisi ile ilişkili önemli bireysel varlıklar” olarak nitelendirilmiş; kadınların kuşaklar boyunca insan bilgeliğini temsil ettiği vurgulanmıştır.

---

<sup>154</sup> Âşık Veysel'in *Dostlar Beni Hatırlasın* şiirine atfen.



Yemek pişirme eyleminin kadınların ev içi temel bir görevi olarak işaretlenmesi, kadınlara kayıtlı bir ekonomide yer verilmemesi ve değer biçilmemesi toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin kaynağı olagelmektedir. Bu doğrultuda bir kadının “yemek yapmak, baskımızın bir parçası olarak kavramsallaştırıldığı için özgürlük çoğu zaman gıda ile bağlantılı olmaktan kurtulmak anlamına geliyordu” şeklindeki ifadeleri (Avakian 2005’den akt. Kwik, 2008, s.29) meselenin kökenine inme noktasında kadınların ezilmişliğinin psikolojik bir yansımasını göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Dijital kültür çağı bağlamında çözümlenecek diğer bir husus ise çevrimiçi geleneksel ürün alışverişinin çoğalmasının kadın cephesinden yarattığı izdüşümleridir. Bu noktada genç kadın kuşakların dijital platformlardaki alışveriş sayfalarıyla-hesaplarıyla geleneksele/yöresele yönelmelerinin ve değer biçme amaçlarının nedenleri sorgulanabilir. Bu doğrultuda genç kadın kuşakların geleneksele/yöresele değer vermelerinin, kişisel bir üretim yapmadıkları için, ihtiyacı temin etme güdülerinin peşinden mi gittiği sorulabilir. Ayrıca genç kuşak kadınlar tarafından anne ve akraba çevresinden eskisi gibi temin edilemeyen ürünlerin çevrimiçi alışveriş yoluyla telafi edilme çabalarının olup olmadığı da bir soru olarak yöneltilebilir. Dolayısıyla bu olgu, “insanların modernite koşulları altında günlük yemek pişirme göreviyle nasıl yüzleştiklerinin” (Sutton, 2013, s. 299); hatta geleneksel yemek bilgisini, ne şekilde özümlediklerinin de çarpıcı bir panoramasını oluşturmaktadır.

Jaffe ve Gertler (2006, s. 151) kadınların yemek yapmak yerine işlenmiş gıdaları tercih etmesine yönelik sert eleştirilerde bulunmaktadır. Bu araştırmacılara göre “aile birimi için çok sayıda fayda sağlayan üstün, ekonomik ve sağlıklı bir gıda kaynağının, paketlenmiş ürün lehine dışarı atılması söz konusudur. Bu durum, paketlenmiş ve işlenmiş gıdalara ömür boyu bağımlılık yolunda ilk ve en zararlı adımdır”. İşlenmiş gıdaların temini ayrı bir tartışma konusu olmakla beraber bu yönelim dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen geleneksel ürün alışverişi açısından da irdelenebilir. Bu bağlamda şöyle bir soru yöneltilebilir:

Çevrimiçi alışveriş furyası arasında geleneksel gıda ürünlerinin baş listede yer alması, geleneksel bilginin (yemek bilgisinin) toplumsal cinsiyet algılarının ve rollerinin dönüşümleri karşısında erimeye başladığının göstergesi olarak yorumlanabilir mi? Genç kuşak kadınların gıda/yemek üretimi bağlamında kontrolü kaybettikleri söylenebilir mi?

(Buradaki kontrol ifadesiyle bilgi ve eylemin karşı cinse kaptırılması kastedilmemektedir). Genç kadın kuşakların geleneksel yemeğe dair üretim zincirinin halkalarına yerleşememeleri, geleneksel yemek bilgisine sahip olan ve özellikle kırsal kesimde yaşayıp dijital evren içerisinde aktif rol oynayan girişimcileri kültürel ekonomik olarak parlatmaktadır. Ayrıca bu kişilerin artacak talebe göre ilerleyen zamanlarda daha da değerli bir hale gelebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Özetle, geleneksel yemek bilgisinin sürekliliğinde bir boşluk doğuran gelişmeler arasında toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınların iş yaşamına katılımlarının artması, ekonomik gelişmeye paralel olarak büyüyen bir orta sınıf, göç, kentleşme, sanayileşme, küreselleşme, dijitalleşme gibi örnekler verilebilir.

Geleneksel yemek bilgisi bağlamında ele alacağımız diğer bir boyut ise bu bilginin dijital ortamlara aktarımıdır. Başka bir ifadeyle bu bilginin hangi işleve geldiği ve değişim-dönüşüm biçimleri, üzerinde durulması gereken bir konudur.

Instagram’da *Sedadanlezzetler* (Seda Kurt Gönültaş) adlı yemek tarifleri merkezli bir hesapta, sayfasının üst köşesinde “*Dadaş bir öğretmenin kızlarına arşivlediği tarif defteri*” ifadeleri yazan bir kadın fenomenin geleneksel yemek bilgisinin dijital aktarımı bağlamında önemli bir işaret fişeği yaktığı söylenebilir. Dijital ortamlara kaydedilen içeriklerin akıbeti teknik ve tartışmalı bir konu olsa da yemek kültürü doğrultusunda bu şekilde faaliyet gösteren nitelikli her sayfanın/hesabın “*mutfak otoetnografisi (culinary autoethnography), mutfak otobiyografisi (culinary autobiography) veya kadınların mutfak otobiyografisi (women’s culinary autobiography)*” şeklinde işlevi gördüğü (McLean<sup>155</sup>, 2013) vurgulanabilir. Başka bir çalışmada işaret ettiğimiz üzere (Alpyıldız, 2020, s. 228) dijital kültürün bir ürünü olan sosyal medya hesapları aslında içerik olarak anı defteri veya dijital cönk bağlamında kültürel bir değeri olan varlıklardır. Bu hesaplar, ölen kişinin geride bıraktığı mallar bütünü olarak birer *dijital terekedir*. Bu hesaplar ile oluşturulan/üretilen içeriklerin ilerleyen zamanlarda birer araştırma konusu haline gelebileceği de gözlerden kaçmamalıdır.

Bu çalışmanın önceki bölümlerinde bloglar, internet siteleri ve sosyal medya hesaplarında yemek tarifleri merkezli geleneksel yemek bilgi aktarımının gerçekleştirildiğini belirtmiştik. Bunlara ek olarak geleneksel ürün satıcılığı bağlamında da dijital ortamlara

<sup>155</sup> Söz konusu araştırmacı bu konuyu yazılı-basılı materyaller (yemek tarifleri) bağlamında değerlendirmiştir.

bir bilgi aktarımının sağlandığı belirtilebilir. Geleneksel ürünlerin dijital vitrine çıkarılmasında sosyal medya platformunun altyapısından da yararlanılarak çeşitli iletişim tekniklerinin amatör ve profesyonelce kullanıldığı görülmektedir. Instagram’da canlı yayımlar açma ve kısa (reels) videolarla ürüne dair sesli-görüntülü konuşmalar gerçekleştirme bu tekniklerin en yaygın olanıdır. Bu paylaşımlarda dikkat çeken temel özellikler arasında geleneksel ürünün nerede, nasıl, hangi koşullarda ve kimler tarafından (temizlik, kalite, miktar vb.) yapıldığına dair tüketicilerin zihnine ayna tutmak yer almaktadır. Bu açıdan geleneksel ürünün yetiştiği yeri ve koşulları gösterme amacıyla tarlaya ve bahçeye girilmektedir. Bu videolar çoğunlukla geleneksel ürünler hakkında temel bir fikir oluşturmak amacıyla belirli kesitler halinde sıralanmaktadır. Dolayısıyla bütün üretim aşamalarının kadraja girmediği bu paylaşımlar, birer dijital reklam olarak da görülebilir.

Takipçi sayıları fazla ve sistemde öncü olduğunu düşündüğümüz geleneksel ürün satıcılarının<sup>156</sup> sosyal medya hesaplarını incelediğimizde geleneksel yemek/gıda bilgisinin dijital bağlamlara aktarımına ilişkin tespit ettiğimiz şu örnekler etrafında çözümler yapabiliriz: yoğurttan/yayık ayranından tereyağının yapılışında, yağın ayrandan arındırılma işleminin bol suyla yıkanarak gerçekleştirildiğinin sunumu; sirke yapmak için gerekli bir maya olarak tanımlanabilecek sirke anasının, sirkenin fermantasyon sürecinde sıvının yüzeyinde jel/tabaka kıvamını alması ve bu maddenin sonra yapılacak sirkelerin mayalanma süresini kısaltmasının aktarımı; turunç veya incir reçelinin yapımında kabuğun acı kalmaması için birkaç gün boyunca birçok sefer suda bekletme ve suyunu yenileme işleminin (acısını çıkarma) gösterimi; zeytinin acısını çıkarma ve salamura sürecinin bir aşaması olarak eski taş kırma yönteminin sunulması; tarhananın küçük parçalara bölünerek bez üzerine serilip kurutma işleminin nasıl gerçekleştirildiğinin paylaşımı; dolmalık biberlerin iplere dizilerek güneşte kurutulmak üzere asılmasının yanı sıra çam kozalaklarından şurup veya reçel yapmak için yıkama ve kaynatma işlemlerinin gösterimi; gül reçeli yapımında önemli bir temizleme tekniği olan dibinin polene yakın bölümündeki sarı tetirlerin (kabuk, yaprak) -polenleri kaçırmadan- bıçak yardımıyla alınarak gülün buruk ve acı tadının önüne geçilmesi vb.

---

<sup>156</sup> Bu hesaplar arasında Sebahat Tanışman/seboşun\_gelenekselkoyurunleri; Koy\_mahsulleri/Nurhan Şentürk; Yöresel Gıda Pazarı/Nazlı Köy Ürünleri bulunmaktadır. Diğer hesaplar incelendiğinde ise benzer içeriklerin yer aldığı görülmektedir.



**Foto 11: (Solda) Tereyağının Su ile Ayranından Arındırılma işlemi (Instagram Hikayesi: Koy\_mahsulleri/Nurhan Şentürk)**

**Foto 12: (Ortada) Sirkenin Yapılış Aşamasından Bir Kesit ve Sirke Anası (Instagram Hikayesi: Seboşun Geleneksel Ürünleri)**

**Foto 13: (Sağda) Gül Reçelinin Yapımında Bir Temizleme Tekniği (Instagram Hikayesi: Seboşun Geleneksel Ürünleri)**

Dijital ortamlarda boy gösteren çok sayıdaki geleneksel ürün satıcısının sosyal medya hesaplarının yığın halindeki içeriklerini inceleyerek ayıkladığımız bu örneklerin bazıları, (tereyağı ve sirke) geleneksel/yöresel bir ürünün yapımındaki temel işlemler arasında en kayda değer olanlardır. Başka bir ifadeyle bu örnekler, geleneksel yemek/gıda bilgisine dair kalbur üstü bir seviyededir.

Geleneksel bilginin dijital bağlamlara taşınmasına karşılık gelen bu içeriklerin diğer cephesi ise satıcıların temel pazarlama stratejileri arasında konumlanmasıdır. Bu noktada satıcılar tarafından geleneksel bilginin aktarımı ve öğretiminde öne çıkan esas, alıcılara üretirmeye/yaptırmaya yönelik olmasından ziyade ürünün geleneksel yöntemlerle nasıl yapıldığının ve doğallık, eski usul, köy işi, ninelerimizden/annelerimizden gördüğümüz

gibi etiketleriyle işaretlenmesidir. Başka bir ifadeyle bu paylaşımlar, romantikleştirilmiş bir üretim ve pazarlama sürecinin izdüşümleridir. Bu açıdan geleneksel bilginin şifreleri sayılabilecek çoğu hususların aktarımı ise yapılmamaktadır. Diğer taraftan ekonomik amaçların ötesinde yorumlandığında kırsal bölgedeki girişimci kadınların kendi yöresel ürünlerini pazarlamaları sırasında ipucu niteliğindeki bu paylaşımlar, geleneksel yemek bilgisi teknikleriyle hiç tanışmamış genç kuşakların aydınlanması işlevini görmektedir.

Dijital medya araçlarında geleneksel veya yöresel ürünlerin yapılış aşamalarından kesitler sunulan bu tür paylaşımlarda çocuklar açısından çözümlenecek hususlar da bulunmaktadır. Genç kuşak ebeveynler tarafından geleneksel ürün dönüştürmenin ev dışına çıkarıldığı ve ihtiyacın dijital ortamlardan temin edildiği bir süreçte çocukların, ürünlerin yapılış aşamalarını gerçek yaşamda canlı olarak deneyimleyememeleri söz konusu olmaktadır. Ürün dönüştürmenin bütün bir süreci yerine kesit odaklı örnek verilecek olsa da eriştenin kuruması için bir odaya serilmesi; biber ve patlıcanların kurutulması için balkona ya da dışarı asılması; yufka ekmeğin yenilmek için sulanması gibi işlemler geleneksel yaşamdan buharlaşmaktadır.

Bu noktada genç kuşaklar tarafından duyuşsal kayıt devre dışı kalmakta ve bilişsel sürecin belirli bölümleri makaslanmaktadır. Çevredeki uyarıcıların duyu organları yoluyla kodlanamadığı bu süreç, geleneksel yemek bilgisinin daralmasına yol açmaktadır. Çünkü öğrenen kişinin çevresinde gerçekleşen performansı bilinçsiz bir alıcı da olsa öğrenmesi söz konusudur. Aslında bu örnek sadece çocuklar için değil üretmeyen genç ebeveynler için de gereklidir. Çocuklara dikkat çekmemiz, aile içi kuşaklararasılık bağlamındaki dönüşümü işaretlemek istememizdir. Bu ebeveynlerin bu tür geleneksel bilgileri - belirli ölçeklerde- dijital ortamdan gözlemlemedikleri ifade edilebilir.

Yukarıdaki değerlendirmelerden hareketle geleneksel bilginin öğrenilmesinde ve bireysel veya kolektif belleğin inşasında dijital medyanın temel belirleyicilerden olduğu vurgulanabilir. Bu çerçevede “medya ve bellek arasındaki arayüze odaklanılmasında” (Neiger ve diğerleri, 2011) medyanın hatıralar oluşturma ve paylaşırma işlevi açığa çıkmaktadır. (Bunun tersi de geçerlidir). A. Hoskins (2018, s. 20) belleğin yeniden yapılandırılması bağlamında “yeni medya ekolojisi” olarak nitelendirdiği bu yapıda, “dış belleğin alanının artık çoğunlukla sembolik değil hiperbağlayıcı” olduğunu vurgulamaktadır. Geleneksel yemek kültürüne dair sosyal medyadaki bu paylaşımlar, “ağ

bağlantılı halklar için ağ bağlantılı belleklerdir” (Bartoletti, 2011, s. 92). Dijital kültür çağında medya ve bellek ilişkisi, kitle iletişim araçlarının doğrusal mantığına meydan okuyacak şekilde yapılanmaktadır. Artık belleğin somutlaştırılması medya profesyonellerinin üretimi ile sınırlı görülmemektedir. (Neiger, 2020).

Dijital kültür çağında geleneksel bilgi doğrultusunda çözümlenebilecek başka bir husus ise genetik kaynaklar ve coğrafi işaretlerdir. Genetik kaynaklar ve coğrafi işaretlerin merkezinde, insanlar tarafından yüzlerce yıllık deneyimlerle edinilen geleneksel (ekolojik) bilgi vardır. Bu doğrultuda belirli bir coğrafi parçayı ölçeklendiren, simgeleyen *bitki ve hayvan genetik kaynakları* ile sınırları belirlenmiş bir alandan kaynaklanan, ortaya konulan/üretilen ve herhangi bir bölge-ülke ile özdeşleşmiş ürünlerin kalite, ün ve özgün bazı niteliklerinin tescil edilip korunmasına dayalı olan *coğrafi işaretler* insan topluluklarının geleneksel ve yöresel yemek kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Bu konunun kapsamı geniş olduğundan dolayı dijital kültür ve geleneksel yemek kültürü çerçevesinde şöyle bir ilişki kurulabilir ve sınırlandırma yapılabilir:

Son yıllarda geleneksel yemek kültürünün sosyal medyada etkin bir karşılığının olması, genetik kaynaklar ve coğrafi işaretler konusuna yönelik bir farkındalığın oluşmasını da beraberinde getirmektedir. Bu açıdan sosyal medyadaki görünürlük, “Türkiye’de geleneksel mutfağın tescil sistemine dönüşen” (N. Özdemir ve E. Özdemir, s. 2020, s. 11) coğrafi işaretler konusunda bir yarış da başlatmaktadır. Bu konuda Türk Patent ve Marka Kurumuna ait şu istatistiksel veriler incelenebilir:

### Tescil Ve Başvuru Sayıları

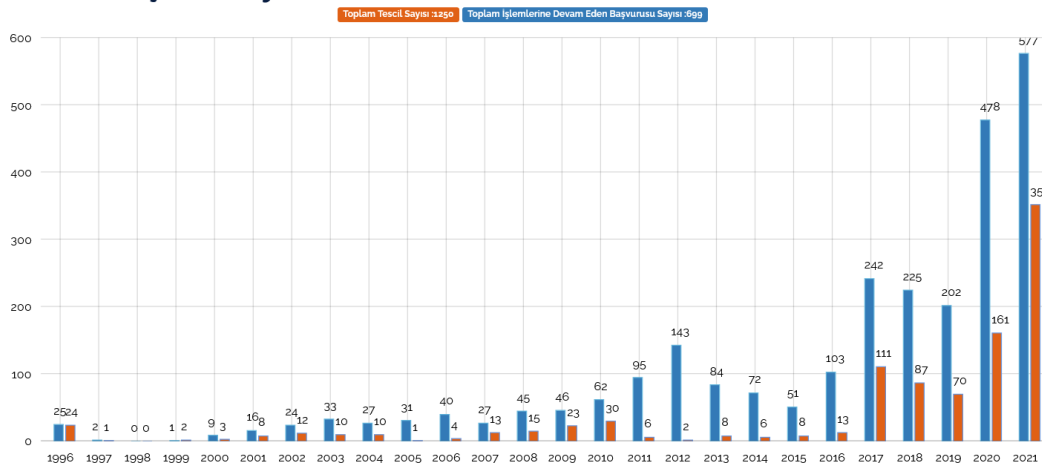
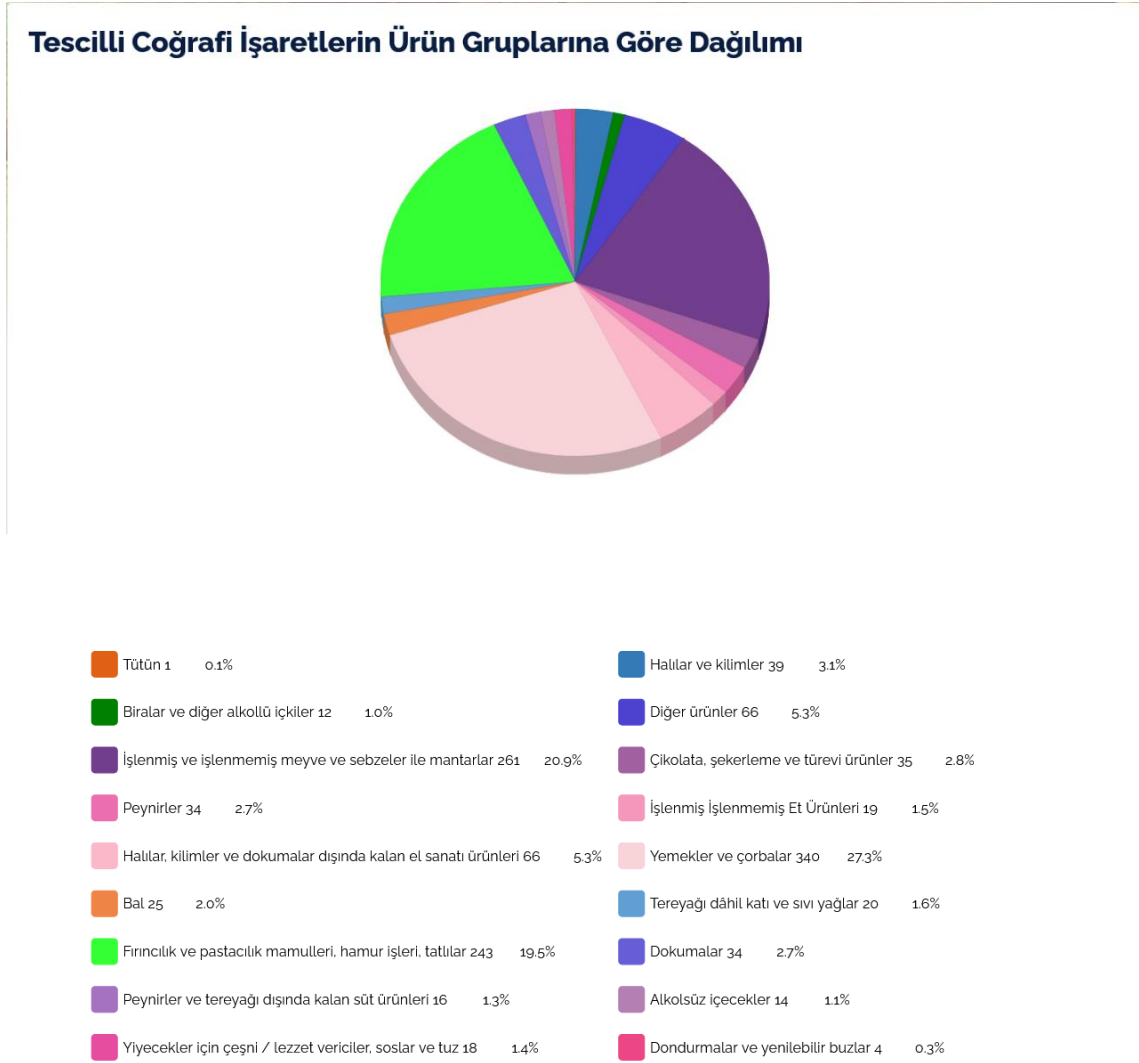


Foto 14: Türk Patent ve Marka Kurumuna Ait Coğrafi İşaret Tescil ve Başvuru Sayıları (URL44)



**Foto 15: Tescil Edilmiş Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı (URL45).**

Yukarıdaki tabloda -doğrudan bir veri olmamakla birlikte- tescil ve başvuru sayılarının son yıllarda yoğunlaşması ile internet veya sosyal medyanın bu yıllar aralığında kullanımının artması arasında bir bağlantı kurulabilir. Tescil edilen ürünler içerisinde gıdanın büyük bir orana sahip olması da bu bağlamda okunabilir. Dijital iletişim teknolojileri, gıda üzerinde yerel ve ulusal ölçekteki sınırları aşan bir tanıtım işlevinde bulunmaktadır. Dijital çağda yemeğin/gıdanın e-ticaret kapsamındaki pazarlama stratejileri açısından sosyal medyada etkin bir şekilde kullanılması, coğrafi işaret kavramına dikkatleri çekmektedir. Ayrıca ürünlerin satışında yer verilen coğrafi işaret logoları da üreticiler ve tüketiciler üzerinde bir algı ve tutum oluşturmaktadır. Tüm bu olgular ise yöremizin meşhuru sıfatıyla coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yüksek oranlı bir tabloyu karşımıza çıkaran önemli etkenler arasına alınabilir.

### 3.3.2. Kuşaklararası Kültürel Miras Aktarımı

Miras kavramına ilişkin intikal ettirilen ve devralınan şeylerin sahipleniciliğinin işaretlenmesinde öne çıkan başlıca faktör kuşaklardır. Maddi ve manevi malların birikiminin bir toplamı (zenginliğin göstergesi) olan miras, kuşaklararası ilişkileri belirleyen önemli bir ölçüttür. İnsanları zaman ve mekân yoluyla birbirine bağlayarak kolektif belleğin temel bir yapıtaşı olan kültürel miras ise geçmişin anlam çeşitliliğini düzenleyen politik, ekonomik ve felsefi bir alandır. Bu açıdan kuşaklar geçmiş, şimdi, gelecek arasında gerçekleştirilen bir dolaşımın halkalarıdır.

Kültürel miras kavramının yorumlanmasında tersine bir zihinsel yürüyüş gerçekleştirildiği görülmektedir. Antropolog Gerard Lenclud geleneklerin “ters soy bağı gerektirdiğini; bu noktada yavruların, bir tür babalığı (kökenlerini) tanımlarıyla ebeveynlerini oluşturduklarını; insanların, kendilerini ataları ilan ettiği kişilerin mirasçıları olarak sunduklarını” ileri sürmektedir. Dolayısıyla “bugünü yaratan geçmiş değil, geçmişi üreten şimdi” (Ascione, 2018, s. 306) şeklinde bir bakış açısı yansıtılmaktadır.<sup>157</sup>

Kültürel miras ve kuşaklararasılık bağlamında teorik bir alt yapı oluşturabilmek için yer verilen bu yaklaşımlarda dikkat çekici husus ise mirasın intikalinin yerleştiği insan katmanıdır. Daha açık bir ifadeyle kültürel mirasın kaldığı/bırakıldığı kişi-topluluk-ulus, doğal olarak (belirli bir bilinç ve istekle) mirasçı olarak konumlanmaktadır. Bu olgu ise mirasçılık=kuşaklararasılık denkleminin kurulması şeklinde kendisini göstermektedir.

#### 3.3.2.1. Yemeğin Kültürel Bir Miras Olarak Genel Yapısı

Kültürel miras kavramının çatısı altına giren temel alanların başında yemek gelmektedir. Yemeğin kültürel miras olarak konumlandırılması genel olarak şunları içermektedir: *yerel bitkiler, geleneksel yemekler, âletler ve peyzajın yanı sıra maddi olmayan anlamda da mutfak, zihinsel ve bedensel bilgi, gelenekler ve teknikler, ideoloji, duyuşal farkındalık, gıda ve sağlık felsefeleri vb.* (Counihan, 2016, s. 220).

Yiyeceğin kültürel bir miras kabul edilmesinin parametreleri arasında köken kavramı yatmaktadır. “Tarihsel ve otantik bir gıda maddesinin soyunu veya menşeyini izlemek” (Di Giovine ve Brulotte, 2016, s. 7) ve belirlemek, yiyeceğin bir kimlik göstergesi olmasında

<sup>157</sup> Bununla birlikte bir geçmişin var olması ve bir şekilde sürdürülebilmesi gerektiğinin de altının çizildiği bu yaklaşımın icat edilmiş geleneklere gönderme yaptığı belirtilebilir.



ve kültürel miras olarak çerçevenmesinde temel bir reflektir. Başka bir ifadeyle yiyeceğin kültürel bir miras olarak kabul edilmesi, köken izinin sürülmesine atıfta bulunmaktadır. Bu bağlamda yiyecek mirasının sahiplenilmesinde soy ve coğrafi köken saptamaları aile, topluluk ve ulus kimliğinin zeminini oluşturmaktadır.

Tarihçi Ilaria Porciani (2019, s. 5) tarafından ifade edildiği üzere “yiyeceklerin bu mirasa alınma süreci, her zamankinden daha fazla ulus devletlere dayalı kültür mühendisliği mantığı ile karakterize edilmektedir”. Dolayısıyla “bir kimlik mirası olarak yemek, ontolojik bir varlık değil belirli gruplar, topluluklar ve toplumlar tarafından tetiklenen sahiplenme (temellük) dinamiklerinin ürünü” (Di Fiore, 2019, s. 35) olarak görülmektedir. Tüm bu faktörlerden kaynaklı olarak yiyeceklerin kültürel bir miras olarak belirlenmesinin “duygusal ağırlığını daha da artırdığı” (Di Giovine ve Brulotte, 2016, s. 2) ifade edilmektedir.

Yemeğin kültürel bir miras olarak üretimi, tarihi ve coğrafi işaretlemelere dayanmaktadır. Miraslaştırma sürecinin fiziksel zemini, coğrafi bir mekân üzerine inşa edilmektedir. Di Giovine ve Brulotte (2016, s. 10) tarafından vurgulandığı üzere “sosyo-biyolojik tarzda toprağa bağlı olma yaklaşımı, yemek temelli birçok miras iddiasının merkezinde yer almaktadır”. Bu olgu, Fransızcada “*terroir*” kavramıyla karşılanmaktadır.<sup>158</sup> Kısaca “*yerin tadı/the taste of place* (Ascione, 2018, s. 302) şeklinde açıklanabilen bu kavram, bütüncül olarak da “bir insan topluluğunun tarihsel olarak, fiziksel bir çevrenin insan faktörleriyle iç içe geçmesine dayanan kolektif bir bilgi ürettiği belirli bir coğrafi alan” (Di Fiore, 2019, s. 35) olarak tanımlanmaktadır.<sup>159</sup> Başka bir ifadeyle -çalışmanın önceki

<sup>158</sup> “Fransızca terre (toprak) kelimesine dayanan terroir terimi, başlangıçta bir bağdaki (mikro iklim, topografya ve toprak) çevresel koşulların benzersiz konfigürasyonlarına (yapılandırılmalarına) atıfta bulunmak için kullanılmış ve yerin karakteristik bir tadı anlamını karşılamıştır” (Gyimothy, 2017, s. 1204).

<sup>159</sup> Belirli bir coğrafyanın, ürün kalitesi ve lezzetinin belirlenmesinde başlıca bir ölçek olduğu konusunda temel tartışmaların yaşandığı belirtilmektedir. Avrupa merkezli bir ulusçuluk yaklaşımında tarihin ve coğrafyanın belirleyiciliğinin kabul edilmesine karşılık Amerikan yaklaşımında ise coğrafi şartların ürüne dair temel bir ölçüt değil “kültürel ekonomik değer in ifadesi” görüşü hâkim olmaktadır. Başka bir ifadeyle Amerikan bakış açısının, tarihi ve coğrafi nitelikleri kültürel bir sermaye olarak kontrol mekanizması şeklinde gördüğü ve ulusal bir inşa malzemesi olarak değerlendirdiği vurgulanmaktadır. Bunun açık örneği şampanya üzerinden işlenmektedir. Amerikan yaklaşımına göre şampanya, Fransa’nın Champagne bölgesinde üretilmiyorsa bu tür şarapların “şampanya” olarak adlandırılması olanaksızlaşmaktadır. Örneğin, İtalya’da bu şaraba prosecco veya daha genel olarak spumante, Kaliforniya’da ise “köpüklü şarap” denilmektedir. (Di Giovine ve Brulotte, 2016; Ascione, 2018).

Müstakil bir araştırma konusu olabilecek bu tartışmalarda gözden kaçırılmaması gereken husus ise belirli bir bölgedeki coğrafi değerlerin lezzet üzerindeki temel belirleyiciliğinin şart olmadığı şeklinde modernize (!) edilen görüşün, coğrafyayı yağmalamaya açabileceğidir. Başka bir ifadeyle Amerikancı yaklaşımın, Avrupa’da yiyecek üzerinden kurulan milliyetçilik çizgisini (akla yatkın örnekler de verse) silikleştirmeye çalışırken doğa ve insan birlikteliğinin bozulmasına; doğanın -belirsizleşerek- sömürüye açık hale getirilmesine yol açtığı ve kendi kültürel sermayesini inşa etmek istediği akıllarda saklı tutulmalıdır.

başlığıyla veya bölümüyle de bağlantılı olarak- geleneksel yemek bilgisi, coğrafi çevre ve insan ilişkisi temelinde oluşan ve şekillenen kültürel bir mirastır. Bu açıdan belirli bir coğrafi parçayı ölçeklendiren ve simgeleyen bitki ve hayvan genetik kaynakları, insan topluluklarının geleneksel ve yöresel yemek kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır.

Son dönemde geleneksel bilginin (dolayısıyla folklorun) haklarının ve geleneksel ürünün de varlıklarının korunmasında etkili bir tescilleme yöntemi olarak kullanılmaya çalışılan coğrafi işaretler de bu yaklaşımın bir ürünüdür. Herhangi bir yiyeceğin, üretildiği bölgeyle özdeşleşmesinin ve karakteristik özelliklerinin coğrafi şartlara bağlandığı bu bakış açısı, bağlamsal şartlar temelinde yemeğin kültürel bir miras olarak sahiplenilmesinin açık göstergesidir. Farklı bir ifadeyle yemek mirası “kültürel mülkiyetin bir alanı” (Porciani, 2019, s. 5-6) kabul edilmektedir.

Di Giovine ve Brulotte (2016, s. 7) tarafından belirtildiği üzere topraktaki belirli mineraller, hava koşulları ve topografyanın yanı sıra insanların bu çevresel koşullara uyum sağlayabilme ve bu şartları yönlendirebilme yetisi, otantik olduğu kabul edilen bu gıdaların dünyanın başka yerlerinde aynı nitelikte üretilebilmesine set çeker. Aynı bitkiler veya hayvanların başka bir çevrede yetiştirilmesi durumunda yiyeceklerin fizyolojik özelliklerinin (başlıca olarak tadının) değiştiği düşünülür veya değişeceğine inanılır.

Özetle, yiyeceklerin özgünlüğünün sınırları, doğal çevre (iklim, toprak yapısı vb.) ile insan faktörünün (kuşaktan kuşağa aktarılan geleneksel bilgi) içerisinde çizildiği; yemeğe dair kültürel mirasın doğal çevre faktörleri ve sosyo-kültürel niteliklerle derecelendirildiği söylenebilir.

Yemeğin, kültürel bir miras olarak kabul edilmesinde UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi de önem taşımaktadır. Bu doğrultuda ilk kez 2010 yılında *Akdeniz diyeti*, *Fransız gastronomik yemeği*, *Meksika/Michoacan mutfağı* ve *Hırvat zencefilli kurabiyesi* (Di Giovine ve Brulotte, 2016) ile başlayan süreçte Türkiye'nin de geleneksel yemek kültürü alanıyla ilgili doğrudan veya dolaylı olarak *Tören Keşkeği Geleneği* (2011), *Mesir Macunu Festivali* (2012), *Türk Kahvesi ve Geleneği* (2013), *İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka* (2016) gibi unsurlarını kaydettirdiği belirtilebilir.

### 3.3.2.2. Yemek, Kuşaklararasılık ve Kültür Değişmeleri

Geleneksel yemek kültürü, kuşaklararası ilişkiler kurabilme; kuşaklararası ilişkilerin yapısını çözümleyebilme; kültür değişmelerini gözlemleyebilme bağlamında belirli işlevlere sahip çalışma alanıdır.

İlk olarak kuşak kavramının teorisine dair kısa bir giriş yapılabilir. İnsan yaşını kümelenirkenin farklı türleri mevcuttur. Kuşak teorileri tarihine bakıldığında kuşakların aile içerisindeki soy dizisi başta olmak üzere grup kimliği, teknoloji, siyasi ve sosyal olaylar çerçevesinde belirlenebildiği görülmektedir. Kuşak olgusu benzerlikler, farklılıklar hatta çatışmalar üzerinden tartışılmaktadır. Bu açıdan kuşak ve kuşaklararasılık kavramının, bir cephesiyle birleşme/buluşmayı; diğer cephesiyle de ayrışma-çatışmayı kapsadığı söylenebilir.

Konuyu ayrıntılandırmak gerekirse kuşak kavramı, öncelikle “ortak bir atadan gelen doğal soy çizgisindeki ayrı aşamaları karşılayan bir akrabalık terimi” (Alwin ve McCammon, 2007: 222) olarak yorumlanmıştır. Biyolojik çizgide bir aile silsilesine atıf yapılan kuşak kavramı aile yapısı, akrabalık ilişkileri, evlilik türleri ve düzenlemeleri, konut ve yerleşme biçimleri, ekonomik kaynaklar gibi faktörler etrafında değerlendirilmiştir.

Kuşak kavramına dair ikinci yaklaşım ise *doğum grubu* olarak ifade edilen ve “belirli bir zaman diliminde doğan insanlar topluluğu” (Sandeen, 2008: 12) biçiminde tanımlanan olgudur. Biyolojik ve sosyolojik ekseninde geliştirilen ve “doğrusal zaman aralığı” (Alexander Agati, 2012: 2) şeklinde de karşılanan bu yaklaşımda bir kuşağın ne zaman bittiği ve peşinden gelenin (sonrakinin) ne zaman başladığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda genellikle otuzar yıllık (bazı araştırmacılara göre ise yirmi-yirmi beş yıllık) bir zaman dilimine bir kuşak yerleştirilmiştir.

Yirminci yüzyılın ilk yarısından itibaren kuşak kavramında, biyolojik bir çizgiden sosyolojik bir çizgiye geçiş yapılmıştır. Bu yaklaşımdaki öncü isimlerden Alman sosyolog Karl Mannheim, *The Problem of Generation* (1952) adlı çalışmasında kuşağı doğum-yaş grubu aralığının yanı sıra toplumsal ve tarihsel süreçte ortak bir konumu ve deneyimi paylaşan bir topluluk/grup olarak tasarlamıştır.<sup>160</sup> (Alwin ve McCammon,

<sup>160</sup> Edmunds ve Turner’a (2005, s. 564) göre “sosyoloji literatürü genellikle kuşakları ulusal olarak hizalanmış varlıklar olarak kavramsallaştırmıştır. Nesilleri kendi ulusal bağlamlarında kavramsallaştırma eğilimi, Mannheim’in

2007). Başka bir ifadeyle Mannheim, aynı kuşağın üyesi olma ölçütünü somut bir grubun ötesinde sosyal olarak konumlandırmıştır. (Parry ve Urwin, 2011, s. 81). Ona göre “kuşaklar, sosyal değişimi harekete geçiren araçlardır<sup>161</sup>” (Joshi ve diğerleri, 2011, s. 180).

20’nci yüzyılın sonlarında ise çağdaş kuşak kuramcıları arasında sayılan William Strauss ve Neil Howe yaşam evresi teorisiyle öne çıkmışlardır. Buna göre ortalama 80 yıllık bir insan ömrünün dört farklı aşamaya bölünmesini temsil edecek şekilde her topluluğun gençlik, yükselme, orta yaş ve yaşlı olmak üzere dört yaşam evresi içine girdikleri; gruba ait oluşan bir akran kişilik etrafında ortak değerler dizisi geliştirdikleri ileri sürülmüştür. Kişi ve grubun yaşının önemine dikkat çekilen bu teoride, bir kuşağın üyelerinin tarihi bir dönem içerisinde ortak duygudaşlığına işaret edilmiştir. (Sandeem, 2008, s. 13; Alexander Agati, 2012: 6, 18).

Kuşak teorilerinin oluşturulmasında sosyal, siyasal ve ekonomik faktörlerin yanı sıra medya ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de önemli bir ölçüt olduğu belirtilebilir. Bu açıdan insan türünün yaş aralıklarını kümelendiren kriterler içerisinde medya ve iletişim teknolojilerinin başat bir unsur olduğu ifade edilmektedir. Yaşanılan çağda kuşakların kategorize edilmesi ve kuşaklararası farklılıkların gözlemlenmesindeki merkezi etken, dijitalleşme ve dijital kültür adı verilen olgu olmaktadır.<sup>162</sup>

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin insan yaşamına dokunan elinin belirginleşmeye ve yaşamı biçimlendiren boyutunun genişlemeye başlamasıyla birlikte birtakım kuşak tanımlamalarının yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmanın birinci bölümünde değinildiği gibi “dijital göçmen, dijital yerli” (Prensky, 2001a, 2001b), “doğuştan dijital, dijital göçebe” (Palfrey ve Gasser, 2017), sessiz nesil/geleneksel kuşak (1943-45 öncesi), “bebek patlaması kuşağı [1943–1964], X kuşağı [1965- 1979], Y kuşağı [1980- 1999], Z Kuşağı [2000- 2012], Alfa kuşağı [2012], milenyum kuşağı-milenyum ötesi kuşak, yeni bin yılın öğrencileri, anında mesaj kuşağı, oyun nesli, zaplayan insan, dijital kuşak,

---

düşüncesinin orijinal mizacını yansıtır. Bu bağlamda 1920 ve 1933 yılları arasında Almanya’da çalışan Mannheim’ın yaklaşımı ise 19’uncu yüzyılda Almanya’daki muhafazakâr Romantikler gibi ulusal bir bağlamda var olan belirli kuşaklara ilişkindir. Dolayısıyla yirminci yüzyılın sonunda ve yirmi birinci yüzyılın başında ulusal sınırları aşan nesillerin aynı anda bir olayı nasıl deneyimleyebildikleri gerçeğinin çok gerisindedir.

<sup>161</sup> Joshi ve diğerlerine, (2011) göre Mannheim’ın yaklaşımı moderniteye yaklaşan toplumların akrabalık bağlarında bir zayıflama yaşandığı ve bir gençlik sorununun ortaya çıktığı bir dönemde oluşmuş ve ileri sürülmüştür.

<sup>162</sup> Bu doğrultudaki yaklaşımların büyük çoğunluğu teknolojik belirlenimciliğe dayanmaktadır.

Google kuşağı, internet nesli, gelecek kuşak, www kuşağı, e-kuşağı, eko nesil, n-nesil, net kuşağı, ağ kuşağı” (N. Özdemir, 2019: 129, 135) gibi ifadeler büyük oranda teknolojik gelişme ve özelliklere göre belirlenen kavramsallaştırmalara örnektir. Özetle *dijital kuşak/ digital generation* “belirli bir teknoloji veya ortamla ilişkisi aracılığıyla” tanımlanmaktadır. (Buckingham, 2013, s. 12).

Bununla birlikte bu tür kavramsallaştırmalar “kuşakları, ulusal olarak sınırlandırılmış varlıklar ötesine yerleştirme” (Edmunds ve Turner, 2005, s. 559) yaklaşımlarında medya ve iletişim teknolojilerine kilit bir rol verilerek küresel kuşakların da varlığının kabul edildiğinin çeşitli türden göstergeleridir. Edmunds ve Turner (2005) tarafından işaret edildiği üzere kuşak kimliğinin birlikte ve doğrudan deneyimden oluştuğunu savlayan eski teorisyenlere karşılık sonraki teorisyenlerin aracılı deneyimlerin rolünü işaretledikleri belirtilmektedir.

Kuşaklararasılığın kültür değişimleri bağlamında çözümlenebileceği alanların başında yemek gelmektedir. Yemek, kuşakların hem dayanışma/birleşme/kaynaşma hem de tartışma/ayırışma/çatışma alanı görünümündedir. Yemek bazen, aynı sofraya çevresinde bağdaş kurularak aynı tastaiki çorbaya kaşık sallandığı bir ortak payda; bazen de bireysel bir kimlik ve özgürlük göstergesi veya tecrit unsurudur.

Medya ve iletişim uzmanı David Buckingham (2013, s. 1-2) kuşak farkı olgusunun, “yetişkinlerin artan sosyal değişim hızına ilişkin korkularının ve geçmişle sürekliliğin kaybıyla ilgili endişelerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığını” belirtmektedir. Bir cephesiyle “kültürün en muhafazakâr alanlarından birisi olan” (Long, 2001) diğer yönüyle de değişim ve dönüşüm rüzgarlarının sert esip yıkıcı bir etki yaptığı yamaçta konumlanan yemek ise bu korkunun merkezine yerleşen psiko-kültürel bir kaynaktır. Bu bağlamda yemek, kuşaklar içi ve kuşaklararası ilişkileri düzenleyen veya daha karmaşık hale getiren bir unsur olmaktadır.

Kuşak belirleme ölçütlerinden birisi ise yemektir. Bu konuda mevcut literatürde yiyecek üzerinden büyük kuşak sınıflandırmalarına gitmekten ziyade genellikle teknolojiye göre belirlenmiş mevcut kuşak kavramlarından yola çıkılarak çeşitli yaş aralıklarının, yeme içme davranışı ve alışkanlıklarıyla işaretlendiği söylenebilir. Bu doğrultuda genç kuşağın veya dijital neslin Türk mutfağına dair bilgi düzeyinin ölçüldüğü; beslenme alışkanlıkları edinmelerine hangi faktörlerin etki ettiği ve beslenme davranışlarının nasıl oluştuğu;

sosyal medyanın bu faktörlerdeki rolünün incelendiği; kaybolmakta olan lezzetlerin ele alındığı çalışmaların yoğunlukta olduğu görülmektedir. (Bu konuda bakınız: Dölekoğlu ve Çelik 2018; Akşit Aşık, 2019; Demirci, 2021; Sarıkaya vd. 2021; Öztürk ve Tekeli, 2021; Kılıçlar vd. 2021).

Yemeğin bir kriter olarak devreye girdiği kuşak kavramlarının az sayıda örneklerden birisi olan *fast food kuşağı* ifadesi, belirli bir yaş kümesinin çağın yeme içme eğilimlerine göre şekil alan yapısını yansıtmaktadır. Karşı cephesinde geleneksel değerler, kendi içinde ise sanayileşme, modernite, küreselleşme gibi olguların yer aldığı fast-food kuşağı/nesli, eski ile yeninin kapışma alanını sembolize etmektedir. Kuşakların yemek üzerinden yaşam biçimi, zevkleri ve değerlerinin oluşturulduğu bu noktada üretim-tüketim, zaman algısı ve yönetimi temel bir karşıtlığı betimlemektedir.

*Fast food* kuşağının temel karakterlerinden birisi niceliği, niteliğin önüne yerleştirmesidir. Bu olgu G. Ritzer (2011a, s. 125) tarafından ileri sürüldüğü gibi sadece restoran sektöründe değil hayatın her alanında (eğitim, sağlık, zevk, aile vb.) “McDonalddlaştırılmış bir toplumun temel eğilimidir”. Başka bir deyişle bu eğilim, *fast food* sektörünün temel ilkelerinin toplumun geneline benimsetilmesi ve dayatılmasıyla sonuçlanan bir sürecin ürünüdür. Bu açıdan hız ile özdeşleşen dijitalleşmenin ise *fast food* sektörüyle uyumlu bir bütünlük gösterdiği belirtilebilir. Dijitalleşmenin altyapısı, “fast food”u daha çabuk hale getirmektedir.

Çocukluk ve gençlik döneminde belirli yiyecekleri yemenin yaş grubu odaklı bir kuşak bilinci oluşturduğu söylenebilir. “Bizim zamanımızda” şeklinde başlayan ve yemeğin konu edildiği cümleler, lezzet üzerinden bireysel ve kolektif bir deneyimin nasıl inşa edildiğini örneklemektedir. Aynı zamanda bu durumun son dönemdeki literatürde yemek nostaljisi, mutfak nostaljisi veya gastro-nostalji gibi kavramlar etrafında değerlendirildiği de belirtilebilir. (Holtzman, 2006; Özgüneş, 2020; Mandal ve diğerleri, 2021; Espinoza-Ortega, 2021).

Yemek, kişisel ve kolektif belleğin çekirdek kuvvetlerinden birisidir. “İdealize edilmiş bir geçmişe duyulan özlem” (Renko ve Bucar, 2014, s. 1674) olan nostaljinin yapısal alanı içerisinde yemek başlıca bir anımsatıcı öğedir. Nostaljinin psikolojik, sosyal ve kültürel yönü, yemek ile oluşan hatıraları da içermektedir. Bu açıdan tadı damağında bir geçmişin izleri büyük oranda aile ve çocukluk anıları içerisinde kümelenmektedir.

Geçmişseverliğin derin romantizmi arasında kendisine yer bulan yemek ve yemekle ilgili hatıralar, kolektif düzeyde kuşak kimliklerinin oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla yemek nostaljisi her kuşağın kendi döneminin bağlamsal şartları içerisinde deneyimlediği lezzet modelleri olarak görülebilir.

Kuşaklararasılık bağlamında yemeğe dair algılama ve davranış biçimleri değişkenlik göstermektedir. Kuşaklararası yiyecek seçiminde, yemek bilincince ve eğilimlerinde devirlere göre kaymalar oluşmaktadır. Espinoza-Ortega'ya (2021, s. 7) göre “eski nesillerde yemek nostaljisi geleneksel yiyeceklerle, kırsal bölgeyle, evde yemek pişirmeyle ve nesilden nesile kademeli olarak değişen aile bağıyla ilişkilendirilmesine karşılık genç nesillerde ise evden uzakta tüketimin yanı sıra üretim süreçlerinden kopuk sanayileşmiş yiyeceklerle bağlantılıdır”.

Başka bir ifadeyle bu denklem, eski kuşağın iyisi; yeni kuşağın eskisi (gereksizi ve kötüsü) şeklinde kurulmaktadır. Bu açıdan eski kuşakların geçmişi yüceltmelerine karşılık yeni kuşakların da geçmişe mesafeli durmaları hatta sırt çevirebilmeleri söz konusu olabilmektedir. İleri yaştaki (veya yaşlı) kuşaklar için o eski tatları bulamamak özlem dolu ama kayıp bir geçmişin göstergesiyken; yeni kuşakların lezzet haritasında uzak bir geçmişte iz sürmeye nadir rastlanmaktadır. Espinoza-Ortega'nın (2021, s. 7) vurgusuyla “yemek nostaljisindeki farklılıklar, akışkan moderniteye göredir”. Özetle her kuşak, kendi oluşumunun ekolojisi içinde yoğrulup şekil almaktadır.

Burada vurgulanması gereken ve bu çalışmanın da temel savlarından olan husus yukarıdaki diyalektiğin varsayımsal çizgisinin nesnel ve olumsuz tespitler yapılmasına engel oluşturmadığıdır. Başka bir ifadeyle geleneğin veya geleneğin ürünlerinin niteliğinin eksi (negatif) bir noktaya gittiğinin saptanması ve korumacı bir yaklaşımla eleştirel çözümlenmeler yapılması bütüncül bir bakış açısı geliştirmeye engel olarak görülmemelidir. Bu doğrultuda dijital kültürün geleneksel Türk yemek kültürü üzerindeki dönüştürücü etkileri de bu yaklaşımla irdelenmelidir.

Feldman ve Goodman'a (2021, s. 1229) göre “yemek ve dijital kültür arasındaki varoluşsal yakınlık göz ardı edilemez. Günümüzde dijital teknolojiler, üretimden tüketime, temsilden ve aradaki her şeye kadar yemeğin yaşam döngüsünün tamamını baştan sona etkilemektedir”. Bu doğrultuda dijitalleşmenin yemeği kapsayan boyutunun *dijital yemek kültürü/digital food culture* (Lewis, 2018, 2020; Lupton, 2018, 2020;

Feldman ve Goodman, 2021) kavramıyla son dönemdeki literatürde işaretlendiği tekrar aktarılabilir.

Dijital yemek kültürü -teknolojiden kültüre ve kültürden teknolojiye doğru bir çizgi içerisinde- insanların internet teknolojisini kullanarak ve bu evrende boy göstererek çevrimiçi alışveriş yapma, yemeğe farklı anlamlar yükleme, yaşam tarzlarını belgeleme veya deşifre etme, yemeği kimlik ve varlık göstergesi olarak kullanma, beslenme tercihlerini biçimlendirme ve yönlendirme, yemeğin bilgisine başvurma, sanal topluluklar oluşturma, dijital mutfak teknolojileriyle bütünleşme gibi faaliyetlerini kapsayan bir alandır.

Dijital yemek kültürü, özgün niteliklerinin yanı sıra yapısında geleneksel yemek kültüründen izler barındıran ve büyük oranda dijital iletişim teknolojilerinin biçimlendirdiği bir olgu olarak görülebilir. Dijital yemek kültürünün çoğunlukla hedef kitlesi veya karşılık bulduğu zemin dijital kuşaklar ve y kuşakları (sonra x kuşakları) olarak görülebilir. Bu noktada dijital teknolojik iletişimin ve buna bağlı kültürel değişimin kuşaklara yansımalarının genellikle sondan başa bir rota takip ettiği söylenebilir. Aslında “dijital göçmen, dijital yerli” (Prensky, 2001a, 2001b), “doğuştan dijital, dijital göçebe” (Palfrey ve Gasser, 2017) kavramlarının teorik zemininde dijital teknolojileri kullanım önceliği, sıklığı, profesyonelliği ve bunu sosyo-kültürel yaşamın geneline aktarış nitelikleri vardır. Bu açıdan dijital teknolojinin anlamlarının ve kullanımlarının kuşaklara göre değişkenler içerdiği gözlemlenebilir bir olgudur.

Dijital yemek kültürünü spesifik olarak bir kuşakla ilişkilendirme iddiasında olmasak da bu olgunun genellikle genç kuşakları kapsadığını ifade edebiliriz. Günümüzün artan teknolojik hızına ayak uydurmaya çalışan eski kuşakların da dijital kuşaklarla aynı nitelikte olmasa da dijital medyayı kullandıkları fark edilmektedir. Burada altının çizilmesi gereken husus ise dijital teknolojiyle doğmuş, sanal gerçeklikle yoğrulmuş, yüzü ileriye dönük, “sosyal medyada sosyalleşen, zaman ve emek gerektiren mesleklerden uzak, doğuştan tüketici, e-ticaret müşterisi ve obez vb.” (N. Özdemir, 2019, s. 136) z kuşağının, yaşam felsefesine bağlı olarak geleneksel yemek kültürüne olan bağında kopuklukların ortaya çıkmasıdır. Başka bir ifadeyle z kuşağının yaşamın yönünü tayin etme anlayışında geçmiş, belirsizlik odağı gibidir. Buna karşılık “bir taraftan geçmişe bağlı, diğer taraftan da idealize edilmiş hedeflere ulaşmak için çalışan, rekabetçi,



kanaatkâr ve kaygılı olanlar” (N. Özdemir, 2019, s. 145) çoğunlukla eski kuşaklardır. Dijital dünyayla uyumlu hale gelmek için çabalayan eski kuşaklar (dijital göçmen ve göçebeler) gerek duyduğu anlarda başını geriye çevirmektedir. Bireysel ve kolektif belleklerinin gelenekle inşa edildiği eski kuşaklar için geçmiş, hatırlama yoluyla çağrılmakta ve psikolojik bir rahatlama sağlanmaktadır. Onlar için kültürel bir miras ve hazine olan geçmiş, sığınılacak liman, özdeşleşme aracı, tatmin mekanizmasıdır.

Bu konuyu farklı bir pencereden genişletmek gerekirse eski kuşakların geçmişle olan kuvvetli bağında, içgüdüsel bir devamlılık görevinin açığa çıktığı düşünülebilir. Eski kuşakların bilinç dışında olan bu olgu, mirasa dayalı bir geçmiş modelinden payını alanların, sonraki kuşakların hisselerini iletmeye dayalı bir eğilim şeklinde kendisini gösterir. Bu davranış biçiminin zaman zaman bilinç alanına intikali de söz konusu olmaktadır. Aile kuşağı olarak çocuklarına, yerel veya ulusal grup üyesi olarak da sosyal ve kültürel çevrelere kültürel bir miras olan yemeğin aktarılma görevi bilinçdışı kodlanmaktadır. Eski kuşakların geleneksel değerlere dair kaygısının temelinde belki de bu içgüdü yatmaktadır.

Yine farklı bir görme biçimiyle çözümlenirse dijital yerlilerin/doğuştan dijitalerin yeni teknolojiyle şekil alması, teknolojik determinizme örnek olarak düşünülebilir. Çünkü bu kuşaklar üzerinde teknolojinin bariz, merkezi ve güçlü bir etkisi vardır. Dolayısıyla teknolojiden kültüre bir gidişat daha makul görünmektedir. Diğer taraftan dijital göçmen ve dijital göçebeler için kültürden teknolojiye bir rota daha rahat çizilebilir. Başka bir ifadeyle ikinci bakış açısı teknolojik determinizm dışına çıkılmasını savlamaktadır. Örneğin Facebook adlı platforma dijital göçmenlerin katılmasıyla bu sosyal medyanın çehresinin değiştiği, kullanım amacının genişlediği, dijital dünyanın özünde olmayan farklı dilsel ve görsel kodlamaların aktarıldığı tespit edilmektedir. Bununla birlikte gelenek kültürüne dair unsurların, dijital sisteme daha fazla dahil olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda dijital yemek kültürüyle ilgili tek merkezli bir yaratma kuramı çerçevesine konunun sıkıştırılmaması gerektiğini düşünmekle birlikte genç kuşakların geleneğe ve dolayısıyla geleneksel yemek kültürünün sürdürülebilirliğine karşı bilinçli veya bilinçsiz davranışlarının -büyük oranda- teknolojik bir belirlenimciliğe dayandırılabilceğini de ifade etmeliyiz.

Dijitalleşmeyi yaşamlarının merkezine oturtan ve dijital araçları varlık alanı olarak kullanan genç kuşakların büyük bir bölümü çevrimiçi yaşayan, görsel-görüntü kültür merkezli iletişim kuran, küresel iklimde soluyan, lezzeti geri plana atıp önceliği fotoğraf ve video ile belgelemeye veren, paylaşma kavramını farklı kodlayan, getir anlayışlı, hız tutkunu vb. insanlar olarak öne çıkmaktadır. Bu özelliklere sahip genç kuşakların geleneksel yemek kültürüne olan bağlarının güçlü olduğu ve bu konuda bir farkındalıklarının olduğu iddia edilemez. Geleneksel yemekler, aile içindeki eski kuşakların onlara dayatma yoluyla benimsetmeye çalıştıkları ürün pozisyonudur.

Yemeğin, eski ve yeni kuşaklar arasındaki çatışmaların merkezinde konumlanmasında öne çıkan faktörlerden birisi ise sağlık. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek, sağlık tedbirleri ve gerekçeleri üzerinden de kuşaklararası bir tartışma alanının açılmasına meydan veren bir önemdedir. Eski kuşakların -koruma kollama içgüdüleriyle- kendi çocukları dahil genç kuşaklara doğal ve sağlıklı olanı sunmaya çalışmalarına karşılık genç kuşakların da direnmeleriyle karşılaşılacak ve süregiden bir denklem yansımaktadır. Bu noktada “geleneksel yemeklerin pişirilmesinin bir komplikasyon (karmaşıklık) olarak algılandığı ve sanayileşmiş gıdaların bir refah hissi verdiği genç kuşaklarda artan sağlık sorunlarının baş gösterebileceğinin” (Espinoza-Ortega, 2021, s. 8) ön görülmesi dikkate değer bir konudur. Bu endişe ise geleneğin ve geleneğin ürününün sağlık sigortası kapsamındaki değerinin altını çizmektedir. Dijital yemek kültürü içerisinde genç kuşağın genel tutum ve davranışlarının tamamen bu doğrultuda olduğu söylenemez. Daha önceden de belirtildiği üzere yemek yapma amacının yanı sıra gelenekseli veya yöreseli aramak için dijital ortamlara başvurulduğu tekrar vurgulanabilir.

Dijital kültür çağında geleneksel yemek kültürü açısından kuşaklararasılığın ayırt edici yansımalarından birisi ise geleneksel yemek pişirme bilgisi üzerindeki başvuru merciinin değişmesi, dijitalleşmesi ve sanallaşmasıdır. Geleneksel bilgi, temel karakteri gereği önceki kuşaktan sonraki kuşağa doğru bir silsile içerisinde aktarılmaktadır. Geleneksel yemek bilgisi de bu düzlemde aile içerisindeki eğitim sisteminin ve işbölümünün bir yansıması olarak anneden kıza doğru bir yörünge üzerinde hareket etmektedir. Bu açıdan geleneksel yemek bilgisine sahip olan eski kuşaklar -genellikle- müracaat makamı olmaktadır. Örneğin -dijitalleşmeden önce- genç kızların yeni evlenip kendi ayakları üzerinde durmaya çalıştıkları bir evrede; bekar kızların ve erkeklerin ailesinden ayrı bir

şehirdeki üniversite yaşamında çoğu kez -yine bir teknolojik araç olan- telefon yoluyla eski kuşağa yemek pişirme bilgisi için başvurdukları bilinmektedir.

Dijital kültür çağında ise genç kuşaklar tarafından (büyük) annelerin rehberliğinin ötesinde (veya yerine) dijital ortamların yol göstericiliğinin tercih edilmesinin yaygınlaştığı belirtilebilir. YouTube üzerinden gerçekleştirilen sınırsız gönderiler arasında *nasıl yapılır* türünden videoların büyük bir bölümünün yemek pişirme bilgisi olması, bu dönüşümün teknik ve zihinsel altyapısını hazırlamaktadır. Başka bir ifadeyle bu sürecin öncesinde ve hazırlayıcısı olarak yazılı-basılı bağlamlardaki materyaller ve sonra elektronik bağlamlardaki sesli, sesli/görsel içeriklerin etkisi olsa da dijital kültür araçlarına erişebilirliğinin (zaman, para, içerik vb.) sınır tanımaması, kuşaklararası ilişkiler açısından daha belirleyici olmaktadır. Bu doğrultuda kuşaklararası ilişkiler yakınlaşma-uzaklaşma diyalektiğinin yabancılaşma bölümüne daha fazla yerleşmektedir.

Tartışılması gereken diğer bir konu ise geleneksel bilgi belleğinin kişisel boyutunun sürdürülebilirliğidir. Geleneksel bağlamlarda yaşam içinde eğitim ve katılım yoluyla edinilen geleneksel yemek pişirme bilgisinin sosyal ve kültürel boyutunun yanı sıra bireysel yaratıcılıkla çerçevelenen niteliği gözlerden kaçmamalıdır. Kolektif bellek önemli bir kültür mekanizması olmakla birlikte kişisel belleğin bir yansıması olan dokunuşlar da önemsenmelidir.<sup>163</sup> Örneğin genç bir kızın veya erkeğin annesinden öğreneceği yemek bilgisi, kültürel mirasın bir parçası olmasının yanı sıra kişisel deneyimin ve özgünlüğünün bir göstergesi olarak farklı benliklerde yaşatılmaya değerdir. Geleneksel bağlamlardaki eğitim sürecinde el almak tabirinin aslında bir karşılığı da budur. Ustanın izinden gidilir, onun ağacının uzayan dalları olunur; buna karşılık kişisel kimlik de inşa edilir.

Dijital yaşamın hızı ve iklimi içerisinde ise annelerin (yemek) bilgisinden genç kuşakların yeterince yararlanmadığı bir süreçten geçtiğimiz düşünülebilir. Dijital araçlara erişebilirlik, kişiye bağımlılığı hatta bağlılığı azaltmakta veya bazı açılardan kaldırmaktadır. Bununla birlikte dijital araçlar, (geleneksel) bilginin niteliğini önemsizleştirerek istenilen zamanda yararlanılacak alternatif bilgiler sağlamaktadır. Bu açıdan dijital ortamların yol göstericiliğiyle eski kuşağın rehberliğinden uzaklaşmaktadır.

---

<sup>163</sup> Kişisel belleği, kolektif bellekten tamamen ayırmadığımızın altını çiziyoruz.

Diğer taraftan -diyalektik olarak- sosyal medya hesaplarıyla yemek pişirme bilgisinin dijital ortamlara aktarılması geleneksel bilgi belleğinin dijital belleğe devri olarak görülebilir. Ayrıca dijital araçlar, yemek bilgisinin çeşitlenmesine ve yaratıcılıkların katlanmasına kapı aralamaktadır. Ama eski kuşakların dijital ortamlarda etkin olmadıkları göz önünde bulundurulduğunda kuşaklararası ilişkilerin biraz daha dar bir yaş aralığıyla temsil edildiği düşünülebilir.

Yukarıda çözümlenen konunun başka bir boyutu ise yemek yapmama üzerinden okunabilir. Başka bir ifadeyle yemek yapmama meselesinin kuşaklararası ilişkileri dönüştüren yolların yapıtaşlarını döşediği belirtilebilir. (Alpyıldız, 2022 s. 319). Dijital çağda çevrimiçi yemek/gıda alışverişlerinin genç kuşaklar üzerinde bir alışkanlık ve yaşam biçimi haline dönüşen tarafı, kuşaklararası ilişkiler yoluyla geleneksel bilgiye (veya geleneksel yemek bilgisine) ulaşamamasını ortaya çıkarmaktadır. Genç kuşaklar tarafından yiyeceğe çevrimiçi ulaşılması, yemeğin sürekli satın alınabilen bir nesneye indirgenmesiyle sonuçlanmaktadır. Bununla birlikte yemek, ailede anne veya aile dışında başkaları tarafından yapılan bir ürün olarak sosyal yaşamın sistemine kodlanmaktadır. “Yemeği üretmek, genç kuşaklar tarafından önceki kuşaklara bırakılmakta; önceki kuşakların sürekli görevleri arasında görülmekte (veya böyle bir beklenti içerisine girilmekte); her şeyden önemlisi de -aile çevresi dahil- önceki kuşaklar sonsuza kadar yaşayacak ve bu bilgiler de kendiliğinden aktarılacak şekilde sığ bir anlayış yerleşmektedir” (Alpyıldız, 2022, s. 320). Bu açıdan genç kuşaklar, geleneksel yemek/gıda bilgisine yönelik olarak ürünü kodlama, işaretleme ve ayırt etme gibi bilinçlilik halinden uzak bir düzleme yerleşmektedir. Medya yoluyla verili hatta manipülatif bir yapıyı sahiplenme, edilgen kimliklerin inşasına karşılık gelmektedir. Buna karşılık eski kuşaklar ise geleneksel ürünlerin kimliğinin saptanmasında doğrulama ve derecelendirme makamı olarak işlev görmektedir. Kuşaklararası ilişkiler aracılığıyla öğrenilen geleneksel bilginin önemi yine ortaya çıkmaktadır. Hatta bu konu gıda güvenliğinin veya kültürel güvenliğin de temelini oluşturmaktadır.

Diğer taraftan geleneksele yeniden dönüşün veya geleneğin yeniden keşfinin bir boyutu da bu konu üzerinden yorumlanabilir. Dijital çağda, geleneğe dönüşün sebeplerinden birisi yiyecek üretmeyen genç kuşakların, hasıl olan ihtiyacı temin için çare aramalarıdır. Bu noktada dijitalleşmenin dönüştürdüğü kültür yapısını tekrar kurmak için yine dijitale başvurulması söz konusudur. Talep edilen içerik, kuşaklararası ilişkiler yoluyla

gerçekleştirilemeyen gıda üretimin çevrimiçi sağlanmasını kapsamaktadır. Bu olgular ise geleneksel yemeklerin/yiyeceklerin fastfoodlaşmasının bir çıktısı olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Dijital çağda kuşaklararasılık bağlamında çözümlenecek diğer bir konu ise yemek/yiyecek üzerindeki anlam/anlamlandırma kalıplarının farklı yansımalarıdır. “Küresel görsel kültürün anlam kalıpları” (Özdemir, 2019, s. 133) içerisinde doğan veya bu yapıyı hızla benimseyip sosyo-kültürel yaşamlarının merkezine alan dijital kuşaklar ile yokluk gören, gıdayı nimet kabul eden, aç insanın halinden anlayan, çoğu zaman gizliliğin sınırlarında yaşayan önceki (veya eski) kuşaklar arasında belirgin farklılıklar görülmektedir. Genç kuşaklar tarafından sosyal medyada yemek fotoğrafları ve videolarının paylaşılması bu olgunun en somut göstergesidir. Gelenek kültürü açısından manevi kimliği güçlü tutulan yemek, dijital ortamlarda görsel kültür malzemesine dönüştürülmektedir.<sup>164</sup> Geleneksel yemek kültürünün kodları arasında yiyeceğin soğutulmaması, tadının muhafazası veya ağız tadıyla yemek için bir gereklilik olmasının yanı sıra yiyeceğe bir saygı göstergesidir. Dijital kültürün biçimlendirdiği yapıda ise yiyecek/yemek, genç kuşakların kadrajına giren estetik bir objedir. Kuşaklararasılık açısından bu durum bir çatışma örneğidir.

Yukarıda belirtilen olgular insanlık tarihinde gıda sembolizmine dair sınırsız genişliğin farklı türden göstergeleridir. R. Barthes’in (2013: 25) belirttiği gibi “ilk ihtiyaç olan gıda, insanların yaban yemişleriyle yaşamayı bıraktığından beri son derece yapılandırılmış bir nesne görünümündedir.”

Geleneksel ve dijital yemek kültürü ile kuşaklararasılık ilişkisinin yansımalarına dair çözümlemelere şöyle devam edilebilir:

Yeme içme türleri, kuşaklararası benzerliklerin ve farklılıkların karşılaştırılabildiği bir alandır. Çocukluk anılarının kümelenildiği bu alanın en renkli çıktısını ise atıştırmalıklar oluşturmaktadır. Atıştırmalıklar, ev yapımı ürün, sokak satıcılığı ve lezzetleri bağlamında gelenek kültürünün; fabrikasyon ürünler ve işlenmiş gıdalar açısından popüler kültürün çarkında dönen gıdalardır. Eski kuşakların belleğine kodlanmış geleneksel atıştırmalıklar ve bazı sokak satıcıları arasında salçalı ekmek, gazete külahında çekirdek, leblebi tozu,

<sup>164</sup> Ayrıca bu eğilimin, son dönemlerde genç kuşakları da aşarak orta yaş (y kuşağını) da içine alacak şekilde temsil edildiği görülmektedir.

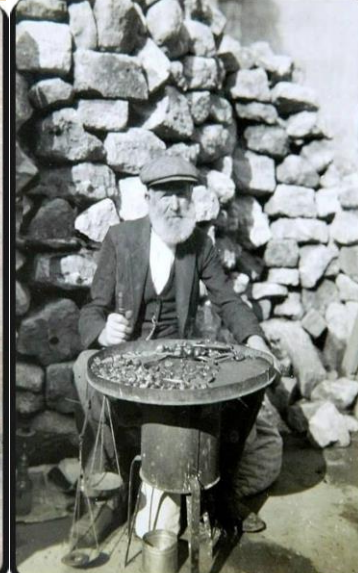
seyyar lahmacuncu, sokak dondurması, macun(cu), yoğurtçu, pamuk helva(cı), kâğıt helva(cı), nohutçu, şıracı, şerbetçi, mısırcı, sütçüler, bozacı, salepçi vb. öne çıkan örneklerdir. Şimdinin eski ve geçmişin küçük kuşakları olan kişiler, seyyar satıcıları görmüş ve onların lezzetlerini deneyimleme şansına erişmişlerdir. Bununla birlikte sokak satıcılarının meslek folkloru bağlamındaki çoğu sloganına ve figürüne dair gastronomikalik anıları oluşmuştur. Günümüzde çoğu mesleğin kaybolmasına ve diğer bazı etkenlere paralel olarak yukarıda sayılan örneklerin sayısının hızla azaldığı söylenebilir.

Bu noktada şu temel soru sorulabilir: Atıştırmalıklar örneğinden hareketle kuşaklararası farkın azalmasında ve büyümesinde hangi faktörler etkilidir? Bu sorunun yanıtı kültürel değişime sebep olan iç ve dış faktörler açısından uzunca verilebilir. Bunlar arasında sanayileşme, fabrikasyonlaşma, medya ve iletişim teknolojileri, ekonomik gerekçeler, kentleşme, göç, aile içi ilişkiler ve roller önemli sebepler arasında gösterilebilir. Başka bir ifadeyle kültürel değişimin hızını artıran faktörler kuşaklararası farkın da açılmasına sebep olabilmektedir. Günümüzde yakın kuşaklar arasında bile belirgin farkların olduğu gözlenmektedir. Geleneksel yemek kültürüne yönelik -yukarıdaki- temel çıktılar göz önünde bulundurulduğunda benzer lezzetleri tadabilen kuşakların arasında da farkın açıldığı belirtilebilir. Benzer geleneksel lezzetleri ve fabrikasyon ürünleri deneyimleyebilmenin birkaç kuşağı kapsayabilen boyutu daralmaktadır. Dijitalleşmenin bu konuda hangi yörüngeye oturtulabileceği zor bir sorudur. Fakat dijitalleşmenin hızlı yaşamı körüklediği hatta yeniden inşa ettiği; bu durumun da geleneksel yemek kültürünün bazı bileşenlerin daha hızlı dönüşmesine yol açtığı öne sürülebilir.

Diğer taraftan dijital kültür platformlarının kuşaklararası lezzet şahitliğinde göze çarpan temel işlevi ise gastronomikalik görsel içerikler düzenleyerek ve bunları paylaşarak lezzet belleğine gönderme yapmasıdır. Günümüzde *Onedio* ve *Yemek.com* gibi internet sitelerinde “bilin bakalım nedir, bunları yedik” şeklindeki etiketlerle eski kuşaklara hatırlatmalar yapılmakta; yeni kuşaklara da eski lezzetler tarihten bir yaprak koparılarak öğretilmektedir. Bu sayfaların yöneticilerinin ve içerik düzenleyicilerinin -dijital araçları etkin kullanabilme ve bu lezzetleri deneyimleyebilme faktörleri açısından- y kuşağına mensup kişiler olabileceği düşünülebilir. Bu açıdan dijital araçlarda salçalı ekmekle büyüyen kuşaktan, fastfood kuşağına panoramalar sergilenmektedir. Aşağıda yer verilen



örnekler eski kuşağın yeni kuşaklara dijital bir albüm içerisinde gösterdikleri yemek/yiyecek merkezli çocukluk hatıralarıdır.





**Foto 16: Eski Sokak Satıcıları ve Lezzetleri**

**Yukarıdan aşağı ve soldan sağa**

**Leblebici (URL46), Aşureci (URL47), Simitçi (URL48), Limonatacı (URL49), Kestaneci (URL50), Yoğurtçu (URL51), Şıracı (URL52), Helvacı (URL53), Lahmacuncu (URL454), Turşucu (URL55), Kağıt Helvacı (URL56), Macun (URL57).**



### 3.3.3. Geleneğin Yeniden Keşfi ve Geleneksel Ürün Ticareti

Eric Hobsbawm tarafından sosyal bilimler literatürüne kazandırılan *geleneğin icadı* kavramı, birçok geleneğin uzak tarihi bir sürecin ürününden ziyade yakın ve belirlenebilir bir zaman dilimi içerisinde oluşturulduğu fikri üzerine inşa edilmiştir. Hobsbawm ve T. Ranger (2006), geleneğin icadına veya icat edilmiş geleneklere ilişkin dikkat çeken çalışmalarında kraliyet törenlerinin ve diğer pek çok ritüelin, miras kalmaktan ziyade aktif olarak icat edildiğini belirtmişlerdir. İnşa edilen gelenek kavramı, “milliyetçilik, etnogenezi ve halk davranışı dahil olmak üzere tarihsel süreçler hakkındaki düşünceleri derinden etkilemiştir” (Tuleja, 1997, s. 466). Geleneğin icadı kavramı doğrultusunda konunun işlenebileceği başka bir kavram ise geleneğin (yeniden) keşfidir.

#### 3.3.3.1. Yemeğin Yeniden Keşfinin Boyutları

Geleneğin (yeniden) keşfinin veya icadının çatısı altına giren alanlardan birisi de yemek kültürüdür. Bu noktada gelenek kültürünün önemli bir parçası olarak yemeğin, geleneklerin keşfinde-icadında doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki cephesinin bulunduğu söylenebilir. Sosyal, kültürel ve ekonomik yaşam içerisindeki birçok tören/toplantı/festival/etkinlik, yemeğin dolaylı ama etkin olarak yer bulduğu yapılardır. Buna karşılık bu çalışmada altını çizeceğimiz ve çözümleyeceğimiz asıl husus ise yemeğin -merkezi bir unsur olarak- nasıl (yeniden) keşfedilebildiği ve icat edilebildiği üzerine düşünceler ve örneklerdir. Bu açıdan yemeğin yeniden keşfinin veya icadının nasıl sağlandığı, ne anlama geldiği ve boyutlarının neler olduğu şöyle çözümlenebilir:

Geleneksel yemek kültürünün yeniden keşfine veya icadına dair literatürün hareket noktasında kültürel miras kavramına dair bakış açısının değiştirildiği çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bu noktada B. Kirshenblatt-Gimblett’in (1995) folklor ve gelenek ilişkisine dair eleştirel bir çalışmada ileri sürdüğü miras teorisi pek çok araştırmacının referansları arasında en dikkat çekenidir. Kirshenblatt-Gimblett, *Theorizing Heritage* (1995, s. 369) adlı çalışmada kültürel mirasa dair düşüncelerini beş önermeye ayırarak şu şekilde ifade etmektedir:

- (1) Miras, geçmişe başvurarak şimdiki zamanda bir kültürel üretim tarzıdır; (2) Miras, “katma değerli” bir endüstridir; (3) Miras, ihracat için yereli üretir; (4) Mirasın ayırt edici özelliği, nesnelere aracılığıyla sorunlu ilişkisidir ve (5) Mirasın anahtarı, gerçekliklerin varlığında veya yokluğunda, onun sanallığıdır.

Kirshenblatt-Gimblett (2004) başka bir çalışmasında ise mirasın sosyal bir süreç ve metakültürel bir işlemin sonucu olduğunu vurgulamaktadır. Bu çalışmalarda Kirshenblatt-Gimblett kültürel mirasın üretilebilir, inşa edilebilir hatta icat edilebilir bir unsur olduğunu savlamaktadır. Miras endüstrisi doğrultusunda metalaştırmak, müzeleştirmek ve ticarileştirmek bu olgunun temel çıktıları arasında kabul edilmektedir.

Miras ve gelenek kavramlarının diyalektiği içerisinde benzer işlevlerin varlığı, bu iki kavramı bazı koşullarda aynı çatıya almaktadır. Başka bir ifadeyle miras kavramına bakış, gelenek olgusuna dair yaklaşımların da hareket noktasını oluşturabilmektedir. Bu doğrultuda geleneksel yemek kültürünün inşa ve icat edilebilirliği metakültürel bir formülasyonun arasında konumlandırılmaktadır. Yiyeceklerin geleneksel karakteri ise miras endüstrisinin çarkları arasında döndürülmektedir. Guntra A. Aistara'ya (2014, s. 7) göre “yiyecikleri kültürel miras olarak veya yiyeciklerin özgünlüğünü koruma girişimleri, çoğu zaman onun özelleştirilmesi, şeyleştirilmesi ve standartlaştırılmasıyla (essentialization, reification and standardization) sonuçlanmaktadır”.

M. Tauschek (2011, s. 56) geleneğin icadına ilişkin şunları belirtmektedir:

Metakültürel mekanizmalar aracılığıyla üretilen refleksif yönler, yeniden habitus haline gelebilir ve bunun tersi de mümkündür. Gelenek kültürünün bir süreç olarak icadından beri bu böyledir. Dönüşlü (reflexive) gelenekler sürekli olarak akış içindedir ve sürekli olarak yeniden düzenlenen alışılmış öğelerin yanı sıra dönüşlü öğeleri içerir.

Bu bağlamda tarihi ve coğrafi bir kökene dayandırılan, belirli bir sosyal grubun kolektif ve otantik malı olduğu düşünülen mutfak uygulamalarının çoğunun, diğer insanlarla ve farklı yerlerle karmaşık bağlantıların ve karşılıklı ilişkilerin ürünü olabileceği (Jackson, 2014, s. 79) yemeğin (yeniden) icadının temel yaklaşımını oluşturmaktadır. Peter Jackson<sup>165</sup> tarafından işaret edildiği üzere insan yaşamında diğer kültürel uygulamalara paralel olarak “mutfak-yemek kültürlerinin de tesadüfen ortaya çıkmaktan veya geçmişten pasif bir şekilde miras kalmaktan ziyade belirli sosyal güçler aracılığıyla şekillendirildiği” bu konuda temel bir kanıdır. Bu açıdan “yeniden icat kavramı genellikle yeni olması gerekmeyen, çoğu kez farklı bir şeyin yaratılmasıyla ilişkilendirilen, basit bir değişim biçimi olarak kabul edilmektedir” (Caldwell, 2014, s. IV).

<sup>165</sup> Coğrafya Profesörü ve Sheffield Üniversitesi Sürdürülebilir Gıda Enstitüsü'nün Eş-Direktörü.

Yemeğin yeniden icadının teorik temelleri arasında kaynak alınan başka bir yaklaşım ise Levi-Strauss'un (1966/1994) mitolojik düşüncenin karakteristik kalıplarını tanımlamak için kullandığı ve genel olarak eldeki her şeyi kullanabilme ve onları yeni bir şey yaratmak için yeniden birleştirme becerisi olarak tanımlanabilecek “*brikolaj*”dır (*yaptakçılık*). Bu bağlamda yemeğin yeniden icadı “üreticiler ve tüketicilerin değişim zamanlarında ürünlerini ve geçim kaynaklarını korumak, yeniden tanımlamak ve geçmişin karmaşık kültürel hatıralarını müzakere etmek için yenilikçi çabalarını temsil eden maddi ve sembolik bir brikolaj” (Aistara, 2014, s. 7) olarak yapılandırılmaktadır.

Yemeğin yeniden icadının geçmişten gelen yemeklerin ve mutfak tekniklerinin yeniden canlandırılmasında olduğu gibi yeniden keşif anlamına geldiği belirtilmektedir. Bunun yanı sıra yeni siyaset, mevzuat ve piyasa rejimleri altında sürdürülebilir kalabilmeleri için yiyecek üretiminin temellerini yenilemek veya tanıdık yöntem ve tarzları desteklemek şeklinde anlaşılmaktadır. Bu bağlamda yeniden icadın, “şeyleri nevi şahsına münhasır olarak yeniden yaratmaktan ziyade duyulara ve uygulamalara tanıdık veya tuhaf (egzotik) yeni bir biçim ve anlam kazandırdığı” (Grasseni, vd. 2014, s. 1) belirtilmektedir.

Yiyeceklerin, icat edilmiş gelenekler ve metakültürel miras olarak işaretlenmesinde bazı unsurlar şu şekilde sıralanabilir: (1) “yerel, bölgesel-coğrafi, ulusal ve uluslararası ölçeklerde kimlik iddiaları yaratmak için gıdanın/yiyeceğin nasıl yetiştirildiği, hazırlandığı ve tüketildiği; (2) toplulukların ekonomik, sosyal ve kültürel olarak canlandırılması için yemek merkezli geleneklerin nasıl icat edildiği; (3) küresel gıda endüstrisinin belirli gıdaları tüketme deneyimini ve beslenme kültürünün imgelerini nasıl homojenleştirdiği, klişeleştirdiği ve McDonaldlaştırdığı” (Di Giovine ve Brulotte, 2016, s. 2).

Konuyu birinci madde kapsamına giren bir örnekle somutlaştırmak gerekirse bu çalışmanın önceki bölümünde (3.3.1.) ele alındığı üzere belirli bir coğrafyaya ait bitki ve hayvan genetik kaynakları ile -insan topluluklarının geleneksel ekolojik bilgisine dayalı olarak oluşturduğu yaşam tarzının bir ürünü olan- geleneksel yemek kültürlerinin ayrılmaz bir bütün olarak görüldüğü anlayış, Amerikancı bir yaklaşımla icat edilmiş bir geleneğin ürünü olarak kabul görmektedir. Başka bir ifadeyle coğrafi faktörün, ürünün kalitesi ve lezzetinin derecelendirilmesinde başlıca bir ölçek olduğuna dair temel düşünce, Avrupa merkezli bir ulusçuluk hareketinin tarihi-coğrafi metotları arasına

konumlandırılmakta ve kültürel ekonomik değerin ifadesi olarak karşılık bulmaktadır. Bu doğrultuda en dikkat çekici örnek İtalyan mutfağı için belirleyici konumda olan domatesin (ve İrlanda mutfağı için de patatesin) aslında Avrupa'nın sömürge genişlemesi sırasında tanıtılan Yeni Dünya bileşenleri olarak gösterilmesidir. Yine diğer bir örnek ise Fransa'nın Champagne bölgesinde üretil(e)meyen benzer yapıdaki şarapların “şampanya” olarak adlandırılmamasıdır. İtalya'da bu şaraba prosecco veya daha genel olarak spumante, Kaliforniya'da ise “köpüklü şarap” denilmektedir. (Di Giovine ve Brulotte, 2016; Ascione, 2018). Bu bağlamda icat edilmiş bir geleneğin ürününe evrilebilen yiyeceklerin ve içeceklerin siyasi, kültürel, ekonomik bir varlık ve kontrol mekanizmasının parçası olduğu ileri sürülmektedir.

Günümüzde yukarıdaki birinci madde [*yerel, bölgesel-coğrafi, ulusal ve uluslararası ölçeklerde kimlik iddiaları yaratmak için gıdanın/yiyeceğin nasıl yetiştirildiği, hazırlandığı ve tüketildiği*] hatta ikinci madde [*toplulukların ekonomik, sosyal ve kültürel olarak canlandırılması için yemek merkezli geleneklerin nasıl icat edildiği*] kapsamında değerlendirilebilecek güncel ve yakın dönem gelişmeler arasında Somut Olmayan Kültürel Miras, Coğrafi İşaretler, Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gastronomi Kentleri, Mutfak (Gastronomi) Turizmi, Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketleri, Yöresel Ürün Fuarları/Şenlikleri vb. örnekler sıralanabilir. Adı geçen programlar ve faaliyetler, kendi içinde çeşitli amaçlara ve uygulama biçimlerine sahip olsa da yemeğin/gıdanın yeniden icadı ve keşfi noktasında temel bir yapıdadır.

Yemeğin yeniden icadında belirleyici faktörlerden bir diğeri ise göç olgusudur. İnsanlığın farklı gruplar halinde göç etmesi, çeşitli kültürlerle karşılaşması ve kaynaşması ya da gittikleri coğrafyada yemek üzerinden kimliklerini korumak istemeleri, yemeğin inşa ve icat edilebilirlik potansiyelini yansıtmaktadır. Bu olgular, “yiyeceklerin orijinal ortamlarının dışında yeniden üretilebileceğini” (Di Giovine ve Brulotte, 2016, s. 8) ve farklı kodlamalara kapılar açabileceğini göstermektedir. İcat edilmiş gelenekler perspektifinden bu tür yaklaşımlar çevresel koşulların belirleyiciliğini en aza indirerek sosyal ve kültürel koşulların hakimiyetini tesis etmeye odaklanmaktadır.

Yemeğin yeniden icadı ve keşfi, insan kültürünün A'dan Z'ye her basamağıyla ilişkilendirilebilecek müstakil araştırma konuları taşımaktadır. Genel olarak eski yazılı

tariflerin günümüze uyarlanmasında<sup>166</sup> (güncellenmesinde), biyoçeşitliliğin korumasına yönelik gıda politikalarında, kent markasının yaratılmasında ve kentte (ya da yerel) sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında, gastro-turizmin merkezinde, geleneksel veya alternatif tıp yöntemlerinde, sağlıklı ve doğal beslenme arayışlarında (tercihlerinde), toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden düzenlenmesinde bu yaklaşımın etkin olduğu belirtilebilir.

### **3.3.3.2. Dijital Çağda Yemeğin Yeniden Keşfinin Temel Dinamikleri ve Göstergeleri**

Yemeğin yeniden keşfini (veya icadını) çerçeveleyen olgulardan birisi ise dijitalleşme veya dijital kültürdür. Başka bir deyişle dijital kültür çağında dijital platformlar içerisinde geleneksel Türk yemek kültürünün yeniden keşfinin nasıl gerçekleştirildiği önem oluşturmaktadır. Dijital kültürün yapı taşları arasında konumlanan geleneksel-yöresel yemeğin yeniden icadı ve keşfinde, geleneksel ürünler ve geleneksel ürün satıcılarının belirgin işlevleri karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda tekrar şu sorular sorulabilir:

Geleneksel Türk yemek kültürü bağlamında dijital çağda geleneksele/yöresele nasıl bir dönüş gerçekleştirilmektedir? Bu konudaki gerekçeler nelerdir? Organik ürün nasıl tanımlanabilir ve organik ürünlere hangi yollarla ulaşılabilir? Yöresel etiketlemesiyle sosyal medya yoluyla pazarlanan ürünlerin gerçek niteliği nedir? Geleneksel olan ya da olmayan ürünlerin dijital vitrine konulmasında kullanılan yöntemler nelerdir ve bu örnekler nasıl çözümlenebilir?

Geleneklerin yeniden icadına dair sürekliliğin başka bir dinamiği ise medya ve iletişim teknolojileridir. Yaşanılan çağda dijital kültür araçları, “kasıtlı işçiliğin bir sonucu” (Oring, 2013, s. 38) olduğu ileri sürülen icat edilmiş gelenekler yaklaşımında temel bir zemin ve faildir. Başka bir ifadeyle dijital araçlar, icat edilmiş gelenekler zincirinin yeni bir halkasıdır. Yeniden icat, medya bağlamında “sosyal ve politik seçkinler tarafından yukarıdan aşağıya doğru düzenlenen bir proje olsa da” (Jackson, 2014, s. 79) daha önce belirtildiği gibi web. 2.0 teknolojisinin sıradan katılımcıların rolünü artırması ve onları içerik üretebilecek bir seviyeye çıkarmasıyla yön değiştirmektedir. Bu noktada ayrıca “nesli tükenmekte olan bir mirasın son garantörleri” (Billiard, 2017, s. 48) olarak tanımlanan yerel üreticiler ile alıcılar (tüketiciler) arasındaki coğrafi mesafenin azalması

<sup>166</sup> Zamani deneyimleme olarak önceki bölümde işlenmiştir.

söz konusu olmaktadır. Dijital medya ve iletişim teknolojileri ile bu yapıya göre konumlanan ulaşım sektörleri (ve ilgili sektörler), çeşitli geleneksel yemekler veya yöresel gıdaların pazarlanmasına ve deneyimlenmesine zemin oluşturmaktadır. Bu bağlamda “yeniden icat edilmiş gıdaların yeniden icat edilmiş pazarlar gerektirdiği” (Grasseni, vd. 2014, s. 2) belirtilmektedir. Günümüzde dijital ortamlar/platformlar ise yeniden icat edilmiş gıdaların, yeniden icat edilmiş pazarlarıdır.

Yukarıdaki sorulara dönecek olursak yemeğin yeniden icadı ve keşfi bağlamında dijital çağda geleneksel/yöresel ürünlere nasıl bir dönüş gerçekleştirildiği ve bu olgunun hangi gerekçelere dayandığı (satıcılar ve alıcılar cephesinden karşılaştırmalı olarak) şöyle çözümlenebilir:

İlk olarak bu olgunun merkezinde yer alan başlıca faktörlerden birisi “endüstriyel gıda sistemlerine karşı bir protestoyu ve alternatif bir yolu temsil eden” (Aistara, 2014, s. 7) doğal ve sağlıklı beslenme anlayışı ve arayışıdır. Geleneksel (ekolojik) bilgi temelinde yiyerek sağlıklı kalmanın bilinmesine karşılık gıda teknolojisiyle kalitesi bozulan ürünlerin/gıdaların insanların boğazından çok fazla girmesiyle çeşitli hastalıkların son dönemlerde hızlı yayılması arasında güçlü bir bağlantı vardır.

İnsanların bu sürece yönelik farkındalıklarının oluşmasıyla ve çeşitli arayışlara girmeleriyle gıda sektörünün, içeriğiyle çok fazla oynanmış (veya taklit ve tağşiş yapılmış) endüstriyel ürünlerinin *geleneksel, doğal, köy ürünü, organik, katkısız, koruyucusuz vb.* etiketlerle öne çıkarıldığı bir dönem yaşanmıştır/yaşanmaktadır. N. Özdemir’e (2018a, s. 12) göre “geleneksel ürünlerin ötelendiği ilk dönemdeki sanayi ürünü gıdanın değerinin son dönemde gelenekle korunmaya çalışılması dikkat çekicidir”. Bu durum, geleneğin yeniden keşfine karşı bir konumlanma ve gelenek maskesi takmadır. Başka bir deyişle -gıda üzerinden- yeniden icadın bir örneğidir. Bu bağlamda başlangıçta ve uzun bir dönem boyunca endüstriyel gıdalar lehine sonuçlanan geleneğin ürününün ötelendiği ve kötülendiği tutumların, geleneksel ve yöresel gıdaların yeniden keşfiyle kabuk değiştirdiği söylenebilir.

Dijital kültür çağında yukarıda bahsedilen olgunun merkezlerinden birisi ise dijital kültür araçlarıdır. Yöresel gıdaların -sağlık temelli- yeniden keşfi, endüstriyel kuruluşların yanı sıra küçük yerel üreticiler açısından da kültürel ekonomik bir pazar yaratmaktadır. Bu potansiyel, yerel üreticiler tarafından keşfedilerek kültür ekonomisinin çarklarında

değerlendirilmektedir. Bu doğrultudaki pazarlama yöntemlerine şu şekilde örnek verilebilir:



Foto 17: Yöresel Ürünleri Sağlık Temaları ve İçerikleriyle İşaretleyen Sosyal Medya Paylaşımları<sup>167</sup>

Geleneksel-yöresel ürün satıcıları, ürünlerin nasıl yapıldığına dair çeşitli sunumlarla (hikayeler, reels videolar, canlı yayınlar, yazılı içerikler vb.) alıcı kitlenin hassasiyetlerini gidermeye çalışmaktadır. Bu paylaşımlar alıcılar tarafından izlenerek ürünlerin doğallığı ve sağlıklı oluşu derecelendirilmektedir. Bu açıdan dijital ortamların, geleneksel gıdanın/ürünün yeniden keşfinde farkındalık yaratan bir işlev gördüğü belirtilebilir. Başka bir deyişle dijital ortamlar, alıcıların/tüketicilerin -sağlık temelli- duyarlılığına yanıtlar vermekte ve bu konuda geleneksel/yöresel gıdaları merkezine yerleştirmektedir. Dolayısıyla geleneksel yiyeceğin kimliği açısından bireysel ve kolektif belleğe kodlanan temel ölçülerden birisi sağlık olarak öne çıkmaktadır.

Geleneksel ürünün icadında, keşfinde ve derecelendirilmesinde sağlık unsuruna paralel olarak vitrine çıkarılan başka bir kavram ise organik niteliğidir. Temel olarak organik olma sağlıklı olmanın kaynağıdır; sağlıklı olmak ise organik olanın sonucudur. Bu açıdan organik gıda, “sentetik gübreler veya böcek ilaçları uygulanmadan ve genetiği değiştirilmiş organizmalar kullanılmadan yetiştirilen ürünleri veya canlı hayvanları ifade

<sup>167</sup> (Soldan birinci ve ikinci fotoğraf *Yöresel Gıda Pazarı'nın (Nazlı Köy Ürünler/Sevgülden Tatlar)* Instagram'da hikayelere ait ekran görüntüleri. Sağdaki *Seboşun Gelenekselkoyurunleri* sayfasından bir görüntü).

eden” (Valenzuela, 2003, s. 20) bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle organik, üretim niteliğini ve yöntemlerini kapsayan (veya buna atıf yapılan) bir kavramdır. Bu sürecin, ürünün organik niteliğini alabilmesinin üretim modelinden kaynaklı olarak ulusal organik tarım yasaları ve uluslararası standartlara göre biçimlendirilen sertifikasyon süreçlerine bağlı olduğu vurgulanabilir. Bununla birlikte organik tarıma ve üretime geçen veya geçmeye çalışan geleneksel çiftçilerin üretim yaptıkları alan/arazi arttıkça toprak verimliliğini sağlama-sürdürme veya haşere salgınlarıyla baş edebilme gibi sorunların organik tekniklerle yönetilmesinin daha zor hale geldiği de belirtilmektedir. (Valenzuela, 2003, s. 23). Bu zorluklara paralel olarak “tarım alanlarında dünyanın %2’sinde, Türkiye’nin ise %3’ünde organik tarım yapıldığı kaydedilmektedir. (Özdemir, 2022b, s. 22). Dolayısıyla organik tarım, biyolojik tarım, ekolojik tarım ve doğal tarım kavramlarıyla öne çıkarılan faaliyetlerin ve gelişigüzel etiketlenen ürünlerin birçoğunun temel niteliği sorgulamaya açıktır. Bu alanda bir kavram kargaşasının, aldatma ve aldanmalar zincirinin olduğu da belirtilebilir. Bu bağlamda internet dünyasında “kentli ve yerel kökenli pek çok sitede doğal, organik, glütensiz, sağlıklı, sertifikalı, fermente, el yapımı, organik, saf, bitkisel, taze, fonksiyonel, vegan, katkısız, koruyucusuz, mevsimlik, ilaçsız, geleneksel vb.” (Özdemir, 2022b, s. 22) etiketlerle pek çok ürünün satıldığı görülmektedir. Bununla birlikte Türkiye’de büyük gıda firmalarının da benzer ibarelerle ürünleri satışa çıkardıkları belirtilebilir. (Örneğin organik tarım sertifikalı *Pınar* uzun ömürlü organik (!) süt vb.)

Organik ibaresi, amatör-profesyonel, bireysel ve kurumsal olarak gıdanın yeniden icadında bir pazarlama stratejisidir. Organik üretimin, yasal zorlukların yanı sıra çevresel ve diğer koşullara bağlı olarak gerçekleştirilebilirliğinin ve sürdürülebilirliğinin önündeki engellerin çoğalmasından seri bir organik üretim modelini sektöre uğratmaktadır. Bu bağlamda organik ibaresinin kullanışı üçe ayrılabilir. Birincisi gıda kandırmacası olarak; ikincisi aslında daha az katkılı olan içeriğe sahip olarak; üçüncüsü de gerçekten organik nitelikleri taşımak şeklinde çerçevelendirilebilir. Başka bir ifadeyle organik iddiasında olan çoğu ürünün aslında belirli ölçülerde katkılar taşıdığı söylenebilir. Yaşanılan çağın çevresel ve ekonomik koşulları altında %100 doğallığın hem gerçekleştirilip hem de yurt çapında sürdürülebilir bir ticari faaliyet biçimini alacak şekilde genişletilmesinin zor olacağı akla yatkın bir durumdur. Bunun da ötesinde ata tohumunun kaybedildiği veya



kullanılmadığı bir ürünün organik olma derecesi de sorgulanabilir. Dolayısıyla çoğu organik ürün, aslında organige en yakın üründür.

Üretim tekniklerine yönelik pazarlama stratejileri, gıdanın yeniden icadı kapsamındadır. Bunların başında ürünün doğal, yöresel ve organik niteliğine ilişkin üretim bağlamının (tarla, bahçe, mutfak) tüketicilere yansıtılması gelmektedir. Bu tekniği en çok kullananlar ise sosyal medya hesaplarına sahip olan geleneksel/yöresel ürün satıcılarıdır. İnternet adreslerinden ziyade sosyal medya araçlarının bu konuda kullanılabilirliği de bunda önemli bir etkidir. Bu doğrultuda salçanın nasıl üretildiğine yönelik süreç başa alınarak tarladaki domateslerin yakın çekime alındığı; salamura yapraklara dikkat çekmek için yörenin üzüm bağlarına ziyaretlerin gerçekleştirildiği vb. örneklerin yaygın olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle sosyal medyada gıdanın yeniden icadı ve keşfi bağlamında tarladan mutfağa kesitler verilmektedir. Geleneksel ürün satıcıları burada geleneksel bağlamda insanların *görerek alma* alışkanlığını kültürel bir doku analiziyle keşfederek yeniden kodlamaktadır.

Diğer taraftan dijital bağlamlarda veya bu platformlar aracılığıyla oluşan geleneksel/yöresel ürün piyasasında üretimin işaretlenmesine yönelik pazarlama stratejilerinin bir bölümünün ise bir çeşit televizyon reklamı haline geldiği eleştirisi yapılabilir. Bir ürünün içine konulan malzeme miktarlarının ekonomik gerekçeler (sermaye) gözetilmeden ve gıdanın içeriğinin makul ölçüsü/kararı bağlamında abartıldığı örneklere rastlanmaktadır. Bu tür video paylaşımları, gıdanın yeniden icadı kapsamında tüketici avlama yöntemleri içinde görülebilir.

Geleneksel ürün satıcılarının kendi sloganlarına, reklamlarına, logolarına sahip olmaya başlamaları ele alınabilecek başka bir konudur. Burada dikkat çekici noktalardan birisi ise dijital ortamlarda “yerel aktörlerin geleneksel ürün ticareti aracılığıyla geleneksel (ekolojik) bilginin markalaşmasıdır” (Özdemir, 2022, s. 38).<sup>168</sup> Bu olguda altı çizilmesi gereken nokta yöresel ürünü ortaya çıkaran geleneksel ekolojik bilgi (geleneksel yemek bilgisi) ve bu belleğe sahip insan faktörü olduğu için ürünün doğal olarak markalaşmasının ötesinde bir bakış açısının geliştirilmesi gerektiğidir. Dolayısıyla çevrimiçi alışverişler yoluyla yöresel ürünlerin pazarlanması ve bu faaliyetin yaygınlaşması, satıcıların kendi markalarını oluşturmalarının yanı sıra geleneksel yemek

<sup>168</sup> Dijital Ortamlarda Yöresel Unsurların Markalaşması bağlamında ayrıca bakınız: Balcı, 2020.

bilgisinin kültürel ekonomik bir marka haline gelmeye başladığın göstergeleridir. Bu bağlamda gelenek kültürünün ekonomik değerinin belirginleşmeye ve boyutunun katlanmaya başlamasında dijital kültür çağının medya araçlarının baskın bir etkisinden söz edilebilir.



Foto 18: Yöreden Mutfağa/Kadir Çakır Markalı Geleneksel Yemek Paketlerinden Örnekler (URL58).

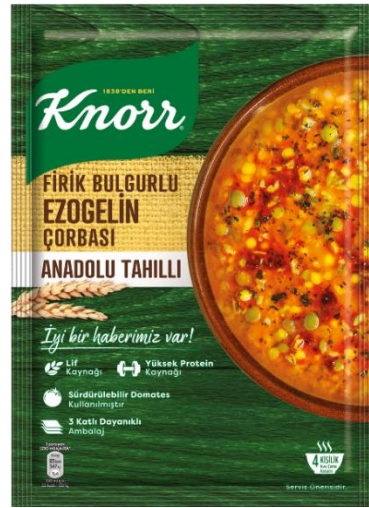


Foto 19: Seboş'tan Markalı Yöresel Yiyecek Paketlerinden Örnekler (URL59)

Geleneksel ürün satıcılarının ve ürünlerinin markalaşmasına ilişkin başka bir önemli çıktı ise mobil uygulamalar oluşturmaya başlamalarıdır. Genel olarak iletişim, e-ticaret ağını genişletme, tüketiciye daha kolay ve hızlı ulaşabilme gibi işlevler sağlayan mobil uygulamaların en çok bankacılık işlemlerinin yanı sıra sosyal ağ, eğlence, oyun, spor, eğitim, haber, müzik gibi faaliyetler için indirilip kullanıldığı bilinmektedir. Buna karşılık geleneksel ürün satıcılarının mobil uygulamalar yoluyla faaliyette bulunması ise dijital çağa eklemlenme açısından kayda değerdir. Geleneksel ürün satıcıları, *Google Play Store* üzerindeki bu yazılımlarla geleneğin ürününün satışı için sanal-dijital dükkân açmaktadır.

Başka bir ifadeyle bu örnekler, geleneksel gıdaların sanal-dijital olarak pazarlanabilirliğinin boyutlarını çeşitlendirmektedir.

Bu süreçte N. Özdemir'e (2018b, s. 229) göre “e-yemek sektörü kapsamında yöresel mutfak geleneği fastfoodlaştırılırken küresel fastfood yiyecekler gelenekselleştirilerek yerelleştirmekte, bazen de füzyon ürünler ortaya çıkarılmaktadır.<sup>169</sup> Başka bir yorumla fastfoodlaştırılan ve füzyonlaştırılan geleneksel (veya yöresel) yemekler/yiyecekler, yeniden icadının başka bir çıktısı olmaktadır. Bu noktada yeniden icat yöntemiyle yöresel yiyecekler, hazır gıda kategorisi (salamura yapraklar, sebze konserveleri, çorbalar, reçeller, turşular vb.) içine alınmaktadır.



**Foto 20:** (Solda) Instagram’da 306 Bin Takipçiye Sahip *Fatma’nın Bahçesi* (*Fatma Sezgin Daşkan*) Adlı Sayfanın Hikâye Paylaşımı

**Foto 21:** (Sağda) *Knorr* Adlı Uluslararası Gıda Firmasının Hazır ve Hızlı Tüketim Ürünü Olan *Ezo Gelin Çorbası* (URL60).

Yukarıdaki iki örnek üzerinden pek çok çözümlene yapılabilecek olsa da ele aldığımız konu bağlamında üzerinde durulması gereken nokta geleneksel lezzetleri hazır gıda sınıfına dahil etme girişimleridir. (Bu olgunun dijital kültür ortamlarında başlamadığının da vurgulanması gerekmektedir). Dijital kültür ortamlarında geleneksel bir yemek/gıda üreticisi-satıcısı tarafından *Ezo Gelin* çorbasının “pratik çorbalar” kategorisine alınmasının şekil olarak diğer örnekten farklı bulunmamaktadır. Her iki girişim, bu çorba için ön hazırlık safhasının zahmet çekmeden aşılacağını annelerin zihnine çeşitli gösterge dizgeleriyle kodlamaktadır. İnternette geleneksel ürün satıcısına ait olan soldaki örnek

<sup>169</sup> Küreselleşme, küyerelleşme, melezleşme bağlamında bu konu ilerleyen başlıklarda çözümlenecektir.

doğal, sağlıklı ve yöresel olduğu bilinen bir kimliğinin üzerine pratik çekiciliğe dayalı reklamını inşa etmektedir. Knorr'un ambalajı ise geleneksel temaları öne çıkararak içindekiler bölümündeki koruyucular, renklendiriciler, aroma artırıcılar vb. bileşenleri maskeleyemeye çalışmaktadır.

İnternette pek çok geleneksel gıda satıcısı tarafından gerçekleştirildiği görülen bu uygulamalar, -her ne kadar daha kaliteli bir içeriğe sahip olsa da- yiyeceğin yeniden bir icadı olarak yöresel mutfak geleneğinin fastfoodlaştırmaya başlamasında önemli bir etkiye sahiptir. Başka bir ifadeyle dijital ortamlar, bu olgunun yaygınlaşmasında temel bir belirleyicidir. Bu noktada kalitenin bozulmasına paralel olarak ise dijital dünyada yöresel ve organik bir yüzle kendisini gösteren ürünlerde yapaylaştırma ve sahteleştirilmenin ortaya çıkabileceği akıllarda saklı tutulmalıdır.

Yiyeceğin yeniden keşfi-icadı çerçevesinde geleneksel ürün satıcılarının başka bir tekniği ise dijital vitrine koydukları her ürünü yöresel kategoriye almalarıdır. (Bu örneklerin bir bölümü de füzyon ürünlerdir). Bu açıdan internet siteleri veya sosyal medya pazarında birbirinin taklidi olan veya en çok rağbet edilen gıdaların seri üretiminin yapıldığı ve satışa çıkarıldığı örnekler de birbirini kovalamaktadır. Dijital dünyada en sağlıklı, yöresel ve organik ürünler yarışı hız kesmeden sürdürülmektedir. Aslında bu noktada yöresellikten ziyade ev yapımı bir niteliğe göndermede bulunduğu da düşünülebilir. İnsanların eskisi gibi yiyecek üretme bilgi ve becerilerinin olmaması veya azalması sonucunda bu eksikliğin geleneksel ürün satıcıları tarafından kapatılmaya çalışılması da yiyeceğin yeniden inşasının farklı bir göstergesidir. Bu bağlamda geleneğin yeniden icadında ve keşfinde sağlık kriterinin tek etken olmadığı; yiyecek üretimi zafiyetinin giderilmeye çalışıldığı da iddia edilebilir.

Dijital kültür bağlamında alıcılar/tüketiciler açısından yemeğin yeniden keşfine yönelik çözümlenelerde fikir edinebilmek için en somut ve kolay yöntem, kullanıcı/takipçi yorumlarını ve paylaşımlarını (yazılı içerik, videolar vb.) incelemek olabilir. Bu yöntem, dijital yığın içerisinde bazı ortak noktaların tespitine ve genel durum değerlendirilmesine birinci elden zemin oluşturmaktadır.

Ürün memnuniyeti ve şikayetinin dile getirildiği kullanıcı yorumları okunduğunda veya reels videolar izlendiğinde alıcı/tüketici kitlesinin genellikle genç kadınlar olduğu görülmektedir. Bu kitlenin genellikle yemeğin/yiyeceğin üretim boyutuna ilişkin

eksikliklerinin olduğu düşünülebilir. Bu kişilerin genellikle evlenmeden önce eski kuşağın bir mensubu olarak (büyük) annelerinin yaptığı (kısmen zahmetli) yiyecekleri evlendikten sonra dışardan temin ederek açığı kapatma amacı taşıdıkları belirtilebilir. Bu bağlamda -bu grup için- dijital kültür çağında yiyeceğin yeniden keşfi, gıdayı bütün bir süreciyle hazırlama/üretme/yapma/pişirme yerine tarama, yorumları okuma ve çevrimiçi sipariş verme ve tüketmeyle sınırlıdır.

Diğer taraftan geleneksel gıda üretebilme/hazırlayabilme becerisine sahip eski kuşak ya da yaşça daha büyük kadınların ise son dönemlerde çevrimiçi yöresel ürün siparişine ağırlık verdikleri görülmektedir. Bu durumun sebepleri arasında ekonomik gelişmişlik, dijital iletişim araçlarına aşinalık ve bu araçları kullanabilirlik, bankacılık ve ulaşım sektörlerindeki hizmetlere erişebilirlik, merak giderme, farklı lezzetleri deneyimleme gibi faktörlerin yanı sıra ilerleyen yaşa bağlı yorgunluk ve rahat yaşam tercihi gibi etkenler sıralanabilir. İkinci gruptaki kadınların yiyeceği yeniden keşif serüveni genel olarak bildiği ama nitelikli olan ürünleri arayıp bulma üzerine kuruludur. Bu durumun somut örneklerinden birisi sarmalık/dolmalık yapraktır.<sup>170</sup> Günümüzde geleneksel/yöresel ürün satışı yapan pek çok internet sitesi ve sosyal medya hesapları incelendiğinde sarmalık yaprakların başı çektiği görülmektedir. Bu tür ürünlerin temini, yine bir emek gerektirdiği için (iç hazırlama, sarma, pişirme vb.) hazır salamura edilmiş yaprakların çevrimiçi siparişler yoluyla temin edilmesinin kadınlar için önemli bir kolaylık sağladığı belirtilebilir. Halk pazarından görerek ve dokunarak alınan, kaynatma ve tuzlama işleminden geçirilip bidonlara basılarak salamura edilen yaprakların üretim aşaması ve zahmeti en aza indirilmeye çalışılmaktadır. Bu konudaki temel ölçüt ise dijital ortamlar aracılığıyla sanal pazarlarda dolaşım en nitelikli yöresel ürünleri arayıp bulma ve farklı kaliteleri (ya da kalitesizliği) yeniden keşfedebilme durumudur. Bu bağlamda dijital ortamlar, kadın tüketicilere çeşitli yöresel lezzetlerin deneyimlendiği ve yeniden keşfedildiği bir zemin oluşturmaktadır.

Birinci grup içerisindeki dikkat çeken örneklerden hareketle genellemeciliğe kaçmadan birkaç çözümlene daha yapılabilir. Bu tür tüketicilerin satın aldıkları ürünlere ilişkin geri dönüşlerinde en basit gıdaların bile mucizeyle karşılandığı yorumlar bulunmaktadır. Örneğin ayva reçelini veya erişteyi yiyen insanların daha önce bu lezzeti tatmadıklarını

<sup>170</sup> Kurutmalıklar da (biber, patlıcan, domates, kabak) bu kapsamda değerlendirilebilir.

dile getirmeleri; daha da ötesi kekiğin kokusunun inanılmaz güzel koktuğunu söyleyenlerin bulunması yiyeceğin *yeniden keşfinden* ziyade *keşfedildiğini* (!) düşündürmektedir. Bununla birlikte her evde günlük olarak ya da ürün dönüştürme bağlamında hazırlanan gıdalara yönelik -beğenin ötesinde- bir yabancılaşma olduğu sezilmektedir. Başka bir pencereden bakılırsa her ne kadar yukarıdaki ifadeler uç bir örnek olsa da diğer yorumlar incelendiğinde geleneksel gıdayı deneyimlemenin ev üretiminden ziyade internet bağlamlarından yapılan arayışlar ve alışverişler arasında dolaşmak ve bunları bu şekilde tatmakla kendisini gösterdiği ileri sürülebilir. Dolayısıyla nitelikli veya niteliksiz yöresel ürünlerin derecelendirilmesi, geleneksel bağlamda üretime katılımlı olmaktan ziyade deneme-yanılma yoluyla gerçekleştirilen internet alışverişlerin toplamını yansıtmaktadır. Daha önceden de vurgulandığı üzere bu noktada geleneksel yemek bilgisinin aşamalarının belirsizleştiği eleştirisi getirilebilir.

Yemeğin yeniden icadının ve keşfinin temel amaçlarından birisi de yerel sürdürülebilir kalkınma hamleleridir. Köylerin, kentlerin ve toplulukların kültürel mirasının bir parçası olan yemek SOKÜM, Coğrafi İşaretler, Yaratıcı Şehirler Ağı/Gastronomi Kentleri gibi programlarla korunarak ve kayıt altına alınarak kültürel ekonomik bir yörüngeye oturtulmaktadır. Türkiye’de Gaziantep (2015), Hatay (2017) ve Afyonkarahisar (2019) illerinin de gastronomi alanında UNESCO’nun *Yaratıcı Şehirler Ağı* programına dahil edilmesi ve bu doğrultuda oluşturulacak/oluşturulan mutfak turizmi politikaları yemeğin yeniden icadı ve keşfi bağlamında yerel sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında anahtar görevindedir. Bu bağlamda yerel kalkınma aracı olarak geleneksel yemek kültürü, yerel/bölgesel ve ulusal kimliklerin de taşıyıcısıdır.

Yemeğin yeniden icadı ve keşfinin kapsamı yöresel ürünleri değerlendirebilme potansiyeli ve geleneksele-yöresele dönüşle sınırlandırılmamaktadır. Bloglar, internet siteleri ve sosyal medya organları aracılığıyla yemek yapmayı öğrenmek, bu konudaki becerileri farklı görme biçimleriyle geliştirebilmek, kişisel yemek repertuarını yöre içinden ve dışından hatta uluslararası açıdan genişletebilmek yemeğin yeniden icadı ve keşfinin parametreleri arasındadır.

Geleneğin, dolayısıyla yemeğin icat ve keşfedilebilirliğinin sonsuz döngüsü içerisinde birbirini kovalayan konular her teknolojik gelişmeye göre yeniden biçim almaktadır. Bu çalışmada çoğunlukla dijital kültür çağının web. 2.0 teknolojisi bağlamında ortaya çıkan

olguların çözümlenmesine karşılık web. 3.0 ve metaverse gibi gelişmelerin etkilerinin neler olacağı ayrı bir sosyo-kültürel gerçeklik olarak bir baş köşede asılı durmaktadır. Bununla birlikte Jackson (2014, s. 80) tarafından işaret edildiği gibi “gıdanın genetik modifikasyon veya nanoteknolojinin kullanımı gibi teknolojik değişiklikler yoluyla yeniden icat edilmesi nedeniyle etik tüketim fikirlerimizin nasıl gelişebileceği” ve değişebileceği merak konusudur.

### 3.3.4. Küreselleşme ve Kültürel Ekolojik Hareketler

Gıdanın ve mutfağın küreselleşmesi özellikle yirminci yüzyıl ve sonrasına ilişkin bir olgu olsa da daha önceki tarihsel dönemlerde gıdanın/yemeğin üretimi, dağıtımı ve tüketiminin “ön-küreselleşmesine” [proto-globalization] yönelik önemli süreçlerin ve örneklerin varlığı söz konusudur. (Inglis, 2015, s. 494). Başka bir ifadeyle yemek ve küreselleşme arasındaki ilişkinin incelenmesi antropoloji için nispeten yeni olmasına rağmen bölgeler, uluslar ve kıtalar arasında gıda/yemek alışverişinin yüzyıllar boyunca meydana geldiği ifade edilebilir. (Phillips, 2006, s. 38). Tarihte çeşitli amaçlarla ve ölçeklerde gerçekleştirilen coğrafi yer değiştirme hareketlerinin (savaş, keşif, göç, ticaret vb.) bu olguyu ortaya çıkardığı bilinmektedir. Ülke mutfaklarıyla özdeşleştirilen temel gıda maddelerinin birçoğunun coğrafi köken olarak farklı olması ve bu bölgelerden göçürülmesi, yemeğin küreselleşmesinin farklı tarihi tezahürleri şeklinde yorumlanmaktadır. Yaşanılan veya bir önceki yüzyılda küreselleşme kavramına yüklenen anlamın ve bu alanda yürütülen politikaların çeşitlenmesi yemeğin küreselleşmesine ilişkin çıktıları da farklılaştırmaktadır. Dolayısıyla gıda kapitalizminin ve sanayileşmiş gıda sisteminin çarkları arasında döndürülen yiyeceklerden hareketle farklı sosyal ve kültürel çözümler yapılmaktadır.

#### 3.3.4.1. Yemeğin Küreselleşmesine Dair Temel Yaklaşımlar

Küreselleş(tir)menin merkezinde yer alan unsurların başında yemek gelmektedir. D. Harvey’in (1997, s. 335) ifadesiyle günümüzde “küreselleşmeyle bütün dünyanın mutfakları tek bir mahalde toplanmış durumdadır.” Küreselleşme literatüründe ve sürecinde yemek, “küreselleşmenin gıda/yemek yoluyla üretimini” (Phillips, 2006, s. 43) temsil etmektedir. Bu açıdan yemek, küreselleşmeyi besleyen bir yapı olarak görülmektedir. Diğer taraftan yemek, küreselleşmenin etkinliğinden elde edilen bir nesne/unsur konumundadır. Başka bir ifadeyle yemek, küreselleşmenin bir çıktısı, küreselleşmenin sembolü ve küreselleşmenin değiştirdiği-dönüştürdüğü bir kültür biçimi görünümündedir. Yemek ve tarımsal gıda sisteminin küreselleşmesi “tarım ve gıda maddelerinin üretim ve işlenmesinin ulusal sınırların ötesinde pazarlar, standardizasyon, düzenlemeler ve teknolojiler yoluyla entegrasyonu” (Pinstrup-Andersen ve Watson, 2011, s. 278) olarak tanımlanmaktadır.



Küreselleşme, geleneksel veya yöresel yemek kültürü için büyük ölçüde olumsuz sonuçları olduğuna inanılan bir süreci karşılamaktadır. “Gıdadaki küresellik ve yerellik diyalektiği, kriz ve kayıp duygusunu” (Inglis, 2015, s. 494) beraberinde getirmektedir. Yemeğin küreselleşmesiyle yerel mutfakların ortadan kalktığı, yerel yiyeceklerin kaybolmaya başladığı, işlenmiş-hazır gıdaların sofralara iyice nüfuz ettiği ve geleneksel mutfak kültürünün de değişip dönüştüğü bu alandaki temel endişeler ve eleştirilerdir. Başka bir ifadeyle yemeğin küreselleşmesi, yerel ve ulusal olana yönelik tehditkâr bir süreç kapsamına alınmaktadır. Bu açıdan küreselleşen yemek kültürünün “küresel seri üretim ve kültürel homojenizasyonu” (Pinstrop-Andersen ve Watson, 2011, s. 279) beraberinde getirdiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte yemeğin küreselleşmesi, Amerikanlaştırmanın ve kültürel emperyalizmin faaliyet alanındaki bir olgu şeklinde algılanmaktadır. Bu bağlamda küreselleşmenin, tüketimin homojenleşmesine veya standardizasyonuna yol açtığı; farklı yaş ve sosyal gruplar arasında (özellikle genç ve orta yaşlı insanlar) yerel geleneklerin tüketim davranışındaki rolünü azalttığı (Hanus, 2018, s. 171) vurgulanmaktadır. Amerikalı sosyolog George Ritzer’in (2011a) fast-food restoranlarının bazı ilkelerinin Amerikan toplumunun yanı sıra dünyanın geri kalanına empoze edilmesi şeklinde formüle ettiği McDonaldlaştırma teorisi de genel olarak küreselleşmenin, özel olarak da yemeğin küreselleşmesi kapsamında alınabilecek yaklaşımlar arasında öne çıkmaktadır.

Yemeğin küreselleşmesinin bir sonucu olarak geleneksel gıdalardan ithal rafine karbonhidratlara, şekerlere ve yemeklik yağlara geçişin, sağlık sorunlarını (obezite ve kronik bazı hastalıklar) ve gıda güvenliği meselesini beraberinde getiren bir durum yarattığı belirtilebilir. Küreselleşmenin bu olumsuz etkilerine karşı duruş olarak yerel veya ekolojik ürünlerin tercih edilmesi, doğal yaşam hareketleri, yavaş yemek (slow food) fikirleri ve gıda güvenliği alanındaki bazı eylemler geleneksel yemeğe dair artan bilincin çeşitli göstergeleridir. Başka bir ifadeyle küreselleşme aslında geleneğin yeniden keşfinin dinamikleri arasında da konumlanmaktadır veya böyle bir sonucu ortaya çıkarmaktadır.

Son dönemde küreselleşmeyle bağlantılı olarak tartışılan kavramlardan biri de *küyerelleşmedir* (glocalization). *Küyerelleşme* “farklı coğrafi alanlarda benzersiz sonuçlara yol açacak şekilde küresel ve yerelin iç içe geçmesi” (Ritzer ve Ryan, 2002, s.

56) olarak tanımlanmaktadır. Basit bir ifadeyle bu kavram, küresel ile yerelin kaynaştırılmasıyla oluşturulan yeni bir formu karşılamaktadır.

Küyerelleşme (glokalizasyon) kavramının sosyal bilimler literatürüne dahil edilmesinde ve bu alanda fikirlerin geliştirilmesinde önde gelen iki isim Roland Robertson ve George Ritzer'dir. Küreselleşmenin kültürel standardizasyon ürettiği yönündeki eleştirilere karşı çıkan Robertson, heterojenliğin ve homojenliğin küresel olanın iki yüzü olduğunu savunmaktadır. Başka bir ifadeyle Robertson küreselleşmenin aynı zamanda farklılık ürettiğini ileri sürmektedir. Bu doğrultuda yerelin tam anlamıyla saf ya da küreselin dışında olmadığını; kısmen küreselden gelen etkilere tepki olarak ve bunlar aracılığıyla inşa edildiğini savunmaktadır.

McDonalddlaştırma tezinin sahibi Ritzer ise genellikle kapitalizmin olumsuz yönlerine odaklanmaktadır. Küreselleşmeyle yerel olanın ortadan kaybolduğunu ileri süren Ritzer, glokal (küyerel) olanı küresel kapitalizmin basit bir uzantısı olarak görmektedir. Ona göre yerel, küreselin dışında var olur. Küresel ve yerel, birbirine zıt kavramlardır ve bir arada var olamazlar. Bir ürüne veya hizmete global tarafından dokunulduğunda artık yerel olduğu iddia edilemez. Kısaca Robertson küreselleşmeyi glokalizasyon altında ele alırken Ritzer küreselleşme altında glokalizasyonu sınıflandırmaktadır. Başka bir ifadeyle Robertson'ın perspektifinde küreselleşme nihayetinde glokalleşmeye dönüşürken Ritzer'in bakış açısında glokalleşme/küyerelleşme küreselleşmenin bir yüzü olarak - küresel kapitalizmin yereli içirme biçimi olarak- görülmektedir. (Roudometof, 2016, s. 392, 395, 396, 398, 403).

Küyerelleşme hareketinin yürütüldüğü önemli alanların başında gıda/yemek sektörü gelmektedir. Dolayısıyla küyerelleşmenin geleneksel yemek kültürlerini doğrudan etkilediği söylenebilir. Bu açıdan küyerelleşmenin, küresel gıda şirketleri veya zincirlerinin pazarlama faaliyetinin bağlamsal şartlar gözetilerek yeniden yapılandırılmasını kapsadığı ifade edilebilir. Farklı bir ifadeyle gıdanın küyerelleştirilmesinin birincil işleyişi küresel güçler tarafından küresel gıda maddelerinin/ürünlerinin yerel ihtiyaçlara göre (yeniden) uyarlanmasıdır. İkincil işleyiş ise yerel güçlerin de küresel olana yön verebilmesi üzerine kuruludur.

Küreselleşmenin kültürel sonuçları arasında da bulunan ve tartışılan bir başka olgu ise kültürel melezleşmedir (hybridization/hibritleşme). Kültürel melezleşme, tarihsel olarak

ve temel anlamda, farklı kültürlerin alışverişinin ve üretiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan senkretik veya bütünleşik yeni bir formdur. “Kültürel melezleşme, biyolojik melezlerin farklı genetik materyali bir araya getirilmesine benzer olarak melez sosyal pratiklerin de bir dizi kaynaktan gelen kültürel unsurları birleştirdiği” (Holton, 2013, s. 70) şeklinde formüle edilen bir düşünceyi kapsamaktadır.

Bu olgu ayrıca küresel ile yerel ilişkisinin (küyerelleşmenin) ölçeklendirildiği başka bir boyuta karşılık gelmektedir. Holton (2013, s. 70) tarafından ifade edildiği üzere kültürel melezleşme “karmaşık küresellik kumaşındaki üçüncü dokuma”dır. (Diğer ikisi homojenleşme ve kutuplaşma olarak gösterilmektedir). Ritzer’e (2011b, s. 272) göre kültürel melezleşme, küreselleşmede son derece olumlu hatta romantik bir görüştür”.

Küyerelleşme ve (kültürel) melezleşme -genel olarak- küreselleşmenin homojenleştirme işlevinin olduğu yönündeki tezlere karşı geliştirilen kavramlardır. Başka bir açıdan küyerelleşme ve kültürel melezleşme, küresel ve yerelin uyumlu olduğunun ileri sürülerek küreselleşmenin kapitalist emellerinin bir çeşit makyajlanması olarak da faaliyet görmektedir. Heterojenleşme altında ele alınan bu kavramlarla dünyada tek kültürlülüğün veya tektipleşmenin gerçekleşmesinin olanaksızlığı ileri sürülmektedir. Bu doğrultuda “saf bir yerelliğin olmadığı ve yalnızca melezlik derecelerinin” (Howard, 2008, s. 203) olduğu temel bir gerçeklik olarak kabul edilebilir.

Bu bakış açısı -bir noktada- folklorun/geleneksel kültürel ifadelerin de özünde bir melezlik taşıdığına kabulü anlamına gelmektedir. Buradaki ayırım ise kültürel birleşmenin nasıl olduğu ve kültürel kimliğin nasıl sağlandığı ve korunduğudur. Bu doğrultuda konu, halk kültürünün dolayısıyla geleneklerin farklı türlerden ve yapılardan karşılaşmalarla/alışverişlerle değişerek geliştiğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlandığının ötesine taşınmalıdır. Donmuş gelenek savunucusu olmamanın, kültürel melezleşmenin lenslerinden çözümlemeler yapmayı gerektirmesi, küreselleşmenin olumsuz etkilerine karşı savunmacı bir pozisyon almama sonucunu da doğurmamalıdır. Kültürel kimliği oluşturan bileşenleri melezlik faktörüyle çerçevelemenin yerel ve ulusal kültürleri belirsizleştireceği, küreselleşmenin her zaman ihtimal dahilinde olan sonuçları arasında görülmelidir.

Heterojenleşme, küyerelleşme, kültürel melezleşme gibi kavramlarla aynı perspektifte tartışılan olgulardan bir diğeri de füzyon mutfaktır. Birleşme ve kaynaşma anlamına gelen

füzyon sözcüğü ve füzyon ürünler de -asında- küreselleşme kapısına/kapısından çıkmaktadır. Chun ve Neill'e (2021, s. 4) göre füzyon gıdalar, "bilinmeyen gıdaları bilinen bağlamlar ve içerikler dahilinde tanıtmaya hizmet eden küresel mutfak etkilerinin küresel ifadesi" olarak konumlandırılmaktadır.

Yemeğin küreselleşmesinin başka bir çıktısı olan füzyon mutfak, "iki veya daha fazla mekânsal/uzaysal (spatially) veya zamansal olarak farklı mutfaklardan öğelerin tasarlanmış bir kombinasyonu" (Locher, 2003, s. 90); "farklı uluslara ait mutfak teknikleri ile malzemeleri tek bir tabakta birleştirmek ama buna rağmen tabakta tek bir ulusal özelliğin öne çıkmaması" (Kırım, 2005, s.y.); "tatların, dokuların ve hazırlama yöntemlerinin olağandışı kombinasyonu ile kendini gösteren bir gıda tarzı" (Chun ve Neill, 2021, s. 3-4) şeklinde tanımlanmaktadır.

Chun ve Neill (2021, s. 4) geleneksel mutfak ile ilişkisi bağlamında füzyon mutfak ifadesinin, insanlar tarafından geleneksel gıda olarak görülenler ve alışılmadık yiyecek kombinasyonları arasında ayırım yapmak için yaratılan bir terim olarak anlaşılabilceğini belirtmektedirler. Bununla birlikte füzyon mutfak, icat edilmiş geleneklerin başka bir uzantısı olarak da görülmektedir.

Tarih boyunca kültürler arası mutfak karışımının evlilik, göç, çatışma, savaş, din, ticaret, iklim, mutfak/gıda ve medya teknolojileri gibi faktörlerin etkisiyle gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Bu noktada Julie L. Locher (2003) tarafından işaret edilen husus dikkate değerdir. Locher (2003, s. 90) "farklı bölgelerden veya etnik gruplardan unsurları birleştiren önceki mutfak biçimlerinin günümüzün füzyon mutfağında olduğu gibi proaktif<sup>171</sup> olmaktan ziyade reaktif" olduğunu ileri sürmektedir.

Bu mutfaklar, bireysel hanelerde ve yerel topluluklarda meydana gelen günlük pişirme uygulamalarından yavaş yavaş ortaya çıktı. Buna karşılık, füzyon mutfağı hızla gelişti ve profesyonel aşçılar, ünlü şefler ve yemek kitabı yazarları şeklindeki kültürel araçların uyumlu ve bilinçli faaliyetlerinin doğrudan bir sonucu olarak günlük mutfaklara ve restoranlara girdi. Füzyon mutfağı, uygulayıcılarından yeni gıda formlarına sürekli olarak elementlerin yaratılmasını veya yeniden yaratılmasını talep eden yenilikçi ve deneysel bir süreçtir (Locher, 2003, s. 90).

<sup>171</sup> Bilinçli ya da bilinçsiz olarak herhangi bir olay ya da olgu karşısında hazır olma ve sonucu değiştirebilme durumu. Reaktif ise olayların sonuçlanmasından sonra harekete geçebilme bağlamında bu kavramın karşıtıdır.

Mihail Bahtin geliştirdiği dil teorisinden<sup>172</sup> hareketle Pnina Werbner (2015, s. 4) de “organik bilinçsiz (bilinçdışı) melezlik” olarak atıf yaptığı bu olguda “kültürlerin, tarihsel olarak üzerinde düşünmeden ödünç almalar, mimetik temellükler, değiş tokuşlar ve icatlar yoluyla geliştiğini (evrildiğini)” savunmaktadır.

### 3.3.4.2. Dijital Çağda Geleneksel Yiyeceklerin Küreselleşmesinin Boyutları

T. Blank’a (2013b, s.108) göre “halk kültürünün melezleşmesi, insanların dijital çağda kendilerini ifade etmeyi seştikleri değişen yolların aracılık ettiği bilişsel bir gerçeklik algısına” atfedilebilir. Başka bir ifadeyle Blank, “günümüzde yeni medya teknolojilerinin bireyleri gerçekliğin anlamını maddesel ve sanal bağamlarda kavramsallaştırmaya ve farklılaştırmaya zorladığının” altını çizmektedir. Bu doğrultuda dijital iletişim dünyası bağlamında insan davranışının büyük oranda bilinçli bir süreçle gerçekleştiği ifade edilmektedir. Bu olgunun ortaya çıkmasında insanların iletişim teknolojilerinin içeriğini belirleyebilme gücünün (web. 2.0) önemi tekrar hatırlanmalıdır.

Yemeğin küreselleşmesinde-küyerelleşmesinde-melezleşmesinde itici ve belirleyici faktörlerden birisi ise -elektronik kültür ortamlarının gelişimine paralel olarak- internettir. Başka bir ifadeyle küreselleşmenin -günümüzdeki anlam ve biçimiyle- varlığı ya da kültürün küreselleşmesi elektronik kültür ortamlarıyla el ele yürüyen yapısının belirgin bir sonucudur.

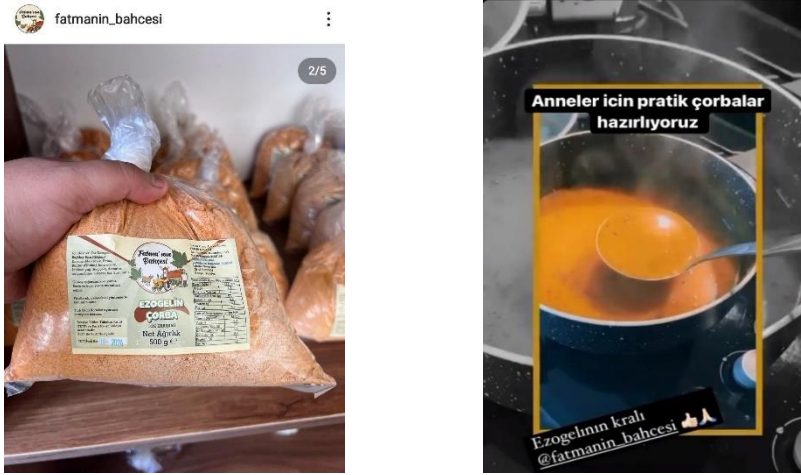
Küreselleşme-küyerelleşme-kültürel melezleşme gibi kavramların yemek kültürü doğrultusunda çok çeşitli açılardan çözümlenmesi müstakil bir araştırma gerektirecek kadar kapsamlı bir konu olsa da geleneksel Türk yemek kültürünün dijital kültür çağına özgü biçimlenen bazı dikkat çekici örneklerinden hareketle bu olgular şöyle irdelenebilir:

Geleneksel Türk yemek kültürü çerçevesinde küreselleşmenin ve buna bağlı kültürel uzantıların dijital medyadaki görünümü nasıldır? Yemeğin küyerelleşmesinde ve füzyon örneklerin ortaya çıkmasında geleneksel yemek kültürünün konumu nedir? Bu birleşimden/karışımdan geleneksel yemek kültürü güçlenerek çıkmakta mıdır?

---

<sup>172</sup> Diyalojik imgelem üzerine çalışmasında Bakhtin, iki dilsel melezleşme biçimi arasında bilinçdışı organik melezlik ve bilinçli kasıtlı melezlik şeklinde bir ayırım yapmıştır. Kasıtsız bilinçsiz melezleşme, dillerin tarihsel yaşamında ve evriminde en önemli modlardan biri olarak görölmüştür. (Werbner, 2001; 2015).

Bu çalışmada daha önceden de bahsedildiği üzere N. Özdemir (2018b, s. 229) e-yemek sektörü kapsamında yöresel mutfak geleneğinin fastfoodlaştırıldığını; küresel fastfood yiyeceklerin gelenekselleştirilerek yerelleştirildiğini bazen de füzyon ürünler ortaya çıkarıldığını ifade etmektedir.



**Foto 22: Yöresel Mutfak Geleneğinin Fastfoodlaştırılmasına Dair Örnekler (Instagram Hikayesi: Fatmanın Bahçesi).**

Dijital kültür çağında küreselleşmenin bir sonucu olarak yöresel mutfak geleneğinin fast foodlaştırılması, genellikle çevrimiçi gıda siparişleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Başka bir deyişle çevrimiçi siparişlerin bu olguya kapı araladığı da belirtilebilir. Geleneğin temsilcisi olan kadın girişimciler, yöresel ürün satıcısı kimliğiyle yöresel yiyeceklerin birçoğunu hazır gıda şeklinde (salamura yapraklar, sebze konserveleri, çorbalar, reçeller, turşular vb.) üretmekte ve pazarlamaktadır. Bu durumun nedenleri arasında artan talepler, kurumsallaşma ve markalaşma hedefleri, toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden dağılımı, ulaşım ve bankacılık alanındaki gelişmeler sıralanabilir.

Dijital kültür çağının iletişim araçlarında -reklam amaçlı- dolaşıma geçirilen yukarıdaki fotoğraflar “yemek hazırlığı ve tüketiminin McDonaldlaştırılması” (Ritzer, 2011a, s. 92) kapsamına alınabilir. George Ritzer’in fabrikasyon hazır gıdalar için “aşçı sıfırdan başlamak yerine çeşitli ev yapımı yemekler yapma üzere önceden paketlenmiş karışımları kullanabilir... Yemeği karıştırmaya hiç gerek yok; ölçülerek paketlenmiş yemeğin üstüne kaynar su dökmek yeter” (s. 92) şeklindeki sözleri, geleneksel mutfakın fast foodlaştırılması bağlamına da alınabilir. Bu durum yine Ritzer’in fast-food restoranlarının ürünün basitleştirilmesi (s. 75) ilkesinin izinden gidildiğinin de göstergesi şeklinde düşünülebilir. Bu örnekler, geleneksel gıda üreticilerinin, küreselleşmenin ve

kapitalleşmenin -tüketicileri avlamaya ilişkin- temel yaklaşımlarını benimsemeye başladıklarını göstermektedir. Küreselleşen gıda pazarının tükettirmeye dönük yarattığı ortamda oluşan/oluşturulan alışkanlıklar, alıcılar için de geçerlidir. Eskiden süpermarketlerdeki raflardan alınan hazır gıdaların yerini internetten sipariş verilen yöresel ürünler/gıdalar almaya başlamıştır. Küresel eğilimlerin şeklen ve fiilen sürdürülmesini örnekleyen bu durumun temel farkı ise beslenmenin içeriğinin daha güvenilir ve sağlıklı hale getirilmeye çalışılmasıdır. Kısaca hazır gıda tüketim mantığı devam ettirilirken gıda fabrikalarının işlediği ürünlerin yerine el-ev-köy işi ürünler konuşlandırılmaktadır.

Yöresel mutfak geleneğinin fast foodlaştırılması, kışık hazırlıklar ya da ürünün bozulmasını engelleme ve üründen faydalanma bağlamında ürün dönüştürme bilgi ve becerisinin kaybına yol açmaktadır. Z. Bauman (2010, s. 86) tarafından belirtildiği gibi “tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil ekseriyetle unutmaya ilgilidir”. Diğer taraftan bu noktada dijital platformlar incelendiğinde dikkat çekici bir durum gözlenmektedir. Çevrimiçi yöresel gıda alışverişlerinin büyük bir bölümü, yemeğin/gıdanın üretildiği bir evin mutfağında yerel bir zenginlik yaratmanın ötesindedir. Bu tür alışverişlerle malzeme, bilgi ve teknik açısından ev mutfağında üretilmesi mümkün olmayan ürünlerin yerine geleneksel bilgi belleğinden yararlanılarak hazırlanabilen çoğu gıdanın (erişte, salça, tarhana vb.) tedarik edildiği belirtilebilir.

Geleneksel ürün satıcılığı bağlamında ürünlerin fast foodlaştırılmasının başka bir etkisi insan üzerindedir. Bu doğrultuda dijital sistem içerisinde bir taraftan küreselleşmenin etkilerinden veya gıda sektöründeki uzantılarından kaçınan ve geleneksele-yöresele yönelen bilinçli insan; diğer taraftan küreselleşmenin yarattığı tüketim toplumunun öznesi haline gelen insan vardır. Z. Bauman’a (2010, s. 84) göre “günümüz toplumu, üyelerini, en başta, tüketici rolünü oynama görevinin emrettiği şekilde biçimlendirmektedir”. Fischler (1988, s. 289) tarafından belirtildiği gibi “modern yiyici saf tüketici haline gelmiştir. Nüfusun artan bir oranı üretimi, tarihi ve kökeni hakkında hiçbir şey bilmediği yiyecekleri tüketmektedir”.

İnternet doğal, sağlıklı, yöresel, geleneksel gibi etiketlerle nitelikli gıdalara ve gıda bilgilerine erişimi sağlamaktadır. Buna karşılık çözüm, geleneksel yemek bilgisi oluşturmak ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak için üretimin

gerçekleştirilmesi yerine tüketici küresel insan modelinin çevrimiçi sipariş faaliyetinde aranmaktadır. Belirtilen dijital sistemde küreselleşmenin “küresel düşün, yerel hareket et” şeklindeki bağlamsal şartları gözetilen temel felsefesi yerine yerel düşünüp küresel hareket eden bir insan modeli vardır. Yine bu noktada dijital iletişim araçları, tüketim toplumunu yönlendirmede başlıca bir merkez olmaktadır.

Geleneksel gıdaların fast foodlaştırılmasına paralel olarak tartışılabilir başka bir konu ise metalaştırma. N. Zerbe (2019, s. 156) metalaştırma (yemeğin metalaştırılması) konusunda dikkat çekici şu ifadeleri kullanmaktadır:

Metalaştırma her zaman eksik ve tartışmalı bir süreçtir. Buradaki en belirgin ayırım, yemeği/gıdayı büyük ölçüde kendi hane tüketimi için yetiştiren ve dolayısıyla büyük ölçüde metalaştırılmış küresel gıda pazarlarının dışında faaliyet gösteren geçimlik üreticiler ile küresel pazarlara güvenmek zorunda olan gıda tüketicileri arasındadır... Göreli metalaştırılmış veya meta olmaktan çıkarılmış statüsünü belirleyen, ögenin kendisi değil üretim ve değişim sürecidir... İnsanları beslemek için kullanım değerinden ziyade birikimi teşvik etmek için değişim değerine öncelik verilmesi, gıdanın metalaştırılmasının temel amacıdır.

Yemek hem biyolojik hem de kültürel bir unsur olmasının yanı sıra ekonomik anlamda temel bir geçim kaynağıdır. Bu açıdan insanlık tarihinde gıdaların/yemeğin alınır-satılır nesnelere döndürülüşünün çok eskilere dayandığı bilinmektedir. Romantikleştirilen halk kültürü bağlamındaki çözümlenelerde metalaştırmanın olumsuzluklarla yüklü çağrışımları vardır. Halk mutfağı/yöresel mutfak, geleneksel yemek kültürü gibi alanlarda ise temel yaklaşım, koruma ve yaşatma içgüdüleriyle ortaya konulanlardır. Buna karşılık gıdanın/yemeğin metalaştırılması eleştirilerinde temel ikilem, geleneksel olanın neden kültür endüstrisinin çarklarında döndürülen ve kalkınmanın bir aracı olabilen varlıklar olamayacağıdır. Gelenek kültürüne ait değerlerin kültürel ekonomik boyutunun geleneğin sahiplerince yeteri kadar kullanılamaması ve yönetilememesi “gelenek kültürünün önemini ve değerini etkisizleştirebileceği kaygısını” (Özdemir, 2018a, s. 2) barındırmaktadır. Bu bağlamda geleneksel olan, kapitalizmin hammaddesi veya kapitalizme verili unsur pozisyonuna yerleştirilmektedir. Ayrıca küreselleşmenin tektipleştirdiği, belirsizleştirdiği, kısırlaştırdığı bir döngü söz konusudur.

Geleneksel yemek kültürü bağlamında yiyeceklerin/gıdaların metalaştırılmasına ilişkin yaklaşımımız/eleştirilerimiz bu diyalektiğin dışındadır. Dijital kültür ortamları aracılığıyla metalaştırmanın yaygınlaştırılmasının olası gidişatı veya sonuçları dikkate alınmalıdır. Bu noktada -bizce- gelenek kültürünün yerel veya ulusal sürdürülebilir



kalkınmanın bir aracı olarak kullanılması teorik olarak çağımızın şartlarında olumsuz eleştiri çerçevesinin dışında düşünülmektedir. Halk pazarında gıdaların meta olarak satılması ile dijital araçlarda yöresel gıdaların çevrimiçi siparişinin verilmesi arasında gıdanın metalaştırılması/metalaştırılan gıda bağlamında başlangıçta bir fark yoktur. Bu olguda asıl önemli olan metalaştırmaya yüklenen anlam, metalaştırmanın nasıl kullanıldığı ve beraberinde neler getirdiğidir.

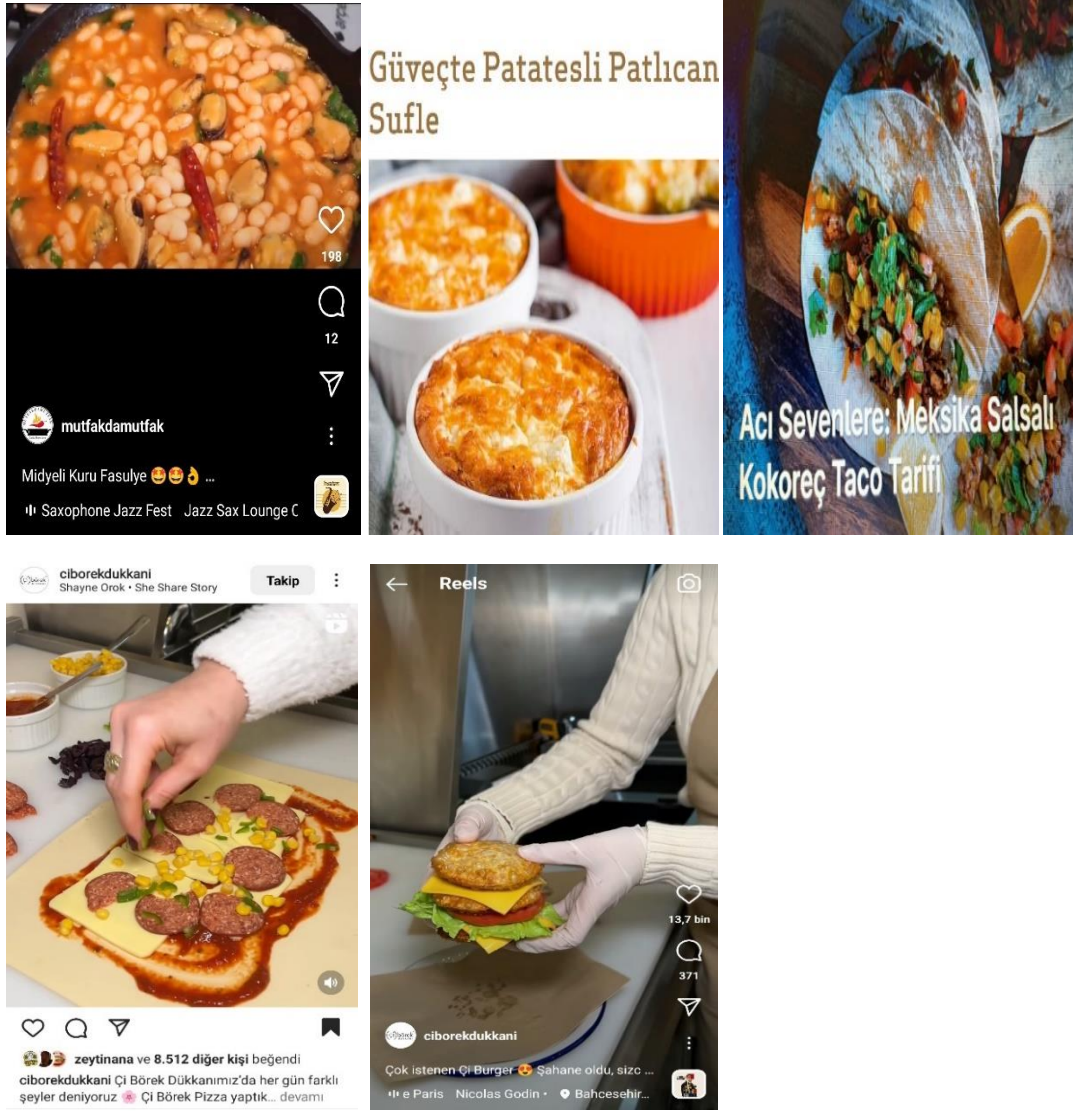
Metalaştırma meselesinin nasıl anlaşılması gerektiğine dair Frison ve Coolsaet'in (2019, s. 219) egemen güçlere ait "temellük (appropriation) paradigmasının, kaynakları bir meta olarak küresel pazarda sahiplenilecek ve satılacak ticari nesnelere ele aldıklarını; kaynakları yalnızca ekonomik bir değere indirgediklerini ve kaynakların tüm diğer (kültürel, sosyal, dini vb.) değerlerini sildiklerini" belirtmeleri bu açıdan önemlidir. Başka bir deyişle kapitalist veya küresel sistem içerisinde metalaştırma ya da gıdanın metalaştırılması, kültürün (geleneksel kültürel değerlerin) çoğunlukla görmezden geldiği; geleneksel kültürel ağırlığın, küresel ekonomik çıkar ölçüsünü baskılamayacak kadar hafife indirgelediği bir yaklaşıma denk görünmektedir. Bu açıdan sonsuz kâr birikiminin bir dişlisi olan metalaştırma, gelenek kültürünün değerlerini izole etme eğiliminin bir sonucu olabilmektedir.

Dijital kültür ortamları aracılığıyla geleneksel yemeğin geleneğin sahiplerince metalaştırılması, kapitalizmin ve küreselleşmenin karşısında verici bir pozisyondan alıcı hatta yönetici bir aşamaya geçmeye başladığının göstergeleri olarak yorumlanabilir. Başka bir deyişle dijital kültür çağında dijital ortamların aracılık ettiği bu girişimler, geleneksel Türk yemek kültürünün görünürlüğünün ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında yararlı olmaktadır. Bununla birlikte geleneksel mutfak varlıkları üzerinden yerel kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi açısından da önemlidir. Bu açıdan dijital kültür ortamları da geleneğin asıl sahiplerine ve ustalarına iletişimsel altyapı sunmaktadır.

Dijital kültür ortamlarında geleneksel gıdaların metalaştırılmasının görünen ve olası olumsuzlukları ise metalaştırma mantığının geleneksel ürünlerin niteliğini bozabileceğidir. Bu çalışmanın önceki bölümlerinde de işlendiği üzere geleneksel bilgi belleğinin (doğru lezzet belleği) yeni kuşaklar tarafından oluşturulamaması ve doğrulama makamı olan eski kuşakların da etkinliklerini yitirmeleri gibi sebepler göz önünde

bulundurulduğunda metalaştırma ve ticarileştirme sınırsızlığının, geleneksel yemek kültürünün kimliğine dair kontrol mekanizmasını sekteye uğratabileceği ileri sürülebilir. Küreselleşmenin fast food yaşam tarzına alıştırdığı yeni kuşakların gıdanın geleneksel üretimine yönelik kayıtsız tavırlarının yaygınlaşması ve geleneksel gıdaların teminine yönelik çevrimiçi siparişlerinin daha da çoğalması metalaştırmanın göstergeleri olarak yorumlanabilir. Bu açıdan küreselleşme ve dijitalleşme, geleneksel gıdanın/yemeğin zaman ve coğrafi sınırlar gözetmeksizin maddi bir bedel karşılığında sürekli satın alınabilecek unsurlar olduğunu zihinlere yerleştirmektedir. Bahsedilen faktörler gıdanın metalaştırılmasını yaygınlaştırmakta ve tüketim toplumunun sınırlarını genişletmektedir. Geleneksel yemek bilgisi ve teknikleri doğrultusunda yemeğin üretiminin yapılmaması (öğrenmeme, sürdürmeme vb.) küreselleşmenin, dijital araçlarla daha da yaydığı tüketim endekli yaşam biçiminin sonuçları arasındadır. Bu bağlamda metalaştırma, yalnız küresel aktörlerin değil yerel aktörler tarafından da geleneksel yemek yapma bilgi ve becerisine sahip olmayan, geleneksel lezzet belleği doğru ve tam oluşturulmamış toplumlar üzerinde gıdanın manipülasyonunu açık hale getirebilmektedir.

Özetle dijitalleşme ve dijital araçlar, küreselleşmeyi bireysel ve yerel ekonomik kalkınmanın temel bir faaliyet alanı haline getiren yerel gıda üreticisi için fırsatlar ağı olmaktadır. Geleneksel Türk yemek kültürü bir taraftan ulusal ve küresel görünürlük ve yaygınlık kazanırken diğer taraftan da üretimin genç kuşaklarca sahiplenilmemesi metalaştırılmasının önünü açmakta ve bu olgu da bazı kaygıları beraberinde getirmektedir. Geleneksel gıdaların metalaştırılma derecesinin artırılması durumunda (sanayileşmiş veya fabrikasyon ürünlerin olumsuz etkilerinden kaçınılarak geleneksele dönüşe veya geleneğin yeniden keşfine paralel bir biçimde) geleneksel bilgi belleğinin işe koşularak geleneksel gıda/yemek üretimlerinin genç kuşaklar tarafından gerçekleştirilip gerçekleştirilmeyeceği bir soru işaretidir. Dijital kültür çağında küreselleşme bağlamında geleneksel Türk yemek kültürüne ilişkin temel eğilim bu döngüler arasında -şimdilik- gidip gelmektedir.



**Foto 23: Kültürel Melezleşme, Füzyon Mutfak Örnekleri veya Girişimleri/Denemeleri (Midyeli Kuru Fasulye, Patatesli Patlıcan Sufle, Meksika Salsalı Kokoreç Taco, Çi Borek Pizza, Çi Burger) (URL 61-62-63-64).**

Geleneksel mutfak kültürünün küreselleşmesi, küyerelleşmesi, kültürel melezleşmesi ve füzyonlaşması bağlamında gerçekleştirilen girişimlerin tarihi çok gerilere götürülebilir. Küresel gıda firmalarının önce küresel daha sonra küyerel girişimlerinin büyük bir bölümünü yazılı-basılı ve daha sonra elektronik kültür ortamları aracılığıyla sundukları bilinmektedir. Dijital kültür çağında ise yukarıda yer verilen olguların karşılığı ve devamı olarak çoğu uygulamanın daha geniş çapta yaygınlık kazandığı belirtilebilir. Günümüzde geleneksel Türk yemek kültürünün yukarıdaki olgular bağlamında dönüşüme uğramasında Türk ya da yabancı şeflerin denemelerinin/çalışmalarının yanı

sıra yemek tarifi merkezli internet sitelerinde de örneklere rastlanmaktadır. Bununla birlikte geleneksel veya yöresel gıda satıcılarının da daha önceden de ifade edildiği gibi yöresel mutfağın fast foodlaştırılması bağlamında bir faaliyet içerisine girmeye başladıkları aktarılabilir.

Yukarıdaki örnekler incelendiğinde geleneksel Türk yemek kültürüne ait bazı lezzetler çerçevesinde çeşitli denemelerin gerçekleştirilmeye başlandığı görülmektedir. Bu tür girişimlerin temel amacının tarihsel bir diyalektik olarak kabul edilen kültürel melezlik yaklaşımından hareketle (geleneksel) Türk mutfağının çıtasını yükseltmek olduğu ileri sürülmektedir. Bununla birlikte bu konu mutfak alanında çeşitli yaratıcılık sergileme örnekleri açısından da değerlendirilebilir. Bu hususta yapılan tespitlerin yanı sıra ortaya çıkarılan sentezde başlıca sorunlar yumağının oluştuğu ifade edilebilir.

İlk olarak geleneksel Türk mutfağının niteliğinin korunması ve daha da üst seviyelere çıkarılmasında ürün kalitesinin (ata tohumu, coğrafi etkenler-genetik kaynaklar vb.) tartışmaya açılması gerekmektedir. Sarı öküzün aslanlara baştan verildiği bir yapıda füzyon örneklemeler veya melez denemeler özün ve özgünlüğün kaybedilmeye başlanmasının hızını artırmaktadır. Dolayısıyla bu girişimlerin zenginleşmeye mi kapı araladığı yoksa sıradanlaşma ve belirsizleşmeye mi yol açtığı şeklinde temel bir soru sorulabilir.

Kültürel melezleşmenin genel anlamda bilinçdışı bir kapasitede -süregelen bir döngüyle- gerçekleştiğinin kabulü, kültürel kimlik kavramının belirsizleşmesine hatta değersizleşmesine dair imalar ya da sonuçlar barındırabilmektedir. Yemek de başlıca bir kültürel kimlik göstergesi olarak yerel ve ulusal anlamda kritik bir pozisyonadadır. Fischler (1988) yemek ve kimlik ilişkisinde modern olan yiyeceğin kimliksizliğe yol açacağını; başka deyişle geleneksel olandan uzaklaşmanın kimlik belirsizliğine neden olduğunu işlemiştir. Dolayısıyla küresel yiyeceklerin ulusal yemek kültürlerine nüfuz etmesinin yanı sıra melez ya da füzyon denemeler de heterojenlik maksadıyla başlanılan yolculukta kimliksiz bir sentezlikle sonuçlanabilir. Ritzer (2011b, s. 272-273) tarafından dikkat çekildiği üzere tek başına melezleşme, çoğunlukla küreselleşmeyle bağlantılı görülen tekbiçimcilik eğilimine karşıt bir olgu gibi algılansa da farklı melez biçimleri üretmek, çeşitli yerel gerçeklikler üzerinde küresel süreçlerin bütünleştiği bir yapıya kaymaktadır.

Yukarıdaki örnekler arasında bulunan *Patatesli Patlıcan Sufle* ya da *Patlıcan (Beğendili) Sufle*, *Çi Börek Pizza*, *Çi Burger* George Ritzer ve Michael Ryan (2002) tarafından ileri sürülen “hiçbir şeyin küreselleşmesine (*globalization of nothing*)” karşılık gelmektedir. Ritzer ve Ryan (2002, s. 51) “hiçbir şey kavramıyla (büyük ölçüde) merkezi olarak tasarlanan, kontrol edilen ve ayırt edici içerikten nispeten yoksun olan boş formları kastettiklerinin” altını çizmektedirler. “Küreselleşme ile hiçlik arasında seçmeli bir yakınlık olduğunun” vurgulandığı bu yaklaşımda “küreselleşmenin hiçbir şeyin dünyaya yayılmasını içerme eğiliminde olduğu” belirtilmektedir. Bu bağlamda ulusal mutfak kültürlerinin füzyon denemelere maruz bırakılması -bir restoranın veya şefin menüsünü zenginleştirmenin ötesinde- içinin boşaltılmasına yol açabilecek yapıları barındırmaktadır. Bu görüş her füzyon denemenin veya yemeğin kültürel melezleşmesinin aynı sonuçlara yol açacağına eleştirisi değildir. Gıdanın/yemeğin yüzyıllar boyunca bu yapıya zaten sahip olduğu bilinmektedir. Bir coğrafyaya özgü olmayan bir ürünün göçürülerek ve yerleştirilerek ulusal mutfak kültürlerinin ana bileşeni olmasına dair önemli örnekler (domates, patates, mısır, pirinç vb.) bulunmaktadır. Buradaki esas ayırım, karışım olgusunun günün (işin-sürecin) sonunda özgünlüğe ve bir kimliğe büründürülebilmesidir. Küreselleşmenin “hiçbir şeyin” (Ritzer ve Ryan, 2002) temsilciliğine soyunan yansıması yerine “zamanın ve mekânın sıkıştığı” (Harvey, 1997) “küresel köyde” (McLuhan, 2001) gıdaya/ürüne ulaşılabilirliğin ulusal mutfak kültürlerinin zenginleştirilmesi ve güçlendirilmesi bağlamına alınabilmesidir.

Küyerelleşmenin küresel gıda güçlerinin yanı sıra yerel bir dinamizmle oluşturulabileceğine dair görüşler de bulunmaktadır. (Roudometof, 2016). Küreselleşmenin her zaman standardizasyonla sonuçlanmadığını ileri süren bu yaklaşımlarda yerel güçlere bir özerklik atfedilmektedir. Bununla birlikte dijital iletişim araçlarında başka dikkat çekici örnekler de rastlanmaktadır. Bunların birincisi YouTube adlı platformun *Saniye Anne Yemekleri* adlı kanalında yaşlı kuşaktan bir kadının evde hazırlanabilecek yemekler arasında *Yassı Spagetti* tarifi vermesidir. (URL65). Bu örnekte geleneksel yemek bilgisine başvurularak hamur mayalama ve yoğurma işleminin üzerine küresel gıda şirketlerinin temel bir ürünü (makarna) olan yiyeceğin inşası gerçekleştirilmektedir. Bu üretimde küyerel olan, küresel olanı yerel düzeyde kişisel olarak üretebilme becerisinin sergilenmesidir. Ayrıca böyle bir yemek tarifi içeriğinin

sunulması da üretici ve tüketici açısından küresel bir yiyeceğin benimsendiğini ve yerel ölçekte de bir karşılığının olduğunu göstermektedir.

Dijital platformlarda yer alan başka bir örnek ise yöresel gıda satıcılarının bazı ürünleri küyerel bir yaklaşımla üretmeleri ve pazarlamalarıdır. Bu ürün, satıcının internet sitesinde şu şekilde satışa sunulmuştur:



1 kg una 4 adet köy yumurtası kırarak, hakiki taş değirmen buğday unu ile yoğurduğumuz gerçek sebze suları ve sebze püreleri kullanılarak yaptığımız, sebzeli yassı spagetti besleyici değeri yüksek olan geleneksel lezzetlerimizdendir.<sup>173</sup> (URL66).

**Foto 24: Geleneksel Köy Ürünleri Sayfasında Yassı Spagetti (URL67).**

Birinci örnekten farklı olarak ürünün, (sitede ayrıntılı bir inceleme yapıldığında) daha profesyonel tekniklerle pişirilmeye hazır gıda olarak küyerel hale getirildiği söylenebilir. Daha geniş bir ifadeyle bu üretim, küresel olanın yerel ölçekler dahilinde (coğrafya, bilgi, beceri, teknik, insan, içerik vb.) gerçekleştirilebileceğinin de göstergesidir. Yerel olan, küresele eklenmekte; küresel olan yerel ile ortaya çıkarılmaktadır. Yerel olan bu faktörlere karşılık üretimin sonucu (son hali) spagettidir. Burada yerel, askıda kalmış görünmektedir. Dolayısıyla -bu ve benzeri örnekler bağlamında- küyerelleşmenin, küreselleşmenin farklı türden bir uzantısı olduğu tekrar düşünülebilir.

Diğer taraftan tartışılacak konulardan birisi de yerel ve küresel olan birleştirilirken yerelin genellikle neden belirsizleşme ve erime riskine girdiği hatta böyle bir sonucun ortaya çıktığıdır. Örneğin füzyon mutfak yaklaşımında farklı kültürlerin tek tabakta harmanlanması yerelin kendisini hammadde olarak sunmasının karşılığı değil midir? Ayrıca bu erime ve belirsizleşme, yerel içeriği hammadde olarak verip ya da

<sup>173</sup> Bu ürünün geleneksel ürünler kategorisinde veya vurgusuyla pazarlanması ayrıca dikkat çekmektedir.

kullanıp/kullandırıp şekil olarak küresele benzeme şeklinde de kendisini göstermektedir. Dolayısıyla yerel olanın küreselleşmesi ile yerel olanın küreseli oluşturması aynı görülmemelidir. Buradaki yaklaşımdan bütünüyle füzyon mutfağa ya da gıdanın küyerelleşmesine ilişkin olumsuz bir bakış açımızın olduğu sonucu çıkarılmamalıdır. Bu konuda gerekli ve önemli örneklerin olduğunu belirtebiliriz. Ele aldığımız örneklerden hareketle dikkat çekmek istediğimiz husus ise geleneksel Türk yemek kültürünün konumu ve niteliğinin korunmasına ilişkin bir bakış açısı geliştirebilmektir.

Diğer taraftan Locher (2003, s. 91) tarafından da altı çizildiği üzere “artan küreselleşme ve tüketim süreçleri nedeniyle füzyon mutfağının yakın zamanda ortadan kalkması pek olası değildir. Henüz oluşturulacak sınırsız olası kombinasyon vardır”. Aynı şekilde kültürel melezleşme örneklerin veya girişimlerinin de geleneksel yemek kültürü üzerinde etkilerini sürdürülebileceği söylenebilir. Buna karşılık bu örneklerin birçoğunun deneme mahiyetinde kalabileceği de düşünülebilir.

Özetle yemek veya mutfak kültürü, yüzyıllar boyunca sayısız denemelerin gerçekleştirildiği bir alandır. Geleneksel bilgi ve deneyim çerçevesinde uzun bir zaman dilimi sonucunda ortaya çıkarılan bir sentez ve yorumdur. Bu da yemeğin-lezzetin bir çeşit evrimleşmesidir. Dolayısıyla karışım, değişim ve özgünlük bir bütündür. Veya bu süreç bu şekilde işlemelidir. Dijital kültür çağında yemeğin küreselleşmesi-küyerelleşmesi-kültürel melezleşmesinin hızı alabildiğine artmaktadır. Bu noktada sosyal medyanın belirgin ve güçlü bir etkisi vardır. Dijitalleşme ve dijital kültür, (geleneksel) yemek kültürünün küreselleşmesine taş döşeyen bir yapı görünümündedir.

Küreselleşme-küyerelleşme-kültürel melezleşme kavramları açısından çözümlenebilecek pek çok husus olmakla birlikte dijital platformlardan dikkate değer örnekleri seçtiğimizin altını çizmeliyiz. Başka bir deyişle yemeğin küreselleşmesine dair klasik konuları bölüm dışı bıraktığımızı belirtebiliriz.

Küreselleşmeyle bağlantılı olarak değinilebilecek konular arasında gıda/yemek üzerinden yürütülen veya geleneksel yemek kültürünü içine alan ve onun asıl nitelikleriyle sürdürülebilirliğini savunan toplumsal hareketler bulunmaktadır. İtalya merkezli olarak başlatılan ve kısa zamanda kiteselleşerek küresel bir akım haline gelen Slow Food ve Cittaslow bu hareketlerin başlıcalarıdır. Küreselleşmenin olumsuz etkilerine karşı bir duruş olarak zamanı hızlı bir şekilde tüketmenin karşısında slow/yavaş/sakin bir yaşam

tarzının egemen kılınmasını savunan bu yaklaşımlar, esas anlamda halk kültürünün ve hayatının sınırları içerisinde girmektedir. Başka bir ifadeyle yavaş yaşam temelli toplumsal hareketler içerisinde Slow Food akımının özünü oluşturan doğal ve sağlıklı beslenme fikirleri, folklorun ve dolayısıyla geleneğin merkezinde yer alan yapılardır. Bu bağlamda slow/yavaş beslenme hareketinin kökeninin, geleneksel ekolojik bilgi temelinde geleneksel yemek kültürünün değerleri üzerine kurulu olduğu vurgulanabilir.

Müstakil olarak incelenebilecek konular olmalarına karşın -çalışmanın bu noktasında- slow hareketlerin dijital kültür ile nasıl ilişkilendirilebileceği ve bunun geleneksel Türk yemek kültürünü nasıl etkilediği önemli görülmektedir. Başka bir ifadeyle bu hareketlerin dijital kültür çağında ortaya çıkan toplumsal dinamiklerden ziyade günümüzde dijital iletişim araçlarıyla farklı işlevler kazandığı belirtilebilir. Dolayısıyla bu çalışmanın asıl konusu olan dijital kültür çağının biçimlendirdiği yemek kültürü içerisindeki geleneksel yapının konumu ve dönüşümü etrafında bir kapsam belirlendiği tekrar hatırlatılabilir. Kısaca dijital kültür ortamları bağlamında slow hareketler, yemek/gıda temelli ya da gıdayı da kapsayan toplumsal örgütlenmeleri (fiziki ve sanal-dijital toplulukların kurulması) içermektedir. Slow hareketleri içerisinde çeşitli üyelikler çerçevesinde yürütülen mücadelelerde dijital medyanın bilgi, duyuru, reklam, birleşme işleviyle kullanıldığı görülmektedir. Örneğin *slowfoodadana.com* adlı internet sitesi (ya da sosyal medya hesabı) incelendiğinde yerel ölçekte gerçekleştirilen faaliyetler ya da yerel nitelikler (festivaller, turizm, geleneksel üretimler vb.) hakkında dijital bir gazete işleviyle hareket edildiği söylenebilir. Bu bağlamda dijital ortamların slow hareketler için önemli bir iletişimsel zemin olduğu belirtilebilir.



### 3.3.5. Yemek ve Performans

Folklor tarihinde performans kavramı, 1970’li yıllarda ortaya çıkan bir paradigma değişikliğine atıfta bulunan süreci karşılamaktadır. Dan Ben-Amos’a (1997, s. 630) göre bu kavram ile folklor, “geleneği artık bir üst yapı veya ulusal kültürün bir ifadesi veya aynası olarak değil sosyal hayatın dokusunun yanı sıra dini ve politik ritüellerin ayrılmaz bir parçası olan bir dizi sanatsal eylem olarak incelenmesi” biçimine dönüştürmüştür. Başka bir ifadeyle “performans kavramı, folklorun bir iletişim biçimi olarak düşünülmesinin” (Hymes, 1975, s. 11) merkezine yerleştirilmiştir. Bu açıdan R. Baumann (1992b: 41) performansı, “iletişimsel davranış modu ve bir tür iletişimsel olay veya gösteri”; “estetik olarak işaretlenmiş ve yükseltilmiş bir iletişim modu” olarak tasarlamış ve tanımlamıştır.

Elizabeth C. Fine (1996, s. 1165) tarafından belirtildiği üzere “bağlamsal yaklaşım, iletişim yaklaşımı ve performans çalışmaları olarak da adlandırılan performans yaklaşımı, sözlü sanat ve maddi kültür dahil olmak üzere bir dizi estetik olarak işaretlenmiş performansları incelemektedir. Bu yaklaşım, insanların bir izleyiciye sunum yapma sorumluluğunu üstlendiği tüm türleri, eylemleri, olayları ve rolleri içermektedir”. Bu bağlamda geleneksel yemek kültürü (halk mutfağı) aşçının izleyenlere fizyolojik (yemeğin sesi, kokusu vb.) ve fiziksel (araç-gereç kullanımı, bedensel hareketler vb.) bileşenlerle sunum yapabildiği bir icra alanıdır. Aynı zamanda geleneksel yemek kültürü, maddi bir kültür alanı olarak da performans çalışmalarının merkezine yerleştirilebilir.

1970’lerde folklorun “bağlam içinde performans, sosyal bir deneyim ve iletişimsel eylem olarak tasarlanması” maddi kültür açısından da bir algısal dönüşümü ortaya çıkarmıştır. Yaratıcı bir sürecin odak noktasına oturtulduğu bu perspektifte “maddi kültür, sadece davranışın bir ürünü olarak değil davranışın kendisi” (Bronner, 1983, s. 329-330) olarak konumlandırılmıştır. Bu doğrultuda “nesnelerin ve nesne türlerinin incelenmesinin ötesinde maddi çevrenin nasıl oluşturulduğu veya kültürel fikirlerin ve geleneklerin materyal form ve inşa faaliyetleri içinde ifade ediliş şekli” (Bronner, 1996, s. 972) önemli görülmüştür.

Yemeğe dair araç-gereçler, yaşamdaki beslenme ihtiyaçların karşılanmasının yanı sıra belirli bir dünya görüşü ve yaratıcılığın ortaya konulduğu nesnelere dir. H. Glassie’nin

(1999, s. 41) vurgusuyla “maddi kültür, kültür yapımı materyaldir; dünyada iş başında olan iç zekadır.” Onun başka bir ifadesiyle “insan davranışının somut getirisiidir”.

Yemeğin maddi kültür araçları ise hem bir performansın ürünü hem de performansın aracıdır. Örneğin bakır işlemeciliği bağlamında üretilen kap-kacaklar, geleneksel yemek kültürüne yönelik kullanılması amaçlanan mesleki bir performans ürünüdür/nesnesidir. Buna karşılık demir ve çelikten üretilen bıçak-satır gibi âletler ise yemek hazırlama/pişirme performansının temel enstrümanları işlevindedir. Dolayısıyla yemeğin/mutfağın bir performans alanı olarak işaretlenmesinde maddi kültür araçlarının bütüncül etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda yemeğe dair maddi kültür ürünleri aracılığıyla gerçekleştirilen performans biçimleri de uygulamalı halkbiliminin temsilleri arasındadır.

### 3.3.5.1. Yemek ve Performans İlişkisinin Çerçeveselendirilmesi

Türkçede *yemek* sözcüğü hem “yiyecek, aş, besin” anlamında bir isim (ad) olarak hem de beslenmenin gerçekleştirilişi bağlamında bir fiil (eylem) olarak karşılık bulmaktadır. Yemek, bir ad olarak (örneğin karnıyarık, mantı vb.) aslında kültür yapımı maddi bir nesneye ait performansın toplamını veya sonucunu çerçevelemektedir. Bu açıdan yemek, bu performansın somutlaştırılmış ve sonuçlandırılmış halidir; sergisidir.

Yemek, fiil (eylem) olarak ise iç güdüsel hareketleri ve (kültürel) öğrenilmiş davranışlar dizisini yansıtmaktadır. Bir eylem biçimi olarak düşünüldüğünde yemek yapma ve yemek yeme şeklinde başlıca iki tür performans bulunmaktadır. Yemek yapmak bağlamında performans veya icracının (aşçının) performansı, bir yemeğin ortaya çıkmasını sağlayacak bütün bileşenlerin (bilgi, hazırlık, beceri, işleme, dönüştürme, sunma vb.) ortaya konulmasıdır. Bu açıdan yemek yapmak, kişinin bilgi ve yaratıcılığı ile (el becerisi, araç-gereç kullanma, artistik hareketler, sunum, süsleme vb.) toplumsal katılım arasında da çerçeveselendirilmektedir. Bu performanslar üzerinde, yapan(lar) ve yiyen(ler) arasındaki ilişki belirleyici olmaktadır. Başka bir ifadeyle yemek kültürü bağlamında performans kavramı, sadece yemek yapma/yapan açısından değil yiyen ve yeme davranışları bakımından da önemli bir olgu içerisine yerleşmektedir.

Fizyolojik ihtiyaçların en temel unsurlarından yemek yemek, iç güdüsel hareketlerin yanı sıra kültürel öğrenilmiş davranışlarla gerçekleştirilmektedir. Bu durum yemek yemenin bir performans biçimi olarak değerlendirilmesinde fizyolojik, fiziksel ve kültürel

durumların iç içe geçen yapısını da somutlaştırmaktadır. Bu bağlamda bir yemeğin nasıl yenildiği (elle, âletle, oturarak, toplu halde vb.) ve bu yemeğe ne şekilde tepkiler verildiği, yemek ve performans ilişkisini çevreleyen temel dinamikler arasındadır. Halkbilimci L. M. Long (2013, 2019) tarafından belirtildiği üzere bu olgu, “*yeme etnografyası/etnografisi*” (ethnography of eating) doğrultusunda yeme eylemini çevreleyen bağlamsal bileşenleri kapsamaktadır.

Bu bağlamda yemek ve performans kavramını birlikte değerlendiren B. Kirshenblatt Gimblett (2015, s. 229-230) ise birinci performans biçiminin *yapmak* (gıdanın üretimi, yapımı, sunumu, ortadan kaldırılmasıyla ilgili her şey); ikincisinin ise *davranmak* (gıdayla ilgili olarak bağlamsal şartlara göre davranmak); üçüncüsünün ise teatral/estetik bir biçimde *göstermek/sergilemek* olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte yemeğin güçlü bir performans aracı olarak konumlanmasında duyuların rolüne dikkat çekmektedir. Başka bir ifadeyle yemeğin, bir performans alanı olarak çevrenmesinde duyu fizyolojisinin önemi işaretlenmektedir.

Yemeğin veya yemek pişirmenin nasıl bir performans türü olduğuna ilişkin P. Chakraborty (2013, s. 356) şunları belirtmektedir:

Bir performans olarak yemek ve/veya yemek pişirme, çokluğu/çeşitliliği ve benzersizliği oldukça uygun bir şekilde birbirine bağlar ve ikili bir ontoloji yansıtır. Yemek yapmak, müzik, dans ve drama gibi zaman ve mekân içinde tekrarlanabilen bir olay olarak çoklu bir sanat biçimidir. Hazırlanmış yiyeceklerin kalıcı herhangi bir fiziksel, estetik nesne gibi sunulması onu resim, heykel ve mimari gibi tekil-eşsiz performans dışı bir sanat formu haline getirirken görsel, koku ve tat yoluyla biçimsel niteliklerini takdir etme ve estetik tasarımını düşünme olanağı sağlar.

Yukarıda işaret edildiği gibi yemek pişirme, bir yönüyle tekrar edilebilen/tekrar(lar)ı üretilebilen bir yönüyle de kişisel bilgi ve yaratıcılıkla damgalanmış özgün bir performans biçimidir. Aynı yemekleri tekrar edilebilme, kişisel ya da kolektif bir üretim tarzı olarak belirli bir döngüde yerine getirilebilir. Örneğin aynı kişi ve kişiler tarafından üretimi gerçekleştirilen herhangi bir yemek, bir standardizasyona tabi tutulabilir. Esnaf lokantalarındaki tencere yemekleri bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu alandaki benzersizlik ise performansın kişiselliği bağlamında kişisel dokunuşlarla örülmektedir. El lezzeti olarak da nitelendirilen yeti, performansın derecelendirilmesinde ince çizgiler çekmektedir. İcranın bu benzersizliği, aynı yemeklerin tekrar üretiminden farklı malzemelerin harmanlanarak bir bütün oluşturulması veya yeni bir yaratım meydana getirilmesine kadar genişlemektedir.

Diğer taraftan yemeğin bir performans alanı olarak konumlandırılmasında duyu fizyolojisinin öneminden de bahsedilebilir. Yemeğe dair duyusal kavrayışların önemini vurgulayan Çiğdem Kara (2018), yemeğin sesinin (mutfaktan yükselen seslerin) pek çok kültürel işlevinin yanı sıra performansa da öncülük ve aracılık edebileceğini örnekleriyle çözümlenmektedir.

Maddi kültür kavramı içerisinde giren mekanlar ise yemeğin gösteri veya performans alanı olarak ölçeklendirilmesinde başka bir faktördür. Mutfak, yemekhane, lokanta, fırın, tandır vb. mekanlar, “maddi kültür donanımları ve atmosferleri dolayısıyla farklı seslerin farklı şekillerde yankılandığı” (Kara, 2018, s. 443); üretim ve tüketimin çok çeşitli iletişimsel gösterge biçimleriyle örülü olduğu; ustalık ve yaratıcılığın bağlamsal şartlara göre dizayn edildiği icra alanlarıdır.

### 3.3.5.2. Dijital Araçlar ve Performans Olgusuna Dair Güncel Yaklaşımlar

Yemek ve performans ilişkisini yukarı bölümde çerçeveselendirdikten sonra bu çalışmada üzerinde duracağımız hususlardan birisi de yemeğin dijital araçlardaki performans biçimleridir. Bu açıdan dijital kültür çağında performans olayının ve olgusunun yorumlanmasında farklı bakış açılarının geliştirilmesi gerekmektedir. Dijitalleşme ile beraber folklorun hem sosyal tabanı hem de kültürün dışavurum aracı ve biçimi değişmekte/yenilenmektedir. Bu doğrultuda bir folklor performansının incelenmesindeki yüz yüze ve sözlü olma (canlı temas) ve küçük gruplar arasındaki artistik iletişim kriterinin geliştirilmesine/genişletilmesine ilişkin R. Baumann'ın<sup>174</sup> (1971, s. 35, 39) folklorun sosyal tabanına dair düşünceleri, farklı görme biçimleri sağlamaktadır. Buna göre grubun ortak üyelerinin yanı sıra “kimlik farklılığının folklor performansının temelinde olabileceği” başka bir ifadeyle “folklor icrasının gerçekleşmesi için ortak kimliğin gerekli olmadığı” belirtilmektedir.

Bu düşünceler elektronik kültür ortamları ve (dolayısıyla) dijital kültür ortamları açısından da çerçeveselendirilebilir. Dijital bağlamlar, grup kavramının değişimi ve dönüşümüne (dijital folk grupları/sanal topluluklar vb.) güncel örnekler oluşturarak

---

<sup>174</sup> R. Baumann (1971) farklı etnik köken, din, bölge, meslek, yaş ve akrabalık faktörleri içerisinde folklorik örneklerin var olabileceğine dikkat çekerek gruplararası bağlamların farkındalığı konusunda işaretlemeler yapmıştır.

folklorun farklı sosyal tabanlarda gerçekleştirilebileceğine ilişkin yeni bir zemin hazırlamaktadır.

İnsanlık tarihinin büyük bir bölümünde performansların o anda gerçekleştirilen ve tanık olunan sayısız örnekleri zamanın derinliklerinde akıp gitmiştir. Performansların zaptedilmesi/kaydedilmesi ise elektronik kültür araçları sayesinde gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda dolaylı/aracılı (mediated) performanslar zaman ve uzam arasındaki ilişkinin genişlemesine ve bazı durumlarda da belirsizleşmesine neden olmuştur.<sup>175</sup>

Günümüzde ise dijital medya aracılığıyla “şimdide deneyimlenen bir geçmiş performansların” (Somdahl-Sands ve Finn, 2015, s. 816) yanı sıra çevrim içi bağlantılar veya canlı yayınlar yoluyla -zaman ve uzamdan bağımsız- şimdide deneyimlenen güncel/canlı performanslar mevcuttur. Birincisinde canlılık anının tersine çevrilmesi söz konusuken ikincisinde ise -alt yapı olanaklarına bağlı olarak- performansa ve içeriğe müdahil olunabilmektedir.

Dijital kültür çağında performans merkezli çalışmalar için yeni bir yaklaşım geliştirmeye çalışan Anthony Bak Buccitelli (2012) -daha önceden de belirtildiği gibi- Performans Teoriye ve Web. 2.0 teknolojisine atfen- *Performans 2.0* şeklinde bir kavram ileri sürmüştür. Bu doğrultuda dijital performansı dijital ortamlarda estetik, üretim, alımlama ve tepki sürecini karşılayan bir terim olarak tanımlamıştır. Ona göre dijital folklor alanındaki çalışmaların çoğu performanstan ziyade metin ve aktarım üzerinedir. Halkbilimciler, dijital ortamları metin ileten bir medya yerine performans mekanları olarak düşünmelidir.

Dijital kültürde performans biçimleri –özel ve çeşitlendirilebilecek şekilleri olsa da- genel anlamda iki türlü gerçekleşmektedir. Birincisi dijital çağın iletişim araçlarında beğen butonuna tıklama, emoji ekleme, gönderinin altına yorum yazma, grafik oluşturma, engelleme, beğenme, gizlice takip etme (stalklama), hashtag açma (etiketleme) gibi “dijital davranışın tezahürleri” (Buccitelli, 2012: 35) olarak nitelendirilen dijital alana özgü olanlar/oluşturulanlar/gerçekleştirilenler; ikincisi ise dijital platformlarda yayınlanmaları amacıyla geleneksel ortamlarda üretilip/kaydedilip dijital ortama

<sup>175</sup> Performans veya gösterim, iletişimin gerçekleştiği şekle göre ikiye ayrılmaktadır. Bunların birincisi iletişimin yüz yüze (canlı) olarak gerçekleştirildiği sözlü kültür ortamı; ikincisi de iletim amacına yönelik olarak bir teknolojik araç ile kaydedilip nakledildiği ve icracıdan bağımsız hale getirildiği kaydedilmiş gösterimlerdir. Kaydedilmiş gösterimler (mediated performances) yaratıldıkları ve icra edildikleri iletişim teknolojilerine göre yazılı kültür ortamı ve elektronik kültür ortamı olarak ikiye ayrılmaktadır. (Çobanoğlu, 2000b, s. 164).

taşınan/aktarılan performans içerikleridir. Dolayısıyla bağlamsal dönüşümler açısından bir performans nakli olmasına karşılık dikkat edilmesi gereken nokta bu performansların dijital çağın ve kültür araçlarının mantığı doğrultusunda yeni hedef kitlenin yapısı gözetilerek hazırlanmasıdır. Başka bir deyişle her türlü hareketli-hareketsiz, sesli-sessiz-çevrimiçi-çevrimdışı vb. hazırlanan görsel ve hareketli içerikler dijital ortamlarda (ör. sosyal medyada) yayınlanabilecek alt yapı çerçevesinde hedef kitlenin dikkatini cezbedici bir yaratıcılıkla gösterilmekte veya icra edilmektedir.

### 3.3.5.3. Yemeğin Bir Performans Alanı Olarak Dijital Çağdaki Yansımaları

Dijital çağda dijital platformların içeriğini oluşturan temel performans unsurlarının başında yemek gelmektedir. Bir kültür biçimi olarak yemeğin (yemek yapmanın) dijital ortamlardaki performans biçimi ise genellikle -yukarıda belirtilen- ikincil türdeki performans biçimine dahil edilebilir. Dijital performanslar içerisinde son dönemin kısa süreli sesli/hareketli/görüntülü kayıt tekniklerinden olan reels videolar ise yemeğin, dijital bir performans aracı olarak kullanılmasının temel içeriklerinden birisini oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle reels videolar ile yemek, gerçek ve dijital bir performansın armonize edilmiş yansımaları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda gerçek bir performans olarak yemek pişirmenin uzun süren aşamalarının temel kompozisyonunu bozmadan - dijital bir performans şeklinde- bir çeşit montajlama tekniği ile hızlandırılmış görüntü biçiminde sunulması söz konusudur.

Tüm bu faktörler doğrultusunda yemeğin bir performans aracı olarak kullanılmasının yüz yüze (canlı temas) ve medya yoluyla olmak üzere başlıca iki boyutunun bulunduğu belirtilebilir. Performansın doğası içerisinde yemeğin medya bağlamında vardığı son nokta ise dijital iletişim araçlarıdır. Yemeğin yansıtılmasında/aktarılmasında/gösteri olarak sunulmasında elektronik bir kültür ortamı olan televizyonun -geçmişten günümüze etkinliğinin- yanı sıra dijital platformların da birincil bir iletişim aracı olarak kullanıldığı söylenebilir. Yemeğin, elektronik ve dijital kültür ortamlarına dahil edilmesi geleneksel yemek kültürüne dair kodlamaları çeşitlendirmekte hatta farklılaştırmaktadır. Yemek, televizyon ya da sosyal medya araçlarında gösteri dünyasının cezbedici bir malzemesine dönüştürülmektedir. Elektronik kültür ortamlarının toplum yaşamına yerleşmesine paralel olarak yemek, büyük bir “gastro gösteri” (Kanık, 2016) alanı olarak öne çıkarılmaktadır.

J. Finkelstein (1999) yemeğin, bir tüketim maddesine dönüştürülmesinin farklı bir yüzünü temsil ettiği ve bir kitle eğlencesine büründürüldüğü bu sistemi *foodtainment* şeklinde nitelendirilmektedir. Yemek ve eğlence sözcüklerinin birleşiminden türetilen bu kavrama “beslence” şeklinde (Akarçay, 2016, s. 346) bir Türkçe karşılık önerilmektedir. J. Finkelstein’e (1999, s. 130-131) göre yemek, “20. yüzyılın sonlarında modanın toplumsal zorunluluklarına daha fazla bağımlı hale gelerek eğlence endüstrilerinin daha derinlerine yerleşmiştir”. Başka bir ifadesiyle “eğlencenin hiper gerçekliğine doğru kolonizasyonunun bir yorumudur”.

Dijital kültür çağında dijital platformlar, yemek ve performans ilişkisinin göz alıcı örnekleriyle sunulduğu iletişim araçları olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda çalışmanın bu noktasında yemeğin bir performans türü olarak neden sergilendiği ve izlendiği; dijital araçlarda yemeğe ilişkin hangi tür (kültürel) performansların olduğu; bu performansların hangi amaçlarla gerçekleştirildiği, ne tür anlamlar ürettiği veya hangi göstergelerle örüldüğü; geleneksel yemeklerin bu performanslar içerisinde nasıl konumlandığı; bu bağlamda geleneksel Türk yemek kültürünün dönüşüme giren boyutlarının neler olduğu çözümlenecektir. Bu doğrultuda dijital platformların bazı özgün karakterleri ve bunların birtakım paylaşımları örnek olarak seçilecektir.

Dijital platformlara ait çok sayıda hesap-sayfa-karakter ve bunların sayısız gönderileri/paylaşımları arasından örneklerin nasıl seçildiğine dair şöyle bir yaklaşım geliştirdiğimizi belirtebiliriz. Birincisi yemeğin, mesleki bir performans biçimi olarak sunulduğu temel paylaşımlar; ikincisi de mesleki (profesyonel) ya da amatör performanslarla harmanlanmış ve yemeğin sıra dışı bir gösteri nesnesi olarak konumlandırıldığı şovlar. Mesleki performansların dijital zeminde artistik bir iletişim biçimi kurulacak şekilde yeniden sunulduğunun da altı çizilebilir. Bu gastro-gösteri dünyasında, pişirilen yemeklerin yanı sıra pişmiş hatta çiğ olanların da dikkat çekici performanslarla yansıtıldığı eklenebilir.

Bu bağlamda aşağıda yer verilen örnekler *yemek*, *performans-gösteri(m)* konusunda dijital ortamlarda yaşanmakta olan sosyo-kültürel bir hareketliliğin somutlaştırılması veya dijital kültüre ait genel bir tablonun betimlenmesi işleviyle de kullanılacak ve bütüncül çözümlenmeler yapılacaktır.

Yemeğin, dijital ortamlarda bir performans aracı olarak kullanılmasının, yansımalarının ve alımlanmasının başlıca üç boyutunun bulunduğu belirtilebilir.<sup>176</sup> Bunlardan birincisi *bireysel boyut* [*icracı: aşçı, şef*]; ikincisi *sosyal boyut* [*izleyici: müşteri, takipçi, kullanıcı*]; üçüncüsü de *sunulan* [*nesne: yemek*] boyutu.

### A. Bireysel Boyut ve Performans/Gösteri

Erving Goffman (2014, s. 113) tarafından geliştirilen benliğin sunumu yaklaşımı, insanların “başkalarının izlenimlerini yönetme biçimlerine” atıfta bulunması bakımından dikkat çekmektedir. Bu açıdan performans kavramı ise gündelik hayata ilişkin biçilen, gelişen/ortaya çıkan roller bağlamında benliğin yaratılması ve sürdürülmesinin temel bir bileşeni olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle bu yaklaşımda birey, “performans sahneleme işiyle meşgul bir izlenim imalatçısı olarak” (Goffman, 2014, s. 234) işaretlenmektedir.

Benliğin sunumunun başka bir bağlamı ise medya ve iletişim teknolojileridir. Dijital kültür çağında sosyal medyada insanlar tarafından inşa edilen kimlikler ve sergilenen davranışlar E. Goffman’ın yaklaşımının güncel bir olgusu ve örneği olarak yorumlanabilir. Yemek hazırlama çerçevesinde ortaya konulan bireysel performanslar ise yine bu kapsamda düşünülebilir. Bu bağlamda yemek pişirmek, şefin/aşçının mesleki hüner sergileme veya kendini gerçekleştirme, takdir bekleme (eline sağlık ifadeleri vb.) kimlik inşa etme, rol yapma, sembolik ve artistik bir iletişim kurma, etkileşim oluşturma ve -dijital ortamlar bağlamında- takipçi çoğaltma gibi işlevleri bulunan bir performans alanıdır. İracının (aşçının) jestleri, mimikleri, giyim-kuşamı, sloganı, imajı ve mekânı gibi faktörler performansın bireysel boyutunun işaretlenmesinde öne çıkmaktadır.

Yemek pişirmenin bireysel bir performans olarak çerçeveselendirilmesinde altının çizilmesi gereken asıl husus, yemeğe ilişkin bütün aşamaların birlikte göz önünde bulundurulmasıdır. Başka bir deyişle yemek pişirmek, genel bir ifade olup malzemeleri ateşin üstüne atmanın ötesinde düşünülmelidir. (Ayrıca bakınız: Symons, 2003b). Bu doğrultuda temizleme, doğrama (parçalama, kesme, kırma vb.), yoğurma, ateşi kullanma (pişirme teknikleri) tabaklama bir bütünün parçalarıdır.

<sup>176</sup> Dan-Ben Amos’un (2007) bağlam merkezli halkbilimi çalışmaları veya performans incelemeleri için önerdiği çözümleme modeli çerçevesinde düşünülmüştür.



Bu performansın başarılı ya da başarısız olması fiziksel ve fizyolojik olarak çerçevelenmektedir. Başka bir ifadeyle yemek gösterisi, fiziksel koşulların yanı sıra duyu fizyolojisi bakımından da hükme bağlanabilen bir performans çeşididir. Fiziksel boyut, performansın gerçekleştirilişindeki hareketlerin yanı sıra bu performansın bir sonucu veya toplamı olan yemeğin görüntüsünü kapsamaktadır. Fizyolojik boyut ise duyu organlarının devreye girişidir. Daha açık ifadeyle tat, koku, ses, görme, dokunma gibi fizyolojik süreçlerdir ve performansın sosyal boyutuna katılan kişilerin, yapılan ürünü derecelendirmesini içermektedir. Ayrıca yemek alanı, ürünün ortaya konuluşu bağlamında fizyolojik etki yaratabilmenin (beğendirebilmenin) yanı sıra fizyolojik sorumluluk üstlenilen bir performanstır. Örneğin yemeğin kokusu ve görüntüsüyle midelerde ziller çaldırmaya karşılık sağlığın korunması açısından da kritiktir.

Dijital bağlamlardaki performans biçimlerinde ise fizyolojik boyutun -dolayımı/aracılı- görme ve duyma dışındaki temel birimleri saf dışı kalmaktadır.

Dijital platformlarda yemeğin, bir performans biçimi ve aracı olarak sunulduğu bir yığın içerik/gönderi bulunmaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi genel bir kümelenmeye paralel olarak yer verilecek ilk örnek yemeğin, mesleki bir performans biçiminde sunulduğu temel paylaşımlardır. Performans kesitleri (reels video) şeklinde yapılandırılan bu gönderilerde genellikle herhangi bir yemeğe ilişkin birkaç aşamanın birleştirildiği görülmektedir. Örneğin döner bıçağıyla döneri kesme şeklinde tek tür bir performans sergilenmesinin yanı sıra kebabı şişe takma, kebab piştikten sonra lavaşa çekme, soğan ve domates doğrayıp dürüm yapma gibi birkaç aşamanın birleştirildiği performanslar da sosyal medyanın çok rastlanılan içeriklerindedir.



**Foto 25: Mesleki Bir Performans Örneğinden Kesitler (Adanalı Ciğerci Mehmet Usta) (URL68).**

Bu tür gönderilerin genel niteliği ve -dijital dünyadaki- ilk aşaması reel fiziksel bağlamdaki mesleki performansların dijital platformlardaki izdüşümleri olmalarıdır. Dijital medyanın aktif ve profesyonel kullanımıyla birlikte geleneksel meslek ortamının gündelik ustalık pratikleriyle örülü gösterileri, daha fazla artistik ve iletişimsel bir performans yapısına büründürülmektedir. (Alpyıldız, 2021, s.184). Mesleki performansın başarıyla gösterime sunulabilmesi için bir taraftan birbirinin kopyası girişimlerin, diğer taraftan da özgünlük/özgünleşme yarışının başladığı ve devam ettiği belirtilebilir. Başka bir ifadeyle yemeğe ilişkin mesleki performanslarda dijital ortamlara özgü (dijital ortamlar için) içerik oluşturmanın önem kazandığı ve öne çıktığı vurgulanabilir.



**Foto 26: Kasap Nihat'ın Zirhla Gerçekleştirdiği Performans ve Hatay Usulü Kâğıt Kebabı (URL69)**



Foto 27: Zırhların Efendisi lakaplı Kasap Nihat Mesleki Performansına Ait Video<sup>177</sup> (URL70)

Yukarıda *Zırhların Efendisi* lakaplı Kasap Nihat'ın zırhını havada döndürerek gerçekleştirdiği performanslar sonucunda Hatay usulü kâğıt kebabı yapmasına ait sosyal medya içeriği bulunmaktadır. Bu (tür bir) performans genel hatlarıyla şöyle çözümlenebilir:

Kasapların bıçağını masatla bilemesi bir çeşit peşrev; tekerleme; açış/taksimdir. Demircelikten kesici âletlerin birbirine sürtülmesiyle çıkan/çıkarılan yansıma sesler performansın başlayacağını görsel-sesli kodlamalarıdır. Başka bir deyişle “performansın yorumsal çerçevesi” (Baumann, 1975, s. 297) çizilmekte ve bu doğrultuda anlaşma/iletişim kurulmakta ya da buna altyapı sağlanmaktadır. İcracının (kasabın) malzemeyi biçimlendirmek için sergilediği bu tür sanatsal/iletişimsel bir mesleki performansın kendisi, malzemenin (otun-etin) psikolojik dönüşümüne geçiş izni vermekte; başka deyişle bu tür performans “gerçek anlamsal çerçevenin” (Çobanoğlu, 2005: 274) doğrudan karşılığını dolaylı, imgesel, sembolik bir yapıya büründürmektedir. Basit ama karışık malzeme, bir yemek olmaktadır.

İcracının temel enstrümanı olan zırhın kullanıldığı taban olan doğrama tahtası, malzemenin inceltilmesinin yanı sıra performansın gerçekleştirildiği ve ölçütlendirildiği bir zemin işlevindedir. Mekânı tanımlayan ve tamamlayan bu maddi öğeler, performansın sosyal boyutunda konumlanan izleyicilerin (müşteri, takipçi vb.) fizyolojik noktalarının yakalanmasında etkilidir. Başka bir ifadeyle doğrama tahtası üzerindeki işlem sırasında

<sup>177</sup> Microsoft Word 2021 yazılımı kullanılarak ve ağ bağlantısı sağlamak koşuluyla görüntünün üzerindeki alana tıklanarak video izlenebilir.

kesici demir-çelik âletlerle çıkarılan ritmik sesler, mesleki performansın hem metronomu hem de müşteriye/seyirciyi/takipçiyi performansın içine çekmek için onların uyarılmasını sağlayan tartımlardır. (Alpyıldız, 2021, s. 185-186). Gerçek ve dijital dünyada birçok örneğe rastlanılacağı üzere seri bıçak hareketleriyle soğan ve biber doğramak, zırhtan kıyma çekmek, kokoreç doğramak vb. işlemler performansın göze ve kulağa hitap eden düzenli ve düzensiz ritimleridir. Bu tür işlemler sırasında malzemeye bakmadan malzemeyi doğramak ise gözü kapalı (!) başarılı bir performans gerçekleştirilebileceğinin ispatı olarak işaretlenmektedir. Enstrümanın perde veya klavyesine bakmadan çalgıyı icra edebilme yetisine benzer olarak profesyonelce mutfak âletleri kullanılması, yemeğe ait malzemenin biçimlendirilmesi için de geçerli bir performans kesitidir.

Yukarıdaki zırh örneğinde olduğu gibi profesyonel mutfak araçları-gereçleri kullanmak ustalık göstergesi olduğu kadar “kendi bedeninden yararlanma biçimidir”. (Mareel Mauss’a atfen, Giard, 2008, 242). Vücudun uzantıları şeklinde icat ve imal edilen âletler, beden evrilen hareketleriyle uyumlu hale getirilip icra edilerek “performansın anahtarı” (Baumann, 1975) veya “icrasal çerçeve anahtarı” (Çobanoğlu, 2005, s. 275) şeklinde de yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda yemeğin bir performans alanı olarak kullanılmasında ve öne çıkmasında bu türden bir “âletleşme ilişkisinin” (Giard, 2008, s. 252) varlığı, icranın (işlemin) ve iletişimin seyrini yönlendiren bir direksiyon işlevindedir.

Diğer taraftan insanlık tarihinin büyüleyici buluşlarından olan ateş ise yemeğin pişirilmesinin ana bileşeni olmasının yanı sıra gastro gösterinin de temel bir unsurudur. Yemek pişirmek, “çiğ gıdanın ısı kullanılarak dönüştürülmesi” (Symons, 2003b, s. 458) veya yiyeceğin biçimlendirilmesinden başlayarak aşçının ateşi görsel olarak da kullanma becerilerinin işlendiği bir alandır. Bu açıdan yemek pişirme performansının bütün aşamalarında ateş, yiyeceklerin çekiciliğini artırma işlevine ek olarak göz bağıcılığın maddi ve sembolik bir ögesidir.

Dijital kültür ortamlarında ise son yıllarda artan bir eğilim doğrultusunda herhangi bir çiğ yiyeceğin pişmiş ürüne dönüştürüldüğü zemin (fırın, tandır, mangal vb.) ve araçların (ateş tabancası vb.) yansıtılması gastro gösterinin temel bir çerçevesi haline gelmektedir. Başka bir çalışmada belirttiğimiz üzere “sosyal medyada yemeğin görüntülü/sessiz olarak (fotoğraf) sunumundan görüntülü/sesli olarak sunumuna (video) uzanan bir gelişim söz konusudur. İlgi çekici ve iştah açıcı özel yemeklerin yalnızca fotoğraflar aracılığıyla

verilmeye başlandığı bu sürecin, kısa sesli videolarla takipçilere duyurulması şekline döndüğü gözlemlenmektedir. Teknolojik uygulamaların çeşitli kullanım olanaklarının genişletilmesiyle uygulanabilen bu yöntemde asıl amaç, kültürel ekonomik bir unsur olarak yemeğin tanıtım işlevinin açığa çıkarılması ve etkin hale getirilmesidir. Bu görüntülü/sesli yemek tanıtımlarında sosyal alanda yaygın olarak kullanılan önce göze sonra kulağa ilkesi takip edilmektedir. Bir yemeğin görüntülü/sesli olarak sunulması yemek üzerinde dikkat toplama, uzaktan anı yaşatma, can çektirme/ağzını sulandırma, görüntüye dinamizm-gerçeklik-etkileycilik kazandırma, ustalık ve yaratıcılık sergileme işlevlerine sahiptir. (Alpyıldız, 2019 s. 113).

Özetle, dijital platformlarda yemeğin bir gastro performans olarak sergilenmesi için var olan kültürel alt yapıya kat çıkmaktadır.

Bireysel performans-gösteri bağlamında çözümlenebilecek diğer boyut ise mesleki (profesyonel) ya da amatör performanslarla harmanlanmış ve yemeğin sıra dışı bir gösteri nesnesi olarak konumlandırıldığı gönderilerdir.

Bu açıdan dijital ortamlarda seçtiğimiz ilk dikkat çekici örnek Türkiye'nin gastronomi şehri olan Hatay'ı ülkeye ve dünyaya tanıtmaya amacıyla kurulan *Hatay Medeniyetler Sofrası* adlı restoran zinciri ve onun *Czn Burak* olarak da bilinen Burak Özdemir adlı kurucusudur.<sup>178</sup> Bloomberg Tv Reel Sektör programına restoranın kuruluş amacını anlatan Burak Özdemir'in görselliğin veya gastro-gösterinin kendileri için önemli bir kriter olduğunu belirtmektedir. (URL 71). Bu doğrultuda ünlü isimlerin de uğrak noktası olan mekânın bu kişilere yaptıkları uzun lavaşlara ve pidelere çörek otundan adlarını yazarak taraftar atkısını çağrıştıran görsel bir zenginlikle hediye etmeleri; tuzda pişirilmiş tavuğun masa başında tuzundan kırılması ve parçalanması; alevli bir şekilde masa başına getirilen testi kebabının yine kırılarak servis edilmesi gibi göz alıcı sunumlar bulunmaktadır. Burada dikkat çekici bir nokta Czn Burak'ın YouTube ve Instagram hesapları geçmişten günümüze doğru tarandığında yemeğin dijital ortamlarda bir performans aracı olarak kullanılmasının yaratıcı örneklerinin son zamanlarda çoğalmasındır. Bazı örneklerle şu şekilde yer verilebilir:

<sup>178</sup> Nusret gibi dünya çapında bir üne kavuşan B. Özdemir'in Instagram hesabının 40 milyondan fazla takipçisi vardır.





Foto 28: Eski bir çamaşır makinesinin içini boşaltıp kuzine soba yapması (URL72)



Foto 29: Galata Kulesi biçimiyle kabak tatlısı (URL73)



Foto 30: Kemikli Etli Yaprak ve Biber Dolmasının Sunumu (URL74)



Foto 31: Czn Burak'ın Yemek Videolarından Kesitler (URL75)<sup>179</sup>

<sup>179</sup> Microsoft Word 2021 yazılımı kullanılarak ve ağ bağlantısı sağlamak koşuluyla görüntünün üzerindeki alana tıklanarak video izlenebilir.

Roland Barthes'a (2013, s. 25) göre yemek, iletişim sisteminin işlevsel birimidir. Bu sistem içerisinde "gösterilenin değişmesine tekabül eden" çok çeşitli dizgeler mevcuttur. Yemeğin, bireysel bir performans-gösteri alanı ve aracı olarak yapılandırılmasında dijital ortamlar bu amaçlara işlevsel zemin hazırlamaktadır. Başka bir ifadeyle "yemeğin bir tüketim maddesi ve bir kitle eğlencesi biçimi olduğunun sinyalleri" (Finkelstein, 1999, s.131) dijital kültür araçlarıyla güçlendirilmektedir. Bu açıdan dijital kültür araçları, yiyecek üzerinden ve yiyeceğe anlam üretmenin yeni bir bağlamı olarak öne çıkmaktadır.

Yukarıdaki örnekler "yemeğin, eğlence endüstrilerine nasıl dahil edildiğinin" (Finkelstein, 1999) renkli çıktıları arasındadır. Gösteri dünyasının bireysel performansları olan sunulan bu tür içerikler/gönderiler, sosyal medyada gezinme aktivitesinin ağız sulandıran eğlenceleri şeklinde yapılandırılmaktadır. Yemeklerin, bireysel bir gösteri şeklinde sosyal medya gönderilerine dönüşmesi, elektronik kültür ortamlarından televizyonla başlayan (şu yemek) nasıl yapılır türünden bir anlayışa, farklı eşikler atlatılmaktadır. Verilen örnekler incelendiğinde (hatta verilmeyenler göz önünde bulundurulduğunda) izleyici/takipçi/müşteri olarak gerçek hayatta (evde, mekânda vb.) deneyimlenemeyecek içeriklerin peşi sıra tüketirildiği bir süreçten geçildiği belirtilebilir. Dijital ortamlara özgü üretilen bu içeriklerde yemek, gösterinin bir nesnesi olmaktadır. G. Debord (2018, s. 17) tarafından vurgulandığı üzere "gösteri, kendinden başka hiçbir şeye varmak istemez". Bu tür örneklerde yemek, kendisi bir gösterge olmak yerine gösterge taşıyıcısı olarak çerçeveselendirilmektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemekler, Czn Burak ve benzer profillerdeki hesapların *kendin çek, kendini çek reklamlarının* izleyiciler üzerinde iştah kabartan ve dikkat cezbeden aracı olarak konumlandırılmaktadır.

Bu çalışmada yer verilecek başka bir örnek ise "Baruthane Pilavcısı"dır. Kendi anlatımıyla bakkaldan aldığı beş kilo pirinçle meslek hayatına başlayan ve annesinden pilav yapmayı öğrenen Nedim Şahin, bugün sosyal medya fenomeni haline gelerek günde bir ton pilav satan bir seviyeye ulaşmıştır. (URL76). Dükkanında nohutlu veya tavuklu pilavın yanı sıra geleneksel Türk yemek kültürüne ait tencere yemekleri olarak da nitelendirilen yemekler satılmaktadır.





Foto 32: (Solda) Baruthane Pilavcısına Ait Logo, (Sağda) Mesleki Performansından Bir Video<sup>180</sup> (URL77)



Foto 33: Baruthane Pilavcısının Gösterisinden Bir Örnek (URL78)



Foto 34: Baruthane Pilavcısının Gösterisinden İkinci Örnek ve Bu Gönderilere Yorumlar (Aşağıda) (URL79-URL80).

<sup>180</sup> Ağ bağlantısı sağlamak koşuluyla belgenin üzerine tıklanarak ilgili video izlenebilir.



Geleneksel Türk yemek kültürüne ait repertuar içerisinde nohutlu-tavuklu pilav ve çeşitli tencere yemekleri yapan “Baruthane Pilavcısı”nın sosyal medyada imaj inşası ve etkileşim yaratma amacıyla gerçekleştirdiği gösteriler, geleneksel yemeğin kendisini belirsizleştiren olumsuz bir işlev ortaya çıkarmaktadır. Bir tencere pirinç pilavının üzerine bir o kadar ketçabın dökülmesi ve yine bulgur pilavının üzerine gelişigüzel yoğurt boca edilmesi hem geleneksel Türk yemek kültürüyle hem de gastronomik açıdan bağdaştırılamayacak olumsuzlukları meydana getirmektedir. Bunlardan birincisi yemek, karın doyuran nimet kodlamasından çıkarılarak gösteri eşyası olarak kullanılmaktadır. İkincisi ise izlenilmeye değer bir nesne olan yemek, gösterinin (sözde) ilgi çekiciliğini artırmak için kullanılan yöntemlerle kimlik kaybına uğratılmaktadır. Tezgâha serilen yemeklerin sosyal medya paylaşımı sonrası akibeti soru işaretleri oluşturmaktadır. Bu açıdan bir savurganlıktan söz edilebilir. Gönderinin altına yazılan takipçi yorumlarından da bu tür serzenişlerin dile getirildiği görülmektedir.

Diğer taraftan yukarıdaki video (URL77) izlendiğinde geleneksel Türk yemek kültürünün yanı sıra tat fizyolojisi bağlamında örtüşürülemez bir tabaklama örneğinin sergilendiği belirtilebilir. Gastro gösterinin önemli bir aşaması olan tabaklama (sunum) fizyolojik belirleyicilerle örülü kültürel estetik bir performanstır. Başka bir ifadeyle yiyeceklerin tabaklarda yan yana getirilişinde görüntü ve lezzet uyumluluğunun yanı sıra kültürel faktörler de belirleyicidir. Bu doğrultuda genişçe bir tabağın içerisine gelişigüzel ve alabildiğine porsiyonlar koymak çeşitli yemekleri fiziksel ve fizyolojik olarak

belirsizleştirmektedir. Beş yıldızlı otellerin açık büfelerinde yemek bitecek kaygısıyla acele içinde tepeleme doldurulan yiyeceklere benzer bir sunum, sosyal medya dünyasında izlenebilirlik açısından getirisi olabilen bir yöntem olabilmesine karşılık -dijital dünyadaki çoğu örnekle karşılaştırıldığında- belirli bir yaratıcılığın dışındadır. Debord (2018, s. 18) tarafından vurgulandığı üzere bu gösteri “bizzat kendisi için gelişen iktisattan başka bir şey değildir. O, şeylerin üretiminin sadık yansıması ve üreticilerin aslına bağlı olmayan nesneleştirilmesidir”.

Performansın kişisel cephesi bağlamında *Baruthane Pilavcısı* örneği performansın belirleyici unsurlarından olan giyim-kuşam, fiziksel özellikler, davranışlar ve yüz ifadeleri gibi etmenlerin nasıl işlevsel olarak kullanıldığını da göstermektedir. Kişisel bir imaj oluşturma bağlamında bırakılan kaytan bıyıklar, kullanıcıların sosyal medyadaki gezintilerindeki farkındalıklarına atılan uzun ağlara benzemektedir.<sup>181</sup> Burada “imajın koruyucu gücüne duyulan genel inancının dışa vurulması” (Robins, 2013, s. 50) söz konusudur. Başka bir açıdan ifade etmek gerekirse “imajlar, şaha kalkan enformasyon sistemleri içine yerleştirilmektedir” (Robins, 2013, s. 76). Dijital teknolojiye gelişmeler ve bu ortamlardaki görünürlüğün boyutlarının katlanmasıyla birlikte bu tür gösterilerle yemeğin niteliğine dair farklı bir gerçeklik inşa edilmektedir. *Yemek, imajın tüketilmesi için bir arayüz olarak kullanılmaktadır*. İmajın referansta bulunma özelliğiyle sosyal medyada takipçisi fazla ve oldukça etkileşim alabilen bu tür hesapların tanıtımını yaptıkları yiyeceklerin niteliği, dijital dünyadan gerçek dünyaya doğru bir yörünge çizmektedir. Dijital araçlarda çizilen imajın hem kendisine hem de yemeğe sahip olmak için imaj sahiplerinin mekanları ziyaret edilmektedir.

Yemek merkezli veya aracılı performansının bireysel boyutuna dair verilebilecek örnekler içerisinde son zamanlarda sosyal medyada genişleyen bir tür eğilim göze çarpmaktadır. Dijital dünyadaki var olma ve öne çıkma mücadelesinde yaratıcılığın sınırlarının zorlandığı bu örnekler, pastoral gönderilerdir.<sup>182</sup> Başka bir ifadeyle pastoral atmosfer içerisinde kır/köy yaşamının betimlendiği; doğayla iç içe olmanın dinginliğinin işaretlendiği bu paylaşımlarda yemek pişirme gösterisi çeşitli formatlarda sunulmaktadır.

<sup>181</sup> Sosyal medyada ayrıca çizgi film kahramanı yüzüyle sürekli sırtanlar; sinirli ve saldırgan tavırlarıyla müşterilerini azarlayanlar, giyim-kuşamıyla Hollywood’un western filmlerindeki kovboy imajı çizenler vb. Türk gastronomisinin (!) yeni tiplerini şekline karşımıza çıkarmaktadır.

<sup>182</sup> *Spart4nn/Cemil Ceylan, Lezzet Ormanda/Murat Pala, Orman Lezzetleri/Çağatay Mutlu ve Murat Akay* adlı hesaplar bu bağlamda örnek gösterilebilir ve incelenebilir.

Doğanın dijital ortam için mutfak stüdyosuna dönüştürüldüğü bu gönderilerde, doğada kolaylıkla pişirilebilecek yemek listesinin ötesinde ciddi bir hazırlık yapıldığı anlaşılmaktadır. Kısaca bu örnekler amatör yaratıcı bir aşçılığın icrası görünümündedir.

Gastro gösterinin veya performansın bireysel boyutuna dair son olarak şunlar söylenebilir:

Yemek kültürüne dair gösteri dünyasının dinamik ve belirleyici bir bağlamı haline gelen sosyal medyada “bir kase çorbanın görüntüsünü paylaşmak” (Çaycı, 2019a, s. 2) dijital kültürün yapı taşlarına ait bir içerik olarak kabul edilmemekte veya alımlanmamaktadır. Buna karşılık dijital dünyanın yaygın ritüelleri olarak ete tuz dökme, fırınlanmış parça eti kemiğinden ayırma, eti dövme, pişmiş etin/kebabın sulu kaldığını göstermek için eti sıkma, tereyağı eritme, eriyen peyniri uzunca sündürme, taş fırından çıkan pideyi satırla çıttırtı duyuracak şekilde dilimleme, tatlıların içinden çikolata sosu akıtma, yemeğin sesine dair cızırtılara yer verme, devasa kazanlarda et soslama, metrelerce kebab yapma gibi sayısız gösteriler birbirini kovalamaktadır. Orijinal içerik yarışının vardığı nokta ise genellikle birbirine benzeşim (taklit) olmaktadır.

Dijital dünyada yemeğin bireysel bir gösteri olarak sunulmasında dikkat çekici faktörlerden birisi de ilgili içeriğin arka planında çalınan müziklerdir. (Bu faaliyet aynı zamanda gezgin-fenomen hesaplar tarafından tanıtımı yapılan kişi-mekân-yemekler için de söz konusudur). Teknik altyapının gelişmesine ve çeşitlenmesine paralel olarak yer bulan bu paylaşım biçiminde geleneksel bağlamın doğrudan aktarıldığı görüntü ve ses bütünlüğünün yanı sıra geleneksel bağlam ve dijital bağlamın harmanlandığı veya geleneksel bağlama dair doğal ses yansımalarının pasifize edildiği örnekler bulunmaktadır.

Geleneksel bir bağlamda mesleki veya amatör bir performansın gerçekleştirildiği ortama dair yemeğin kendi ya da dolaylı sesleri bulunmaktadır. Yemek hazırlanırken çıkan/çıkarılan her türlü yansıma seslerin (cızırtı, fokurtu vb.) yanı sıra yemeği yapan ve yiyen insan sesleri de bu yapının parçasıdır. Örneğin “ticari yeme-içme mekânlarında, icranın bir gösterme biçimi olarak yararlanılan, iştah açmak, servise çekicilik katmak ve ortam büyüsü oluşturmak gibi amaçlarla bilinçli olarak çıkarılan sesler (testilerin masada kırılması; yemeğe masada eritilmiş tereyağı dökme sesi); yemeğe davet sesleri ve satılan ya da servis edilen şeye dikkat çekme sesleri” (Kara, 2018 s. 439-440) bu kapsamdadır.

Yemeğin yapıldığı, satıldığı ve yenildiği ortamlara ilişkin bilinçli ya da bilinçsiz olarak dijital ortamlarda paylaşılan bu içerikler, meslek folkloru ve davranış folkloru bağlamında önemli verilerdir. Bu tür paylaşımların en önemli (hatta kapalı) işlevi ise kayıt altına alınan bir bellek oluşturmasıdır.

Diğer taraftan yemeğin bireysel bir gösteri olarak sunulmasında arka planında çalınan müzikler ise farklı türler içermektedir. Bu çalışma geleneksel Türk yemek kültürü merkezli yürütüldüğünden geleneksel yemeklerin/lezzetlerin gösterimleri incelendiğinde bağlamsal bütünlüğün oluşturulmadığı çok sayıda örneklerle karşılaşmaktadır. Örneğin Denizli’ye ait tarihi bir tandır kebabçısı tarafından lavaşları etin yağına batırıp tepsiye servis ettiği bir görüntü *Mozart’ın 40. Senfonisi* ile (Symphony No. 40); meşhur bir kadayıfçı tarafından fıstıklama, şerbetleme ve kesme gibi işlemlerinin *Sage The Gemini* adlı rapçinin *Tick Tick Boom* şarkısıyla; Türk kültürü içerisinde manevi boyutuyla önemli bir yer kaplayan aşurenin yapımı sırasında *The Bryan Ferry Orchestra*’sından *Young and Beautiful* şarkısıyla; gözleme yapmak için hamurun yoğrulması ve açılmasının ise bağlama ve gitar birlikteliğiyle enstrümantal olarak *Terk Etmek Ne Kadar Kolay* adlı İbrahim Tatlıses şarkısıyla; Hatay yöresine ait bir restoranın yemeklerinin ve mezelerinin olduğu vitrinin, pavyon veya düğün salonu tarzındaki elektro bağlamayla icra edilen bir oyun havasıyla yansıtıldığı belirtilebilir.

Dijital çağdaki bu tür gastro gösterilerde bir çeşit “müzik döşemeciliğinin”<sup>183</sup> yapıldığı söylenebilir. Dijital platformun mevcut repertuarından kişisel ilgi ve beğenilere göre serpiştirilen müziklerle anlam bağlamı koparılmaktadır. Göstergebilimsel bir çözümlemeyle “gösteren ile gösterilen arasındaki doğal bağıntı” (Guiraud, 2016: 43) başka bir ifadeyle nedencilik kurulamamaktadır. Gösterilen yiyecek (hatta kişi ve mekanla) ilişkilendirilemeyecek veya çağrıştıramayacak bir çatı vardır.

Diğer taraftan nasıl yapılar türünden paylaşımlarda veya çeşitli gastro şovlarda Türk halk müziği repertuarından genel olarak bilinen ya da yakın zamanda meşhur olan ezgilerin eklendiği de görülmektedir. Örneğin *Samsak Döveci* türküsünün Instagram’da yemek

<sup>183</sup> Türk besteci, film yapımcısı ve yönetmeni Nedim Otyam tarafından literatüre dahil edilen müzik döşemeciliği ifadesi, Yeşilçam sinemasında uzun yıllar boyunca filmin temasına, konusuna, karakterine, sahnelerine özgü plak repertuarından seçilen müziklerin filme yerleştirilmesi olarak tanımlanabilir. (Konuralp, 2004). Kısaca özgün film müziği bestelemenin yerine arşive başvurmadır.

merkezli gönderilere de eklenmesi yemek ve müzik arasında doğal bir bağıntı oluşturmanın yanı sıra halk müziği eserini yaygınlaştırma işlevi de görmektedir.

Sosyal medyada (geleneksel) yemek kültürü merkezli içerik oluşturmada Türk halk müziğinin doğrudan, kesin, koşulsuz veya sürekli yer alma zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu tarz bir yaklaşım, değişime ve gelişime kapalılığı hatta dayatmayı da gündeme getirebilir. Anlam bağlamı sağlanarak halk müziğinden ezgiler dahil Türk müziğinin farklı türleri bu gönderilere eklenebilir. Dijital ortamlardaki bu tür bireysel performanslarda veya gösterilerde, gösterilenin (anlam/çağırışım/tema) yapısına uygunluk göz önünde bulundurulabilir. Örneğin bir yemeğin pişirilmesi sırasında zamanı hızlandırmayı (yemeğin pişmesini, aç karınların sabırsızlığını yatıştırmayı vb.) çağırıştırabilecek Hababam Sınıfı müziği veya Esin Engin Orkestrası'ndan Saffet Efendi ezgisinin yerleştirildiği daha uygun gönderilere rastlanmaktadır. Yine gastro nostaljik bir yemeğin pişirilmesinde ise temayla uyumlu hüzün çarkının etrafında dönen besteler düşünülebilir. Bu bağlamda müziğin anlatım gücü ile sunulanlar örtüştürülebilir.

## **B. Sosyal Boyut ve Performans/Gösteri**

Artistik veya sanatsal bir eylem ve iletişim biçimi olarak kabul edilen folklorda, icranın gerçekleştiği çevre bütünüün temel birimlerinden birisi de sosyal boyuttur. Başka bir ifadeyle icra, icracı ve metin/ürün/nesne üzerindeki belirleyici unsurların başında izleyici/seyirci faktörü gelmektedir. Performansın niteliği, aktarılış biçimi ve aracına göre icranın hitap ettiği grubun/kitlenin yapısı değişebilmektedir. Dijital kültür ortamlarında ise genellikle dolayımli/aracılı (mediated) veya kaydedilmiş performansların kullanıcı/takipçi olarak adlandırılan alımlayıcıları söz konusudur.

Yemek kültürü bağlamında performansın sosyal boyutu iki açıdan önemli görülebilir. Birincisi yemek aracılı veya merkezli performansın-gösterinin bireysel boyutunun hitap ettiği kitlenin, icrayı-gösteriyi-gönderiyi izleme nedenleri; ikincisi de bireysel performansın derecelendirilmesinde alımlayıcıların kimlikleri, pozisyonları (müşteri, takipçi vb.) ve kriterleridir. Bu açıdan ilk temel soru şu olabilir: Yemek, bir performans ve gösteri alanı olarak neden izlenilir? İkinci soru ise bu performans nasıl derecelendirilir? Dijital ortamların bu faktörler içerisinde yeri nasıl konumlandırılabilir? Yine bu bağlamda sosyal medyada yemeklerin göz alıcı (bilinçli-bilinçsiz, anlamlı-

anlamsız, gerekli-gereksiz vb.) şekillerde sunumu izleyiciler/takipçiler/kullanıcılar boyutunda nasıl yorumlanabilir?

Erving Goffman (2014, s. 28) tarafından “belli bir durumda belli bir katılımcının diğer katılımcılardan herhangi birini etkilemeye yönelik tüm etkinlikleri” şeklinde tanımlanan performans kavramı, anlaşılacağı üzere başarı üzerine kuruludur. Başarı olgusu ise - işlevsel halkbilimi kuramı perspektifinde- metnin kendisinin ona tepki gösterecek bir izleyici kitlesine sunulmasıyla” (veya sosyal boyutuyla) derecelendirilir ve anlamlandırılır. Marvin Carlson (2013, s. 79) tarafından belirtildiği gibi “performansçının şöhreti, belli ölçüde o performansa ilişkin alımlama varsayımı üzerine kuruludur”. Başka bir ifadeyle performans üzerinde karşılıklı iletişim ve etkileşim moduna gönderme yapılmaktadır.

Bir performans ve gösteri alanı olan yemek ise yalnızca -her türlü sunum açısından- seyir temelli değil duyu fizyolojisi bakımından da hükme bağlanabilen bir performans çeşididir. Başka bir ifadeyle performansın başarısının ölçülmesi, fiziksel ve fizyolojik olarak çerçevelendirilmektedir. Yemeğe ilişkin (ürün/nesne ya da sunum/gösteri) performansın kötü olması fiziksel dışavurumların yanı sıra (yüz buruşturma gibi) fizyolojik tepkilere de (mide yanması, kusma gibi) yol açabilmektedir. Bu bağlamda ürünün ve performansın, izleyen ve yiyen nezdinde oluşturduğu etkinin niteliklerinin belirlenmesi işlevsel açıdan önemli olmaktadır.

Marvin Carlson’a (2013, s. 26) göre “performans, her zaman biri için performanstır; onu bir performans olarak tanımlayacak ve değerlendirecek bir tür seyirci, o seyirci kişinin kendisi bile olsa şarttır”. Yemek kültürüyle doğrudan örtüşen bu yaklaşımın en somut göstergesi, kişinin pişirdiği yemeğin tadına önce ya da yalnızca kendisinin bakmasıdır. Yine Carlson’a (2013, s. 65) göre performans yaklaşımlarında “seyircinin işlevi kadar performansçının performans sürecine bilinçli katılımını da dikkatle hesaba katma zorunluluğu vardır”.

Yukarıdaki temel soruya dönecek olursak yemek, bir performans-gösteri alanı olarak neden izlenilir? Bu çerçevede (izleyici boyutunda) şunlar düşünülebilir:

- i. Malzeme dönüşümü merakı (Alpyıldız, 2019, s. 113)
- ii. Mutfağın sırrını çözme güdüsü
- iii. Mesleki ustalık ve yaratıcılığın işlemsel aşamalarına tanık olma hissi (Alpyıldız, 2021, s. 187)
- iv. Yenirlik ve yenmezlik ekseninde repertuar bilgisini oluşturma ve genişletme

- v. Farklı pişirme yöntemlerini öğrenme
- vi. Psikolojik tatmin (bilinçdışı arzular vb.)

Dijital platformlardaki kültür ekonomisi avcıları tarafından yukarıdaki faktörler doğrultusunda dijital evrendeki meraklı gözler ve obur zihinler hedef alınmaktadır. İzleyiciler açısından elektronik ve dijital ortamların geleneksel bağlamlardan temel farkları performansla eş zamanlı veya performans sonrası tadım yapılamaması; yemeğin kokusunun alınamaması; kaydedilmiş gösterimlerde icracıya canlı müdahale (sözlü, sözsüz, fiziksel) edilememesidir. Kısaca yüz yüze olmayan bu bağlamda fiziksel ve fizyolojik faktörlerden birkaçı elenmek durumundadır. Bu olgular, dolayımı/aracılı (mediated) performansların ve ilgili içeriklerin genel anlamda ortak özelliğidir.

Dijital ortamlar, *“ürünün çiğken doğaya, piştikten sonra kültüre ait olduğu”* (Levi-Strauss, 2013) tezinin önemli bir göstergesi olarak malzeme dönüşümü merakının giderilmesine daha yakından mercek tutmaktadır. Başka bir ifadeyle dijital platformlarla (sosyal medya) herkesin eline bir mercek verilmekte; ya da merceklerin dereceleri büyütülmektedir.

Massimo Montanari (2006, s. x1, x11) tarafından vurgulandığı üzere yemek, doğada hazır halde bulunanın ötesindedir. Bu açıdan “gıda sisteminin insan deneyimindeki baskın değerleri, kesin olarak doğallık terimleriyle tanımlanmaz. Yemek hazırlanınca kültür haline gelir”.

Dijital platformlarda yemeğin nasıl yapılır türünden videolarından başlayarak her türlü gösterinin şaşırtıcı, büyüleyici veya abartılı sunumlarının psiko-sosyal ve psiko-kültürel kökenleri bu yaklaşımlarda aranabilir. Dijital içeriklere ulaşmaktaki kolaylık ve içeriklerin çeşitliliği de bunda etkindir. İnternet kullanımının toplumun geniş kesimine yayılması ve sosyal medya hesaplarının çoğalmasına paralel olarak yemekle ilgili bir yığının oluştuğu gözlenmektedir. Geleneksel Türk yemek kültürü açısından bu durumun önemli işlevi ise dijital tabanlı bir bellek oluşmasıdır. Her ne kadar bilgi ve süre açısından yapılandırılmış (kısaltma vb.) olursa olsun bu olgu kayda değerdir. Herhangi bir ev hanımı, sokak satıcısı, şef-aşçı gibi yemeğin üretiminde konumlanan insan faktörünün ve onların verdikleri geleneksel bilgilerin yanı sıra araç-gereç ve mekâna dair de dijital tabanlı bir veri kümelenmesi söz konusudur.



Diğer taraftan dijital dünyanın temel gönderilerinden ve gösterilerinden olan yemek kültürüne dair içerikleri izleyen gözlerin çoğalması, (geleneksel) bilgiden yararlanıp bunun uygulamaya dönüştürülebileceği bir dinamizm yaratabilmektedir. Buna karşılık bu içeriklerin eğlence ve boş zaman geçirme gibi tüketicinin vasıfsızlaşmasını katmerlendiren bir durum da yarattığı eklenebilir.

### **C. Performansın/Gösterinin Nesnesi veya Gösterge Olarak Yemek**

Yemek hem performansın ürünü/nesnesi<sup>184</sup> hem de maddi bir ürün/nesne olarak göstergedir (gösterenin kendisidir). Bu gösterge, performansa ait çerçeveselendirilen ve derecelendirilebilen bir unsur olabileceği gibi alımlayıcının nesne üzerindeki özsel çağrışımlarını da kapsayabilmektedir. Bu bağlamda göstergebilimsel çözümlerlerin bu konunun genişletilmesi için önemli bakış açıları sağlayabileceği belirtilebilir.

Temel anlamıyla “gösterge, bir anlamla (gösterilen) o anlamın soyut bir temsilini (gösteren) birleştiren toplumsal bir inşadır” (Carlson, 2013, s. 89). “Gösterimin doğasını araştıran göstergebilim ise ilişkiler dizgesiyle dünyayı anlama biçimidir” (Gottdiener, 2005, s. 15). Bu doğrultuda göstergebilimsel çözümlerde gösteren, düz anlam; gösterilen ise yan anlam (ikincil kavramlar, imgeler vb.) boyutunda incelenmektedir. Bununla beraber gösterenle gösterilenin arasındaki bağlantının nedenli veya nedensiz olması da bu yaklaşımın özelliklerinden birisidir. Nedenlilik, gösteren ile gösterilen arasındaki doğal bağıntı” (Guiraud, 2016, s. 43) olarak kabul edilmektedir.

Her türlü bir gösterge olarak yemek ise yan anlamlarla örülü fizyolojik ve psikolojik bir uyarıcıdır. Yemek yine psikanalitik bağlamda bilinç dışında faaliyet yürütülen bir alan veya bilinç katına çıkarılan bir tetikleyicidir. Tüm bu faktörlerden dolayı dijital kültür çağında yemeğin bir performans nesnesi/ürünü hem de çeşitli türden bir gösterge olarak konumlan(dırıl)masında temel dinamiklerin neler olduğu sorgulanabilir. Bu çözümlerlerin aynı zamanda yemek ve performans ilişkisinin yukarıda sınıflandırdığımız boyutların içerisinde bütünleştirilmesi anlamı taşıyacağı da belirtilebilir.

Dijital kültür platformlarında yemeğin, performansın-gösterinin bir nesnesi veya gösterge şeklinde dinamik bir unsur olarak yer almasının başlıca psiko-sosyal ve psiko-kültürel

---

<sup>184</sup> Ortaya konulan/çıkarılan anlamında.

faktörlerinden birisi “et” ve kasaplık mesleğidir. Etin önemine dair öncelikle şu çözümler yapılabılır.

Et, insan türünün biyolojik gelişim çizgisi içerisinde önemli bir protein kaynağıdır. Bu açıdan insan türünün beslenme fizyolojisi tarihi içerisinde et, insan beyninin boyutlarının muazzam ölçüde büyümesinin, bugünkü boyutlara ulaşmasının ve bağırsaklarının kısılmasının başlıca faktörlerinden birisi olarak gösterilmektedir. (Winston, 2013: 76). Aynı şekilde “insanın sindirim sisteminin selüloz ve lignin açısından zengin, iri ve lifli bitki dokularını hazmetmedeki yetersizliği nedeniyle yüksek enerjili ve proteinli besinlere yönelmesi” (Beardsworth ve Keil, 2011: 335-336) de insan türünün neden et yediğinin (güçlü) fizyolojik nedenleri arasında sayılmaktadır. Brillat-Savarin’in (2015: 234) belirttiği üzere “insanın etle beslenmeyi arzu etmiş olması kesinlikle şaşırtıcı görülmemektedir”. Bu bağlamda et, insanın besin zincirindeki bir dönüşümün göstergesi; fizyolojik gelişim çizgisinin de belirleyici faktörü olarak konumlandırılmaktadır. Başka bir ifadeyle “içgüdüsel düşkünlüktür” (Winston, 2013: 74). Bununla birlikte hayvanları yiyebilme yeteneğine sahip olan insanların –etçil hayvanlar gibi- hayatta kalmak için diğer hayvanları (her zaman) yemek zorunda olmamaları; sosyal, ekonomik, askeri vb. yaşam koşulları içerisinde belirli amaçlarla bazı hayvanlardan yararlanmaları gibi faktörlerin insanlar ve hayvanlar arasındaki ilişkiyi çok yönlü ve işlevsel hale getirerek “insanların, belirli hayvanları evcil hayvan ve arkadaş olarak konumlandırmasına, diğerlerini de mutfak tenceresi için kategorize etmelerine izin veren sembol sistemleri geliştirmelerine” (Heinz ve Lee, 1998: 93) olanak tanıdığı da ifade edilmektedir.

Diğer taraftan besin elde etmenin veya daha özel olarak ete ulaşmanın faaliyeti olan avcılık da fizyolojik etmenlerinin yanı sıra sosyal ve kültürel işlevleriyle de insanlık tarihinde ilgili sürecin içerisinde öne çıkmaktadır. Benzer olarak ateşin bulunması ve kontrol edilmesi de bu sürecin önemli faktörlerindedir.

Et, tek başına bir yemek olduğu gibi hamur işi, sebze, tahıl gibi gıdaların içine konularak ya da ürünün işlenmesi ve dönüştürülmesiyle de yelpazesi genişletilebilen bir tüketim nesnesidir. Başka bir deyişle birçok yemek/yiyecek çeşidinin ana (veya yardımcı) malzemesi ve lezzet ölçütüdür. Çoğu kültürde “etsiz bir yemek, tamamlanmamış kabul edilir” (Heinz ve Lee, 1998: 91).

Et, eril kimliğin egemenlik göstergesi olması; belirli hayvanlardan hareketle bu unsurun dini bir ibadet veya inanç biçimi olarak yaşanması, (ayrıca bunun belirli bir ritüel ve etkinlik etrafında gerçekleştirilmesi); ekonomik bir güç unsuru olması<sup>185</sup>; bilinçdışı ya da bilinç düzeyindeki cinsel fantezilerinin kadın-et ilişkisi kurularak tatmin edilmesi (hayvanların kadınsılaştırılması ya da kadınların hayvansılaştırılması); gastronomi açısından temel gıdalar arasında bulunması bakımından da değerlidir.

Ekonomik anlamda ve yemek kültürü açısından irdelendiğinde ise et, büyük bir mesleki zincirleme sektördür. Hayvancılık, kasaplık, kebabçılık, dönercilik, köftecilik, sakatatçılık/kokoreççilik vb. pek çok meslek türü birbirini besleyen bir yapıdadır. Özetle biyolojik yaşam, psikolojik zemin, lezzet ekolojisi ve kültür ekonomisi içerisinde dinamik ana bir unsurdur.

Etin psiko-sosyal ve psiko-kültürel dönüşümünün erbaplarından olan kasaplar ise hayvan anatomisini bilen, cerrahi yeteneğe sahip, yemek yapma ve ürün dönüştürme bilgisi-becerisi olan kişilerdir. Bu doğrultuda hayvanların kesimi, derilerinin yüzülmesi, gövdelerinin parçalara ayrılması ve etlerinin satılması gibi temel uygulamalardan başlayarak etlerin her türlü işlenmiş biçimlerinin yenilebilir düzeyde ortaya konulmasına varıncaya dek bu mesleği icra etmektedirler. (Alpyıldız, 2021, s. 175-177). Başka bir ifadeyle kasaplık iğrenme, korkma, acıma, heyecanlanma, ağzın sulanması gibi her türden duyguya karşılık gelebilecek faaliyetler bütünü olarak izlenirlik düzeyi fazla bir meslektir.

Yukarıdaki faktörler bütüncül açıdan düşünüldüğünde dijital kültür çağında ve sosyal medyada etin neden başlıca tema ve örnek, kasapların ve ilgili mesleklerin de neden baş aktör olduğu bu çerçevede yanıtlandırılabilir.

Dijital kültür platformlarının yörüngesinde kasaplık mesleğinin en aşağı basamaklarından, dünyaca ünlü starları mekânlarında ağırlayıp onlara görsel mesleki şovlar yapmaya erişen Nusret Gökçe bu konudaki en bariz örnektir. Nusret'in bu mertebeye ulaşmasında geleneği kullanma, et üzerindeki eril kültür hâkimiyetini sergileme, ete dişil cinsiyet yükleme, et ve cinsellik ilişkisini çağırıştırma, çiğ ve pişmiş eti kesmeyi sanat/spor/oyun eylemine dönüştürme, hızlı refleks hareketleriyle ustalık

<sup>185</sup> Et, ekonomik anlamda değerli bir maldır; bu malın kontrolüne sahip olanlar güce de sahip olmaktadır" (Adams, 2017, s. 90).

gösterme, tuz atma gibi sıradan bir işi uzak doğu savunma sporları figürleri bağlamında bir ritüele dönüştürme gibi beceri, anlayış ve uygulamalarının başlıca etkenler olduğu söylenebilir. Nusret, kasaplığın malzeme açısından çoklu göstergeler sistemi olan “et”i ve kasaplık performansının günlük gibi görünen fakat estetik ve sanatsal yanını keşfedip sosyal medya aracılığıyla profesyonel olarak işleyen ve bu alanda herkesin öykündüğü bir fenomendir.<sup>186</sup> (Alpyıldız, 2021, s. 190).

Et, gerçek ve dijital dünyadaki gösterge sistemi içerisinde farklı dizgeler halinde yapılandırılmaktadır. Örneğin çiğ et şeklinde *gösteren* (göstergenin fiziksel varlığı) olarak konumlandırıldığında *gösterilenleri* (çağrıştırılan/anlam) ölü bir hayvan bedeni (göstereni) yerine bir besine/gıdaya çevrilebilmektedir. Bu durum aynı zamanda et üzerinde psikolojik ve kültürel dönüşümün gerçekleştirildiğini de göstermektedir. Et kesim işlemleri, ateşi/ocağı yakma, soğan doğrama gibi faaliyetler de çiğ etin yenilebilir bir mutfak ürününe dönüştürüleceğinin farklı yöntemleridir.

Diğer taraftan Nusret ya da benzer örneklerde olduğu gibi çiğ et tokatlamak, eti okşamak ve öpmek gibi dijital sistemde moda haline eylemler dikkat çekmektedir. Erotik yan anlamlarla doldurulan bu hareketler, gelenek kültüründe hayvana saygı çerçevesinin dışına çıktığının ve hayvan etinin yemeğe dönüştürülüp nimet olarak kültürel bellekteki kodlamalarının farklı gösterilenlerle ayrıştırıldığının örnekleridir. Herhangi bir kasabın et döveceğiyle eti dövmesi, etin pişirilme aşaması için inceltmesi ve yumuşatılması işlevi görürken; el yordamıyla tokatlayarak etin dövülmesi cinsel kodlamalara götürülebilen çağrışımlar ortaya çıkarmaktadır.

Dijital ortamlarda performansın-gösterinin nesnesi olarak yerleştirilen unsurlardan birisi de yemek yemektir. Geleneksel Türk yemek kültürüne dair değerler sistemi içerisinde yemek yemenin teşhir edilmesi pek istenilmeyen veya hoş karşılanmayan bir davranış biçimidir. Geleneksel bağlamın temel kültürel dinamikleri içerisinde yiyen var yiyemeyen var düsturuyla gizli yenilen yemekler, dijital kültür çağında değişen kültürel algı ve tutumlara paralel olarak sosyal çevreler(d)e sergilenmeye başlamıştır. Johnston ve Bauman’a (2015, s. 4) göre “düşük statülü ve alçakgönüllü kültür aşınmıştır”. Eskiden annelerin çocuklarının isteklerine karşı “dışarıda pis olur” şeklindeki sözlerle gizlenen

<sup>186</sup> Sosyal medyada görünürlüğü ve tanınırlığı artmadan önce de İstanbul merkezli et dünyasının öne çıkan isimlerinden biri olduğunun altını çizmekte fayda vardır.

yoksulluk ve set çekilen hevesler; zengin ailelerin, çocuklarının beslenme çantalarını daha dikkatli doldurmaları; yine zengin çocuklarına belirli yiyecekleri sokakta değil evde yemelerinin öğüt verilmesi; “ne yenildiğinin söylendiğinin ayıp karşılanması; kokusu yoğun olan bir gıdanın evde piştiğinde komşulara da verilmesi” (Şener, 2014, s. 77) gibi birçok kültürel davranış biçimlerinin dönüşüm geçirmeye başladığı belirtilebilir.

Günlük yaşamda, pişen ve çevreye koku yayan bir yemeğin komşuya somut paylaşımından, dışarıda deneyimlenen bir lezzetin sosyal medya paylaşımına doğru bir geçiş yaşanmaktadır. Göz hakkı inancı veya anlayışının belirsizleştiği bu süreç içerisinde deyim yerindeyse “herkesin tenceresi kapalı kaynamamaktadır” (Alpyıldız, 2019, s. 121). Bu süreçte paylaşım kavramı ve bu kavramın gerçek yaşamdaki davranış biçimi de değişimden nasibini almaktadır. Bölüşmek anlamına gelen paylaşmak sözcüğünün atfı yaptığı alanların başında yemek (ekmek) gelmektedir. Günümüzde ise paylaşmak sözcüğünün çağrıştırdığı anlamlar içerisinde sosyal medyaya içerik gönderimi, başı çekmektedir.

Dijital kültür çağındaki bu dönüşümün sebeplerinden bazıları ekonomik tabloda aranabilir. Ekonomik koşulların ağır olduğu dönemlerde dar gelirli ailelerin beslenme biçimlerinde beğenmezsek israf olur anlayışıyla alışık olmadıkları yiyeceklerle karşı takınılan mesafeli tutumun dijital kültür çağında başkalaşım geçirdiği belirtilebilir. Günümüzde dışarıda yeni lezzetlerin keşfine çıkılan ve herkesin de benzer kültürel ekonomik şartlarda bulunduğu inanan bir yapıya geçildiği düşünülebilir. Başka bir açıdan konuya değinecek olursak iyileşen ekonomik şartlarla beraber bilişim ve iletişim teknolojilerinin işlevleri yemek özelinde de kendini göstererek Mennel tarafından ileri sürülen “lüksün demokratikleşmesine” (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 203) kapı aralamaktadır. Böylelikle lüks kavramının değişime uğrayarak lüksün kitleselleşmesinin gerçekleştiği” (Sütütemiz ve Kurnaz, 2016: 655) belirtilmektedir.

Yemek fotoğrafları paylaşmanın ve insanların ne yediğini görmesinin dijital dünyanın ritüelleri arasına yerleşmesinin nedenleri ve işlevleri arasında insanların yeni (!) kimlik/varlık göstergesi olması, sosyalleşme, beğenilme/takdir edilme, kendini farklı/özel hissetme, moda/trende uyum sağlama, lezzet keşfine katılma, dijital içerik üretme ve etkileşim yakalama vb. unsurlar sıralanabilir. Bu bağlamda “Instagram

özelinde sosyal medyada gösteri nesnesi olarak yerleştirilen yemek, insanlığın psikososyal açılışının karşılanması işlevinde bulunmaktadır” (Alpyıldız, 2019 s. 123).

Dijital çağda yemek fotoğrafları paylaşmanın olduğu noktalardan birisi de yemek yemenin sergilenmesidir. Sosyal medya içerikleri incelendiğinde yemek nasıl yenilir türünden geleneksel kültüre özgü hareket kalıplarının yanı sıra (örneğin yufka ekmekle dürüm nasıl yapılır; Arabaşı çorbası hamuruyla birlikte şöyle içilir/yutulur; baklavanın çıtır tarafı damağın altına gelecek şekilde yenilir vb.) yemek yemenin dijital içerik üretim malzemesi/nesnesi olarak yerleştirildiği birçok örnek bulunmaktadır.

Son dönemde dikkat çeken örneklerden birisi, bahsedilen içerik üretimiyle sosyal medya fenomeni haline gelen kişilerin yeme gösterileridir. Yemek yeme konusunda otorite olarak sayılamayacak bu kişiler, çeşitli mekanlar gezerek veya çevrimiçi yemek siparişi yoluyla evlerine söyledikleri yiyecekleri kendi profillerini de kameraya alacak şekilde bir gösterime tabi tutmaktadırlar. Bu sofralarda günlük yaşama ait sıradan konuşmaların olduğu güdümlü bir günlük yaşam performansı gözlenmektedir. Yemeği derecelendirme yerine oburluğun hatta görgü kurallarının sınırlarının zorlandığı belirtilebilir. Bu gönderilerin gastronomik olarak bir öğreticiliği de bulunmamaktadır.

Diğer bir örnek olarak ise meşhur bir şırdancının yemek yiyen müşterileriyle anlaşmalı (olduğu sezilen) gösterileridir. Yemek yiyen bazı müşterilerin masasına gelerek başlarından aşağı tabaklarına iki elleriyle limon sıkması hatta fişkırtması, yeme gösterisinin sınırları alt üst eden bir örneğidir. Yemek yiyen insanın yemeğinin kesilmesi üzerine yaşadığı yapay şaşkınlığın, korkunun hatta sinirli bir davranışın (yemeği yere fırlatma, mekânın televizyonunu yere atma vb.) gösterime konulduğu bu örneklerde kötü, anlamsız ve faydasız teatral bir performans sergilenmektedir. Başka bir ifadeyle yemeğin esas kimliğinden çıkarılarak, sıradanlaştırılarak, metalaştırılarak tiyatro sahnesinde bir aksesuar konumuna düşürüldüğü vurgulanabilir. Bu tür örneklerde yemek, sosyal medyada etkileşim yaratabilmenin sözde özgün gönderileri adına feda edilmektedir.

Yemek hazırlamanın bir performans veya gösteri olarak izlenilmesinin ötesinde yemek yiyen insanların neden izlendiği kafa karıştırıcı bir soru olmaktadır. Bu soruyu başka bir şekilde biçimlendirmek gerekirse izlenen yemek midir insan mıdır? Veya bu tür gönderiler gastronomik düzeyde bilgi seviyesinin yükseltilmesi işlevinde midir? Yine bu

tür içerikler, yemek ve mekân derecelendirmesinde ne düzeydedir? “Bayılarak izlemeler” (!) eğlence dünyasının bir parçası mıdır?

Yanıtı kendi içerisinde olan yukarıdaki sorularda yemek, gösteriye dair “şeyleştirmenin” sınırsız bir uzantısı olarak sürekli yeniden yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda yemek, performansın veya gösterinin alt yapısında, harcında veya merkezinde konumlandırılarak dijital çağın eğlence dünyasında tıklanma rekorları kıran bir aktivite görünümündedir. J. Baudrillard (2013, s. 27) tarafından ifade edildiği gibi “tüketim toplumunun karakteristiği olan bir davranış betimlenmekte; göstergeleri açgözlü bir biçimde ve her yerde tüketmek üstüne kurulu bir gerçeklik yadsıması” yaşanmaktadır. Bu bağlamda yemeğin, dijital dünyada bir çeşit hipermarketler olarak yer bulan sosyal medyadan satın alınan izlenceler olduğu belirtilebilir. Yine Baudrillard’a (2011, s. 45, 56) göre “maddi üretimin bizzat kendisi günümüzde hipergerçek bir şeye dönüşmüştür... Sözü edilen şey dur durak tanımayan, kronik bir hastalık gibi gerçeğin içine yerleşerek onu değiştirmeye çalışan bir *mediumdur*”.<sup>187</sup>

Sonuç olarak dijital kültür çağında yemek, kültürel özelliklerinin bir bölümünün basitleştirildiği ve belirsizleştirildiği bir yapı üzerinden hipergerçekliğin katmanlarına yerleştirilmektedir.

---

<sup>187</sup> Baudrillard (2011, s. 57) medyayı, gerçeği hipergerçeğe dönüştüren genetik bir koda benzetmektedir.

### 3.3.6. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, gastronomik turizm, mutfak turizmi, yemek turizmi, gurme turizmi şeklinde çoğunlukla birbirinin yerine kullanılan terimlerle ifade edilen bu alan, yemeğin/gıdanın “turizm için destinasyon, mekân ve araç işlevi gördüğüne” (Long, 2003, s. 407) dair bir perspektifi yansıtmaktadır. Başka bir ifadeyle bu terimlerle yemek merkezli veya çıkışlı turizm hareketlerine atıfta bulunmaktadır.

Mutfak turizmi, temel olarak veya basit anlamda “yiyecek tüketiminin ev içi bir faaliyetten dış mekanlara kayarak zevk için harcama arzusuyla ve boş bir zaman etkinliği haline gelmesiyle” (Dixit, 2019a, s. 2) kendisini göstermektedir. Turizm olgusunun başlangıcından beri bu hareketin içerisinde önemli bir yeri olan yemek ve gastronomik faaliyetler, yakın bir zamana kadar müstakil olarak çözümlenmemiştir. Başka bir ifadeyle “turizm paketinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilen” (Dixit, 2019b, s. 13) yiyecekler ve buna bağlı faaliyetler, genellikle turistler için sergilenen kültürün diğer yönlerine dahil edilmiş veya bu olgunun önemli bir parçası olarak kabul görmüştür. Bu açıdan festivallere katılmak ve yerel restoranlarda yemek yemek, diğer turistik faaliyetlerle birlikte ele alınmıştır. (Long, 2004, s. 3). Buna karşılık son yıllarda gastronomiye dair dünya çapında artan eğilimler ve harcamalar, mutfak turizmi olarak adlandırılan bir turizm türüne yönelik yaklaşımların ortaya çıkarılmasında etkili olmuştur. Ayrıca bu süreçte dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kitle turizminin çevre üzerinde oluşturduğu tahribatlar ve giderek verimsizleşen yapısı, mutfak turizmi ve eko-kültür turizmi gibi alternatif turizm türlerinin gelişmeye başlamasında belirleyici olmuştur. (Özdemir, 2022b, s. 25).

Lucy M. Long’a (2004; 2015) göre mutfak turizmi ile ilgili akademik çalışmalar öncelikle turizm antropolojisi, folklor ve yemek çalışmaları (food studies) alanlarından gelmiştir. Günümüzde ise turizm ve otel işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları, işletme bölümlerinin bu alanda faaliyet gösterdikleri belirtilebilir. Dünyada mevcut gastronomi turizmi literatürünün ise “yönetim ve pazarlama perspektifleri ile kültürel ve sosyolojik perspektifler” (Ellis vd. 2018, s. 255-256; Dixit, 2019a, s. 3) şeklinde iki boyutlu bir yaklaşımı içerdiği de eklenebilir. Yukarıda belirtilen olgulara karşılık günümüzde mutfak veya gastronomi turizmi alanına dair çalışmaların ve yaklaşımların henüz emekleme aşamasında” (Mulcahy, 2019, s. 29) olduğu belirtilmektedir.



Yemek yoluyla diğer kültürleri deneyimleme fikrini ifade etmek için 1998 yılında “mutfak turizmi” terimini kullanan ilk kişi olan halkbilimci Lucy M. Long şu tanımlı yapmıştır:

Mutfak turizmi, bir gıda öğesinin, mutfağın, yemek sisteminin veya kendine ait olmayan bir mutfak sistemine ait olduğu düşünülen yeme tarzının tüketimi, hazırlanması ve sunumu dahil olmak üzere başka bir faaliyetine kasıtlı ve keşif amaçlı katılımdır. Bu tanım, bir turist deneyimi içinde anlamlar inşa etmede bireyi aktif fail olarak vurgular ve bu deneyimin bir parçası olarak yemeğe estetik bir tepki verilmesine izin verir. (Long, 2015, s. 438).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Turizm ve Rekabet Edebilirlik Komitesi (CTC) ise gastronomi turizmini, “ziyaretçinin seyahat ederken yemek ve ilgili ürün ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimi ile karakterize edilen bir turizm faaliyeti” olarak tanımlamaktadır. Bu turizm hareketi otantik, geleneksel ve yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra yerel üreticileri ziyaret etmek, yemek festivallerine ve yemek kurslarına katılmak gibi aktiviteleri içermektedir. (URL81).

Bu bağlamda mutfak turizmi gastronomi festivalleri, gıda fuarları, aşçılık kursları, mutfak müzeleri, çiftçi pazarları, yemek pişirme gösterileri/şovları-yarışmaları, yerel restoranlar, şarap-peynir-meze tadımları, tarladan sofraya hareketleri, hasat veya bağ bozumu şenlikleri, sokak lezzetleri gibi yemekle ilgili pek çok faaliyeti kapsamaktadır. Turistik destinasyonların pazarlanmasında ve yerel sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında etkin bir işlevde bulunan mutfak turizmi, çağdaş deneyim ekonomisinin dinamik bir alanıdır. (Dixit, 2019b, 13-18).

Türkiye’deki gastronomi/mutfak turizmiyle ilgili mevcut literatür genel olarak incelendiğinde gastronomi turizminde turistlerin yerel yiyecek üzerindeki deneyimleri; gastronomi turizminde pazarlama stratejileri veya bu stratejiler bağlamında internetin rolü; gastronomi turizmi kapsamında yerel işletmelerin yöresel yiyeceklere ilişkin yapıları ve işlevleri; gastronomi turları düzenleyen seyahat acentelerinin derecelendirilmesi; turist rehberlerinin mutfak turizmine etkisi; gastronomi turlarına ait rotaların saptanması ve değerlendirilmesi; gastronomi turizmi bağlamında kent markalaşması; coğrafi işaretli ürünlerin mutfak turizmine ve bölgesel kalkınmaya etkisi; gastronomi kentleri olarak işaretlenen illerin gastronomi turizmine etkileri veya katkıları; herhangi bir kent mutfağı örneğinde yöresel yiyeceklerin gastronomi turizmi üzerindeki

etkileri; gastronomi turizminin gelişmesinde gastronomi müzelerinin veya bölgesel festivallerin rolü vb. konularda çalışmaların yoğunlaştığı belirtilebilir.

Bu çalışmada ise dijital kültür ortamının oluşturduğu yapının ve dinamiklerin mutfak turizmi üzerindeki etkilerinin yanı sıra geleneksel Türk yemek kültürünün bu olgular içerisinde konumu çözümlenecektir. Bu bağlamda mutfak turizmi hareketi içerisinde faaliyet gösteren bazı turizm şirketlerinin internet sitelerine yansıyan içerikleri doğrultusunda (turistikleştirme, ticarileştirme, metalaştırma, folklorlaştırma, kitleleştirme, popülerleştirme, değersizleştirme gibi kavramsal yaklaşımlarla) çözümlenmeleri yapılacak; mutfak turizmi bağlamında sosyal medyanın ve gezgin fenomenlerinin işlevlerinin neler olduğu; esnaf lokantalarının (ya da geleneksel Türk yemek kültürüne dair faaliyet yürüten diğer lokantaların) mutfak turizmi açısından önemi; sokak satıcıları/lezzetleri ile gezgin fenomenlerin ilişkisi irdelenecektir.

### 3.3.6.1. Dijital Çağda Gastronomi Turizmi Faaliyetleri veya Gastro-Turlar

Gastronomi (mutfak) turizmi hareketinin başlatılmasında, organize edilmesinde ve gerçekleştirilmesinde *doğrudan-resmi-kurumsal-profesyonel* (bakanlık, tur şirketleri veya seyahat acenteleri vb.) *dolaylı-kişisel-amatör* veya *kişisel profesyonel* girişimler bulunmaktadır. Bunlar arasında [www.kulturportali.gov.tr](http://www.kulturportali.gov.tr); [www.tga.gov.tr](http://www.tga.gov.tr); [GoTurkiye.com](http://GoTurkiye.com) (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye Turizm Tanıtma ve Geliştirme Ajansı/TGA tarafından tasarlanmıştır) gibi resmi-kurumsal internet siteleri, Türk mutfağının tanıtılmasına yönelik bir faaliyet yürütmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın projesi kapsamında Instagram'da fenomen olan beş kişilik bir grupla ve bir Türk şefle GastroHunt projesi adıyla Türkiye'nin belirli illerine gerçekleştirilen gezi, Türk mutfak turizmine yönelik önemli gelişmeler arasında gösterilmektedir. (Kaymaz ve Ulema, 2021, s. 369).

Diğer taraftan Türkiye'de gerçekleştirilen gastronomi turlarının incelenmesi önem oluşturmaktadır. İnternette arama butonunda gastronomi turları/gastro turlar/gurme turları vb. anahtar sözcüklerle bir tarama yapıldığında *Tatilbudur*, *Jollytur*, *Tatilsepeti*, *Setur* gibi büyük şirketler başta olmak üzere pek çok firmanın bu doğrultuda faaliyet göstermeye çalıştıkları görülmektedir. Başka bir ifadeyle bu durum aslında mutfak/gastronomi turizminin müstakil bir turizm türü olarak kabul edildiğinin farklı çıktısı olarak da yorumlanabilir. Örneğin Kapadokya Lezzet ve Kültür Turu, Mardin

Lezzetleri ve Kùltür Turu, Gaziantep Gurme Turu, Doya Doya Adana, Urla Enginar Festivali Turu, Ayvalık Zeytin Hasadı Festivali Turu, Elâzığ Baębozumu Turu vb. pek çok gastro turların gerçekleştirildiği belirtilebilir. Bu tùr faaliyetlerin yoğunlaşmaya başlaması Tùrk mutfak turizminin gelişmesinde, yùresel yemek kùltùrlerinin tanıtılmasında, sùrdùrùlebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli gùrùlmektedir.

Tùrkiye’de faaliyet gùsteren turizm şirketlerinin dùzenledięi gastronomi turlarının içeriklerine ilişkin Kızılırmak vd. (2016) ve Yùcel Gùngùr vd. (2021) tarafından yapılan çalışmalarda bu turların birçoğunun gastronomi turları başlığı altında kategorize edilmesine karşılık kùltùr turlarının bir parçası olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte gastronomi turlarının çoğunlukla Unesco Yaratıcı şehirler Ağı doğrultusunda Gastronomi şehirleri olarak işaretlenen Gaziantep ve Hatay illerine gerçekleştirildiği belirtilmekte; ayrıca bu turların çoğunda gastronominin ikinci planda kaldığı eleştirileri getirilmektedir.

Bazı turizm şirketinin internet sitelerinde bulunan gastro turları incelendiğimizde ise konaklanan otelde açık bùfe kahvaltı yapılması, yol üstù tesislerde veya belirlenen restoranlarda yemek yenilmesi gibi mutfak turizminin yùrùngesinden çıkıldığı örneklere rastlanmaktadır. Yukarıda belirtildiği üzere birçok turizm şirketi tarafından aslında mutfak/gastronomi turu başlığı altında -belirli bir rotada- yurtiçi kùltùr turu gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte turizm şirketlerinin yùresel lezzet rotası olarak seçtiği mekanların (lokanta/restoran) niteliği de -yùresel yemekleri temsil edebilirlik açısından- tartışmaya açılabilir.

Bu alışma çerçevesinde altının çizilmesi gereken bir husus ise bu konunun kapsamının bazı turizm fìrmalarının internet sitelerine yansıyan gastro turlarının içeriğine yönelik eleştirilerle sınırlanacak olmasıdır. Bu doğrultuda mutfak turizminin yeni gelişen bir alan olduğunu; bu alanda kurumsallaşma ve uzmanlaşma anlamında birçok sorunların gündeme geldiğini; mutfak turizmine yönelik farklı ve daha yoğun çözüm önerilerinin başka çalışmalar etrafında ifade edilmesi gerektiğini belirtilebiliriz. (Örneğin internet içeriği analizlerinin ötesinde katılımlı gözlemlerle de özùmler genişletilebilir). Bu doğrultuda şu değerlendirmeleri yapabiliriz:

İnsanların beslenme serùveninin ekonomik potansiyelinin keşfinden beri farklı tùrden (taklit ve tağşiş vb.) manipùlasyonlara en açık unsurların başında olan yemek, turizm

endüstrisinin de etkin olarak kullandığı bir varlıktır. Bu doğrultuda kültür veya turizm endüstrisinin pazarlama alanı içerisinde geleneksel-yöresel yemeklerin/ürünlerin turistikleştirme, otantikleştirme, folklorlaştırma, metalaştırma gibi pazarlama stratejileri doğrultusunda biçimlendirildiği bilinmektedir.

Gastronomi turizmi bağlamında değerlendirildiğinde ise yerel mutfak, bu hareketin ana kaynağı olarak ötekilerin (turistlerin) keşfedici katılımıyla karakterize edilmektedir. Bu açıdan yerel mutfak kültürüyle karşılaşma, turizm literatüründe otantik deneyimler olarak işaretlenmektedir. Dean MacCannell “turistik bilincin, otantik deneyim arzusuyla motive edildiğini” (akt. Long, 2004, s. 3) belirtmektedir.

Otantiklik/özgünlük (authenticity) kavramı ve olgusu, halkbilimi tarihinin başlangıcında ve büyük bir bölümünde temel bir endişe ve arayış olarak çerçevelendirilmiştir. Kültürel köken (halk/topluluk, metin-motif vb.) arayışlarının yanı sıra -yine bu bağlamda ortaya atılan- urform ve Ossiancılık kavramlarıyla tartışılmıştır. Ayrıca ilerleyen zamanlarda *fakelore ve folklorismus/folklorism, icad edilmiş gelenek ve uygulamalı folklor (applied folklore)* gibi kavramların etrafında da irdelenen bir mesele olmuştur. Regina Bendix’e (1997a, s. 73) göre “otantiklik, özellikle kültürel metalaştırma (yerli eserlerin kitlesel pazarlanması) ve kültür politikası (folklor materyallerinin çeşitli sosyopolitik amaçlar için kullanımı) ile ilgili olarak 1980’lerde artan bir analitik incelemeden geçmiştir”.

Otantiklik/özgünlük olgusu halkbilimi, turizm ve yemek kültürü ekseninde değerlendirildiğinde ise yine Bendix (1997a, s. 74-75) tarafından belirtildiği gibi “halk sanatının mekanik yeniden üretimi, kostüm, festival ve yemek kültürünün turistik sömürüsü gibi konular Avrupa’da folklorismus söylemini ve Amerika Birleşik Devletleri’nde ise fakelore kavramını gündeme getirmiştir”. Bu bağlamda dikkat çekici nokta ise *folklorismus* teriminin ve olgusunun Alman bilim insanları tarafından ileri sürülmesinde, araştırılan konunun turizm endüstrisi tarafından folklorun nasıl kullanıldığının olmasıdır. (Bendix, 1997b).

L. M. Long (2015, s. 446) “turizmin, kısmen otantikliğin doğası, üretici ve tüketici arasındaki ilişki ve kültürel temsillerin estetik ve politik kalitesi gibi konularda sorular ortaya çıkardığı için folklorcular için de özel bir ilgi alanı olduğunu” belirtmiştir. Bu bağlamda folklorist Venetia J. Newall (1987, s. 134) tarafından “turizmin, farklı tüketici gruplarının ihtiyaçlarını karşılamak için farklı yiyecek folklorizmi (food folklorismus)

biçimleri yarattığının” ifade edilmesi dikkate değerdir. Kısaca, otantiklik/özgünlük olgusu, folklorismus/folklorizm gibi kavramlar etrafında yöresel yemek kültürü ve turizm ilişkisinin kurulduğu ve tartışıldığı bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Halkbilimi, turizm ve geleneksel mutfak kültürü ilişkisini otantiklik olgusu etrafında bu şekilde çerçeveledikten sonra mutfak turizmi ve otantiklik meselesini konumuz dahilinde çözümleyebiliriz. Yukarıda belirtildiği üzere otantiklik konusu birçok olguyu ve başlığı da içine alacak şekilde tartışılabilir.

Gelenek kültürünün, geleneğin aktörünün ve ürününün çeşitli amaçlar doğrultusunda farklı bağlamlara taşınmasının yaratabileceği sorunlar arasında endüstrileştirme, metalaştırma, yapaylaştırma, bağlamsızlaştırma, belirsizleştirme, folklorlaştırma vb. olgular bulunmaktadır. N. Özdemir (2022a, s. 47) tarafından işaret edildiği üzere bu olgular, geleneksel (ekolojik) bilginin kültürel ekonomik olarak değerlendirilmesinde (yönetim, pazarlama ve markalaşma stratejileri vb.) farklı türden ortaya çıkabilecek temel sorunlar arasındadır. Geleneksel (ekolojik) bilginin bir alanı ve çıktısı olarak geleneksel yemek/mutfak kültürünün turizm endüstrisi ve konumuzla ilgili olarak gastronomi turizmi merkezinde kullanılması da bu kapsamda değerlendirilmelidir.

Turizm şirketlerinin internet sitelerindeki gastro tur paketleri veya sosyal medya hesaplarındaki ilgili paylaşımlar incelendiğinde yerel yemekleri ve dolayısıyla kültürleri deneyimlemek isteyen otantik güdümlü turistleri avlama stratejileri göz çarpmaktadır. Turizm endüstrisi için temel bir refleks ve yaklaşım olan bu durumda asıl önemli olan, turizm endüstrisinin yöresel Türk yemeklerinin ve kültürünün kimliğini koruyarak değerlendirilebilmesidir. Dijital iletişim araçları bu konuda medya kanallarının çeşitliliği açısından bir farkındalık yaratabilmesinin yanı sıra turizm şirketlerinin yerel yiyeceği otantikleştirme, turistikleştirme, folklorlaştırma gibi pazarlama stratejilerine de kapı aralayabilmektedir. Ayrıca son yıllarda sosyal medyada aşırı popüler olan ve gerçek niteliğinden uzaklaşmış ya da uzaklaşma ihtimali fazla lezzet mekanlarının, gastro turun rotalarından çıkarılması veya bu konuda daha seçici olunması gerekmektedir.

Newall’a (1987, s. 134) göre karmaşık bir fenomen olan otantiklik konusunda Kirshenblatt-Gimblett (1998) “otantikliğin olayda verili değil, sosyal bir inşa” olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Johnston ve Bauman (2015, s. 63) da otantikliğin/özgünlüğün, “kültürel bir nesnenin niteliklerinden ortaya çıkmak yerine

kültürel bir nesnenin bir dizi standart ve değerin nasıl müzakere edileceğine dair algılar yoluyla üretildiğini” ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle “ürünün içsel bir niteliğinden ziyade sosyal ve kültürel anlamlandırmaya dayalı bir yapısı” (2015, s. 63) olarak işaretlenmektedir.

Turizm endüstrisi bağlamında yerel yemek kültürünün otantikliğinin turistler tarafından deneyimlenmesinin sosyal olarak inşa edildiği düşünülebilir. Bu noktada bazı ayrımların vurgulanması gerekmektedir.

Mutfak turizminin temel unsuru olan yöresel yemeklerin otantikliği konusunda şunlar düşünülmelidir: Otantiklik, hiç el değmemişlik veya yorum katılmamışlık mı? Yoksa özünün bozulması, sahte veya benzerinin sunulması mı? Başka bir deyişle aracın, amaç haline gelmesi mi? İkincisi söz konusu olduğunda yöresel yemekler, mutfak turizmi endüstrisinde pazarlanan geleneğimsi bir ürün olarak çerçevelenmektedir. Bu açıdan hızla turistikleştirilen yöresel yiyecekler, özgünlüğünü yitirmektedir. Yine yöresel yemeğin folklorlaştırılması da bu husustaki başka bir çıktıdır. Yerel mutfağımsı ürünlerin, destinasyonun imajını ve turist bilincini zedeleyeceği de unutulmamalıdır. Dolayısıyla kitle turizminin -gelenen noktada- verimsizleşen yapısına benzer bir durum yaratılmasının önüne geçilmelidir.

Bu bağlamda mutfak turizminin yapısına ilişkin şunlar düşünülebilir: İlk olarak gastronomi/mutfak turizminin yemek kültürü merkezli olması ve geleneksel veya yöresel yemek kültürünü gerçek yapısıyla (bilgi, ürün, araç, mekân, insan, sistem vb.) aktarabilmesi gerekmektedir. İkinci olarak insan türünün anatomisinin (mide ölçüsü) yapısal çerçevesi ve fizyolojisinin (açlık-tokluk) sınırları düşünüldüğünde yemek yemenin -küçük ölçülerde tadımlar olsa bile- sürekli gerçekleştirilemeyecek bir eylem olduğu açıktır. Dolayısıyla ortaya çıkan boş zamanın değerlendirilmesi, mutfak kültürüne ait sistem içerisindeki diğer öğelerle -ağırlıklı olarak- tamamlanmalıdır. Başka bir deyişle mutfak turizmi, ziyaret edilen bir destinasyonun tarihi mimari yapılarının ve doğal güzelliklerinin gezilmesinin/görülmesinin ardından -şimdi de yöresel lezzetleri deneyimliyoruz sloganıyla- aslında açlığın giderilmesi gibi bir çağrışım yaratmamalıdır. Bu doğrultuda destinasyon doğası, çevresi ve mimariyle ayrıştırılamayacak bir nitelikte olsa da (ayrıca bu unsurların olabildiğince tur kapsamına dahil edilmesi gerekse de) mutfak kültürü odaklı bir süreç izlenmelidir. Örneğin yemeğin tadım sürecinin yanı sıra

belirlenen zaman ölçüsünce üretime katılımın sağlanması ve geleneksel bilgi edinilmesi (örneğin yöresel bir yemek pişirmeye dair bir deneyim edinilmesi, herhangi bir hasada katılma vb.); etnografik bilgi edinme bağlamında mutfak müzelerini ziyaret edilmesi; kentin tarihi mutfak kimliğini ve kültürünü yansıtan lezzet duraklarına (lokanta-sokak satıcıları) gidilmesi gibi faaliyetler bu turizm türünün temel yapısını oluşturmalıdır.

### 3.3.6.2. Gastronomi Turizminde Kullanıcıların ve Yemek Fenomenlerinin İşlevleri

Dijital kültür çağında kullanıcı/tüketici/takipçi tarafından oluşturulan içerikler, Türk mutfak turizmi açısından da önemli bir konudur. Tüketici deneyimleri ve davranışları *bloglar, Facebook, Twitter* veya *Instagram* gibi sosyal medya organlarının yanı sıra *Foursquare, TripAdvisor, Booking.com* gibi turizm platformları aracılığıyla ortaya konulmaktadır. İnternet tabanlı bu faaliyetler elektronik ağızdan ağza iletişimin veya pazarlamanın (eWOM/ electronic word of mouth) bir örneği olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda “internet tabanlı teknoloji aracılığıyla belirli mal ve hizmetlerin mülkiyeti, kullanımı veya özellikleri hakkında diğer tüketicilere yönelik oluşturulan tüm gayri resmi iletişimler” (Litvin vd. 2008, s. 459) olarak tanımlanan elektronik ağızdan ağza iletişim, (eWOM) turizm endüstrisi içerisinde turistlerin taleplerini yönlendirmede ve kararlarını belirlemede önemli bir bilgi ve fikir kaynağı oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle günümüzde “destinasyonlar, oteller veya hizmetler hakkında çevrimiçi itibara” (Mellinas ve Reino 2019, s. 144) daha fazla önem verildiği düşünülmektedir. Amerikalı gazeteci James Surowiecki (2004) bu olguyu -kolektif zekaya ve onun önemine atfen- “*kalabalığın bilgeliği*” (wisdom of crowds) olarak nitelendirmektedir.

Diğer taraftan genel kullanıcıların oluşturduğu bu kolektif dijital bilgi ve deneyim havuzunun yanı sıra dijital dünyanın kanaat önderleri olarak kabul edilen ve *Influencer* denilen kişilerin mutfak turizmi açısından işlevlerinin sorgulanması önem oluşturmaktadır. Sosyal medyadaki gönderileriyle takipçilerini etkileme gücüne sahip olan ve *Influencer* adı verilen bu kişilerle ilgili temel sorular şu şekilde oluşturulabilir: “*Influencer*”lar mutfak turisti sayılabilir mi? Bu kişilerin dijital alandaki faaliyetleri mutfak turizmi hareketinin başlamasında etkili midir? Influencer marketing (etkileyici pazarlama) yöntemi, geleneksel yemeklerin turistikleştirmesinde, folklorlaştırılmasında, ve popülerleştirilmesinde vb. hangi etkilere sahiptir? Influencer adı verilen kişilerin yemek kültürü alanındaki yüzleri olan gezgin (sonradan) gurmeler ile esnaf lokantaları

ilişkisi nedir? Bu bağlamda esnaf lokantalarının mutfak turizmi açısından önemi nasıl sorgulanabilir? Yine bu doğrultuda sokak lezzetleri/sokak satıcıları ve gezgin fenomenler ilişkisi mutfak turizmi açısından nasıl irdelenebilir?

Dijital dünyanın *yemek influencerlarının* niteliklerine dair sorgulanması gereken ilk husus, gerçek anlamda tatbilirliklerinin (gurmelik) olup olmadığıdır.

Türk Dil Kurumu, Fransızca kökenli sözcükler olan “gurme”nin anlamını “tatbilir; “gastronom”u ise “damak zevki olan, ağzının tadını bilen, iyi yemekten anlayan kimse” şeklinde açıklamaktadır. Yine Farsça kökenli olan şikempverer sözcüğünün anlamı ise “boğazına düşkün” şeklinde verilmektedir. İngilizce literatürdeki foodie ise benzer anlamlara sahip olarak “yiyecek tüketimine karşı belirli bir eğilim veya duruş sergilemeyi; açıklık ruhunu, merakı, yemekle ilgili entelektüel bir büyülenmeyi ve yemeğe yönelik estetik beğeniye içeren” (Vasquez ve Chik, 2015, s. 232-233) kişi ve kavram olarak değerlendirilmektedir.

Damak zevki, yiyeceklerin insanların hayatta kalmasının ötesine geçildiğinin başka bir göstergesidir. Bu olgu, “yiyecek tercihleri konusunda nispeten kayıtsız olanlardan, saplantılı bir şekilde mükemmel yemek deneyiminin peşinden koşanlara kadar pek çok farklı yiyecek türünün” (Johnston ve Bauman, 2015, s. 2) derecelendirilmesini temsil etmektedir. Başka bir deyişle biyolojik gereklilikten bir kültür biçimine dönüşümün farklı bir çıktısıdır. Tatbilirliği/gurmeliği bir yaşam tarzı olarak gören Johnston ve Bauman’a (2015, s. 2) göre “yemek tutkunlarını birleştiren şey, yemeğin onların öz kimlik anlatılarında kilit bir rol oynamasıdır”. Günümüzde sosyal medyanın ise bu kimlik inşasında temel bir anlatım ve gösterim aracı olduğu belirtilebilir. Bu açıdan yemek meraklısı olmanın yemeği değerlendirmeye yetmediği bir evreden, dijital alanda kullanıcıların içerik üretebilmelerine paralel olarak yemekle ilgili söylem geliştirebilme ve kimlik inşa edebilmeye doğru (ters) bir evrilişin ortaya çıktığı vurgulanabilir. Dolayısıyla *yemek influencerlarının* belki birçoğunun gerçek anlamda tatbilir niteliklerine şüpheyile yaklaşılabilir.

Dijital kültür platformlarında *yemek influencerları* -çalışmada daha önce belirtildiği gibi- vizyon ve işlevlerine göre çeşitli açıdan sınıflandırılabilir. Burada ilk olarak ele alacağımız tip, -mutfak turizmiyle ilişkisinin daha yoğun olduğu düşünüldüğünden- gezgin yemek fenomenleridir.



Mutfak (veya gastronomi) literatürü içerisinde araştırmacıların mutfak gezginlerini sınıflandırmaya çalıştıkları görülmektedir. John D. Mulcahy (2019, s. 29) tarafından işaret edildiği üzere “turist olmak için tek bir teori olmaması ve tek bir uygulamanın gastronomik turizmi tanımlayamaması” gastronomi turizmi önünde zorluklar oluşturmaktadır. Bu durum ayrıca gastro turistlere dair bir tipoloji oluşturulmasını da güçleştirmektedir.<sup>188</sup> Buna karşılık gezgin yemek fenomenleri konusunda onların işlevlerinden hareketle bir bakış açısı geliştirilebilir. Bu fenomen tipolojisi, yemeğin üretim boyutu yerine tüketim boyutunu öne çıkaran, tanıtan, tavsiye eden, not veren, etkileşim alan bir yapıdadır. Bu anlamda en belirgin işlevleri ise modern (yeni) bir seyyah şeklinde hareket etmeleridir. Örneğin Instagram’da *Gezgin Yiyor*, *İzmir’in Gurmesi Emre*, *Yemekrehberistan*, *Antepli Gezgin*, *Gurmeyolcusu* ve *Seyyargurme* gibi birçok hesap adlarının yanı sıra iletişimci-yazar *Eray Kılıç* isimli bir fenomenin *Yemek İçin Seyahat Ederim*; *Büyüklokmaye* isimli bir fenomenin de *Ankara’yı Yiyerek Geziyoruz* şeklindeki sloganları bu kişilerin gastro turist misyonu yüklediklerinin göstergeleridir.

Bu fenomenler, turist kafilesi içerisindeki bir bireyden ziyade belirli bir bilinçle bağımsız hareket eden kişilerdir. Bu faaliyetin aslında iki basamağı vardır. Bunun birincisi kendi deneyimleri; ikinci olarak ise deneyimlerini internet aracılığıyla takipçilere paylaşımlarıdır. (Süreç tersten okunursa sosyal medyada influencer olmak için gerçekleştirdikleri bu faaliyette, gezip uğradıkları lezzet noktalarına dair deneyim sahibi oldukları da düşünülebilir).

L. M. Long’a (2018, s. 319) göre restoranlar, mutfak turizmi formları içerisinde belki de en belirgin destinasyondur. Bu çalışmada daha önce ifade ettiğimiz gibi lokantalar, geleneksel yemek kültürünün tüm uyaranlarıyla (ürün, kişi, araç-gereç, ses, görüntü vb.) fark edilebilirliğinin ve lezzet sürdürülebilirliğinin sağlandığı merkezlerdir. Geleneksel yemek bilgisinin (köyden kente veya kentten kente) nakledilebilirliğine örnek oluşturmaktadır. Bu bağlamda yaşayan kültürel mirasın mekanları olan lokantalar, uygulamalı halkbilimi anlayışının da özgün bir örneğidir.

Bu bakış açısından yola çıkarak gezgin yemek fenomenlerinin, mutfak turizmi kapsamına giren alan içerisinde esnaf lokantalarının ve ürünlerinin, sokak satıcılarının ve

---

<sup>188</sup> Gastronomi turistlerinin farklı tipolojilerine dair ölçütler ve tartışmalar için bakınız Stone, 2019.

lezzetlerinin tanıtım ayağında işlev gördükleri ifade edilebilir. Başka bir deyişle geleneksel Türk yemek kültürüne ait temel mekanlar arasında konumlanan ve bazılarının da “yöresel mutfakın yaşayan müzeleri olarak” (Özdemir, 2022a, s. 43) öne çıktığı esnaf lokantaları, gezgin yemek fenomenleri tarafından mutfak turizminin yörüngesine yerleştirilmektedir. Bununla birlikte *Yaşayan İnsan Hazinesi* kapsamında düşünülebilecek sokak satıcılarına da mobil kameraların çevrilmesi bu açıdan kayda değerdir.

Yukarıda belirtildiği gibi mutfak turizmi hareketi içerisinde gerçekleştirilen gastro turlardaki rotalarda sokak satıcılarının da bulunması gezgin yemek fenomenlerinin mutfak turizmi açısından bir farkındalık oluşturma ve tanıtımda bulunma işlevini açığa çıkarmaktadır. Örneğin İzmir Kemeraltı Çarşısında tarihi bir *söğüşçü*; Ankara İskitler Sanayi Sitesi içerisinde bir köşedeki tezgahında satış yapan *gobitçi*; sıcak Adana sokaklarında serinleten lezzet olan *bici bici* gastro turun uğrak noktasına alınabilmektedir. Başka bir ifadeyle sokak satıcıları ve lezzetleri, destinasyona ait yemek kültürünün tanıtılmasında önemli bir işlevde olup gastronomi turizminin özgün ve çekici unsurları arasına yerleştirilmektedir. Bu bağlamda açık ve kapalı amaçları-işlevleri farklılık gösterge de bu fenomen grubunu -geniş anlamda olmasa da- mutfak turisti/gastro turist sayabiliriz. Ayrıca bu kişileri mutfak turizmi hareketinin başlatılmasında ve yönlendirilmesinde -çoğunlukla yerli turistler için- önemli bir rehber kabul edebiliriz.

Bu konuda YouTube adlı video paylaşımı sitesinde ise karşılaşılan örneklerden bahsetmek gerekmektedir. Sosyal medyanın yemek fenomenleri arasında bulunan *Bir Yemek İste* adlı hesabın sahibi *Suat Durmuş* ile *Gurmemory* hesabının sahibi *Ali Miraç Âşık*'ın “*Adana’da Sabahın Köründe Başlayıp Geceye Kadar Yemek Yenilecek Mekanlar*” etiketiyle gerçekleştirdikleri faaliyet, amatörlük ve profesyonellik arasında konumlanan bir çeşit gastronomi turu örneği ve mutfak rehberliği kabul edilebilir. İki fenomen, Adana’nın mutfak kültürüne dair belirledikleri rotalarda börek, şalgam, kebab, bici bici, içli köfte, ciğer, şırdan gibi geleneksel lezzetleri deneyimleyerek takipçilerine de mekân ve ürünler hakkında bilgi vermişlerdir. (URL82). Benzer olarak *Hatay Sandıkiçi* isimli bir hesabın da “Erzurum’da Bir Günde Ne Yenir” sloganıyla YouTube sayfasından yayınladığı gönderi de bu kapsamda değerlendirilebilir.<sup>189</sup> (URL83).

<sup>189</sup> YouTube platformunda aynı ve farklı fenomenlerin benzer içerikli paylaşımlarına da rastlanmaktadır.

Özetle, belirtilen fenomen tiplerinin sosyal medyadaki faaliyetlerinin bilinçli veya bilinçsiz de olsa Türk mutfak turizmi bütünlüğü içerisinde gerçekleştirildiği söylenebilir.

### 3.3.7. Çevrimiçi Yemek Siparişi

Dijital çağda yiyecek aramanın ve tedarik etmenin temel göstergelerinden birisi çevrimiçi gıda/yemek alışverişleridir. İnternet siteleri, akıllı telefon uygulamaları ve sosyal medya aracılığıyla restoranların araştırıldığı ve yerel gıda üreticileriyle bağlantıların kurulduğu bu süreçte, yemek/gıda siparişlerinin e-ticaretin temel kalemlerinden biri haline geldiği belirtilebilir.

Çevrimiçi yemek/gıda alışverişleri başlıca *restoran siparişi*, *market alışverişi* ve *yöresel gıda/ürün siparişi* olarak üçe ayrılabilir. (Üçüncü bölümün başında bilgiler verilmiştir). Bu konudaki literatür incelendiğinde ise tüketici davranışı ve görüşü temelli çalışmaların yanı sıra dijital sistemin tüketicilere sağladığı kolaylıkların ortaya konulduğu araştırmaların yoğun olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda tüketicileri çevrimiçi yemek/gıda alışverişlerine yönlendiren psikolojik (güven, rahatlık vb.), ekonomik (avantajlar, ödeme kolaylıkları vb.) ve sosyal faktörlere dair bilgiler verildiği belirtilebilir. Ayrıca ilgili literatürde COVID-19 hastalığıyla ilgili oluşan pandemi sürecindeki yaşam koşulları içerisinde çevrimiçi yemek/gıda alışverişlerinin -özellikle ileri yaş gruplarının da katılımını kapsayacak şekilde- yoğunlaştığına dair tespitlerin olduğu çalışmaların varlığı da göze çarpmaktadır. Bu konudaki çalışmalar içerisinde kültürel değişim ve dönüşüme dair çözümlerinin yüzeysel kaldığı veya derinleştirilmediği fark edilmektedir. Özellikle geleneksel Türk yemek kültürüne dair çerçeve ise doldurulamamaktadır. Bu çalışmada ise mekân, insan, bilgi, ürün, sistem, araç-gereç, duyu unsurları etrafında çözümler yapılarak geleneksel Türk yemek kültürünün değişim ve dönüşüm boyutu ele alınacaktır. Ayrı başlıklar açmak yerine mekân ve ürünün dönüşümünden hareketle diğer faktörler bütüncül olarak değerlendirilecektir.

#### 3.3.7.1. Mekânın Dönüşümü Bağlamında Ev Mutfağı ve Lokantalar

Mekân faktörü, geleneksel yemek kültürünün bütün uyaranlarını ve bileşenlerini (ürünler, kişiler, araç-gereçler, sesler, görüntü vb.) kapsayan bir önemde olduğundan dolayı ayrıntılı ve çok yönlü çözümler yapılmalıdır. Kültürel mekanlar olarak işaretlenen bu ortamlar, geniş bir daire şeklinde yapılanmakta ve diğer unsurları da bünyesine

katmaktadır. Bu doğrultuda yaşayan kültürel mirasın mekanlarında insanlar arası sözlü-sözsüz iletişim biçimleri, gösteriler, ürünler, kültürel tutum ve davranışlar, araç-gereç kullanımları ve fizyolojik bazı faktörler (ses, koku vb.) bir arada ve bazen de birbirini tetikleyecek/biçimlendirecek şekilde ortaya konulmaktadır.

Dijital çağın temel bir özelliği olarak çevrimiçi yemek/yiyecek alışverişlerinin yaygınlaşması, mekânın fiziksel ve kültürel dönüşümüne kapı aralamasının yanı sıra geniş işlevlerinin de törpülenmesine yol açmaktadır. Geleneksel (Türk) yemek kültürü açısından dijital kültür çağında mekânın dönüşümünün gözlemlendiği temel ortamlar/örnekler ise ev mutfağı ve lokantalar/esnaf lokantalarıdır. İlk olarak ailenin barındığı çatının içerisinde toplumsal cinsiyet rolleri açısından annelerin/kadınların alanı olarak beliren veya konumlandırılan ev mutfağının dönüşümüne dair şu temel hususlarda çözümlenmeler yapılabilir:

Ev mutfağı, aile bireylerinin doyurulması ve geleneksel yemek kültürünün sürdürülebilmesi amacıyla geleneksel bilginin (yemek bilgisi) işe koşulduğu mekanlardır. Başka bir deyişle bir (kültürel) üretim merkezidir. Tüketim (yemek yemek) bu ortamın bir özelliği olmasına karşılık genellikle veya temel niteliği gereği üretilenin tüketilmesiyle hizalanmaktadır. Yapma ve yeme veya yapan ve yiyen döngüsü söz konusudur.

Dijital çağda restoran ve yöresel gıda/ürün siparişlerinin yaygınlaşması geleneksel yemek bilgisinin buharlaşmasına, oluşturulamamasına ve genişletilememesine yol açmaktadır. Kısaca bu durum, (ev içi) bir üretim zafiyeti olarak da yorumlanabilir. Erişebilirliğin sürekliliği, tüketimin sürekliliğini körüklemektedir. Bu olgunun muhatabının özellikle genç kuşaklar olduğu günlük hayattaki gözlemlerle de somutlaşmaktadır.<sup>190</sup> Yemek pişirmenin ev mutfağı dışına çıkarılması ya da yemek temininin dışarıdan alışverişle sağlanması üretim-öğrenim bağlamının bozulmasına da yol açmaktadır. Bu öğrenim, ev mutfağı bağlamında (pişirme bilgisi, ürün dönüştürme ve saklama bilgisi vb.) eski kuşak mensubu bireylerden yararlanarak (anne, nine, akraba vb.) veya kendi kendinlikle çerçeveselendirilebilir.

“İnsan ve ürün arasındaki bağlantının (doğal akışın) koptuğu; geleneksel sistem ve mekânın da belirsizleştiği bu süreçte, *şeyleştirme (reification)* ortaya çıkmaktadır”

<sup>190</sup> Bu konu kuşaklararasılık doğrultusunda önceki başlıklarda ayrıntılı çözümlenmiştir. Ayrıca bakınız Alpyıldız, 2022.

(Alpyıldız, 2022, s. 319). Adorno ve Horkheimer (2014, s. 306) tarafından şeyleştirilmenin, bir edilginleşme hatta unutuşa yol açtığı ileri sürülmesi bu açıdan önemlidir. Bu doğrultuda dijital kültürün biçimlendirdiği yapıda yemek, ocakta dumanı tüterek pişen/pişirilen bir üründen, dışarıdan (çevrimiçi siparişlerle) satın alınabilen nesneye indirgenmektedir.

Halk ekonomisi içerisinde yemek, -zorunlu ihtiyaçlar dışında- bir tasarruf aracı-ürünü olarak kabul edilmektedir. *İşten artmaz dıştan artar* şeklindeki Türk atasözünde bu durum halk felsefesinin ve ekonomisinin bir göstergesi olarak inşa edilmiştir. Yukarıda belirtilen olgular ise halk ekonomisinin temel bir anlayışı olarak ürünü değerlendirip tasarruf etme ve kaynak yaratmaya dönük geleneksel bakış açılarının da dönüşmeye başladığını göstermektedir. Bu açıdan halk ekonomisinin temel birimlerinden olan hane halkının, temel harcama kalemlerinde çevrimiçi yemek/yiyecek alışverişlerinin oranının artmaya başladığı belirtilebilir. Bu olguyu doğrudan dijital kültür ortamının yaratmadığının ama derinleştirdiğinin altı çizilmelidir.

Bir ailenin temel barınağı olan evinde, mutfanın günlük işleri arasında konumlanan yemek pişirmenin, duyu fizyolojisi bağlamında kültürel boyutunun belirginleştirilmesi ve mekânın (mutfanın) anlamının ortaya konulması ele alınabilecek -disiplinlerarası- başka bir konudur. J. Goody'e (2002, s. 17) göre "duyular hem fizyolojik hem de kültürel düzeyde işleyen iletişim araçlarıdır". Bu bakış açısı aynı zamanda insan türü için duyu kategorisinin evrensel özelliklerinin yanı sıra kültürel düzeyde işleyen bir mekanizması olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu olgu, konumuzla ilgili düşünüldüğünde, "mutfığa dair kültürel ayrıntılandırmayla" (Goody, 2002, s. 19) ilgili bir durumdur.

Bu açıdan ev mutfağından/mutfaklardan çıkan-yayılan her türlü fiziksel unsur ve bunların fizyolojik karşılığı (alımlama, kodlama vb.) geleneksel yemek kültürünün temel birimleri arasında kabul edilmelidir. Başka bir ifadeyle yemeğin fizyolojik aşamalarına -bilinçli ya da bilinç dışı- tanıklık etmek mutfığı, kültürel mekân olarak oluşturan atmosferin kalın tabakaları arasına konumlandırmaktadır. Yemeğin sesi, kokusu, görüntüsü ve dokusunun yanı sıra mutfak araç-gereçlerinin çıkardığı her türlü yansıma sesler, geleneksel yemek kültürüne dair bellek oluşturulmasının temel işaretleyicileridir. Aynı zamanda mutfakta yemeğin ilk pişme aşamasında görece sevilmeyen, garipsenen veya kötü olarak anlamlandırılan kokuların yanı sıra yemeğin, dönüşmemiş bir ürünken yansıyan

görüntüsü vb. geleneksel mutfak kültürüne dair fizyolojinin ve psikolojinin bir parçası sayılmalıdır.

Bu bağlamda çevrimiçi yemek/yiyecek siparişlerinin yaygınlaşmasının mekânın dönüşümüne dair başka bir karşılığı ise duyuşal özelliklerin kaybına paralel olarak mutfağın anlamsızlaşması, işlevsizleşmesi ve belirsizleşmesidir. Daha somut bir ifadeyle duyuşal deneyimlerin birçoğunun mutfakta kazanılamamasıdır. Burada tenceresi kaynamayan, dumanı çıkmayan ve kokusu yayılmayan bir mutfağın, evin oturma odasından farkının ne olduğu sorulabilir.

Duyu fizyolojisi ve geleneksel yemek kültürü açısından diğerk bir önemli husus ise çevrimiçi yemek/yiyecek siparişlerinin (ya da fiziksel olarak marketten alışverişin) yoğunlaşmasının ve mutfakta yemek pişirmenin azalmasının ürünün duyuşal farkındalığına (bilgi ve bilinçlilik hali) dair nitelikleri tırpanlamasıdır. Örneğın sütun, yoğurt olması için ilk kaynatılışı sırasında yayılan görece hoş gelmeyebilecek (ekşimsi, plastiğimsi) kokusunun ortamdaki çıkarılması, fizyolojiden kültüre doğru gerçekleşen bilgi ve bellek akışının kesilmesine yol açmaktadır. Ev mutfağı, dışardan temin edilen paketlenmiş ürünlerin raflara yerleştirildiğı bir depo vazifesi görmektedir. Aynı zamanda geleneksel bilginin yaratıcılığa dönüştürüldüğü bir alan olmaktan çıkarılmaktadır. Kısaca fizyolojik faktörlerin mutfaktan tecrit edilmeye başlandığı bu süreçte geleneksel yemek kültürüne dair bazı temel birimler de işlevsizleş(tiril)mektedir.

Mekânın dönüşmesi bağlamında ev mutfağının niteliklerine dair işlev kaybının başka bir göstergesi, sofrak kavramının anlamının azalmasında somutlaşmaktadır. Geleneksel Türk yemek kültürüne dair temel yapılardan birisi olan sofraların kültürel bir eğitim ortamı olmalarından her türlü göstergeyle örülü (zenginlik, cömertlik, misafirperverlik, fakirlik, şenlik-eğlence vb.) işlevleri bulunmaktadır. Ev mutfağı bağlamında aile bireylerinin bir araya geldiğı sofralar, kaynaşma ve dayanışma ortamlarıdır. Yemek pişirilen bir evin mutfağında sofranın kurulması genel anlamda herkesin katılımını gerçekleştirecek şekilde tek seferlik bir eylem biçimidir. Buna karşılık yemek tedarikinin çevrimiçi edinilmesinin karşılıklarından birisi, bireyselleşmenin ve yalnızlaşmanın derinleştirilmesidir.

Diğerk taraftan yavaş yaşamın (slow living) bir göstergesi olan sofralar, dijital kültürün hızla özdeşleyen anlam kalıpları arasında kalmaktadır. Sofranın kurulmasına harcanan

süre bir bütün olarak düşünüldüğünde (üretim, hazırlık, saklama, yeme, toplama, temizleme vb.) “geçmiş kültürel zamanların yavaşlığı ile dijital çağın hızının karşı karşıya” (Özdemir, 2018b: 220) kaldığı bir süreç yaşanmaktadır. Ev mutfaklarında harcanan zaman en aza indirilmekte ve yemek, hızlı yaşamın akışına yerleştirilmektedir. Bu açıdan ev mutfaklarının da fast-food zincirlerinin yemek yenildiği salonlara benzer bir işleve dönüştüğü düşünülebilir.

Çevrimiçi olarak da yemek tedarik etmenin profesyonel bir şirket tarafından sağlandığı ve *catering* adı verilen iş kolu açısından da ev mutfağının işlevsizleştirildiği düşünülebilir. Örneğin geçiş dönemleri açısından düğün yemekleri yapma-hazırlama geleneğinin önemsizleştirilmesi, basitleştirilmesi ve göstermelikleştirilmesi söz konusudur. Yemek pişirmek, bağlam dışına çıkarılmakta ve bütünlük bozulmaktadır. Bu olguda özellikle düğün sahiplerinin gönüllü girişimleriyle bağlamsızlaştırmanın yaygınlaştırıldığı da ileri sürülebilir. Özetle çevrimiçi yemek/yiyecek alışverişleri mutfağı kendi anlamı ve işlevinden ayırıştırarak bir yapıya karşılık gelmektedir.

Mekânın ve buna bağlı olarak kültürel yapının dönüşümü bağlamında çözümlenebilecek diğer örnek *lokantalar*dır. Geleneksel yemek bilgisinin profesyonelleşmesinin ve özünün korunup ticarileşmesinin canlı örnekleri olan lokantalar, çevrimiçi yemek siparişlerinden olumlu veya olumsuz anlamda etkilenen mekanların başında gelmektedir. Başka bir ifadeyle dijital sistem içerisine eklenen lokantaların, çevrimiçi siparişlere ağırlık vermesinin ekonomik ve sosyal anlamda pek çok sorunları ve faydalarının olduğu başka çalışmalarda işlenmiştir. Bu noktada farklı kültürel eleştiriler yapılacaktır.

Lokantalar açısından çözümlenecek ilk konu, insanlar arası sözlü-sözsüz iletişim biçimlerinin dönüşümü üzerinedir. Geleneksel bağlamında *aşçı-garson*, *aşçı-müşteri*, *garson-müşteri müşteri-müşteri* gibi karşılıklı ilişkiler ekseninde oluşturulan sosyo-kültürel yapı ve gerçekleştirilen sosyo-kültürel davranışlar geleneksel Türk yemek kültürü başta olmak üzere Türk sözlü-sözsüz kültürü açısından da kayda değer verimler içermektedir. Geleneksel karşılama ifadeleri, sipariş verme biçimleri, sloganlar, hitaplar, tembihler, tavsiyeler, temenniler, hesap isteme biçimleri, uğurlama ifadeleri vb. [*hoş geldiniz/buyurun, ne vereyim abime, neyin var, ortaya karışık getir, az kuru gönder, pilav üstü az çek, çay çekk, usta pişkin olsun, usta günahımız ne, bereket versin, afiyet olsun, hayırlı işler, ayağınıza sağlık vb.*] geleneksel mekâna ve mesleğe dair önemli söz

dağarcığıdır (jargonlardır). Çevrimiçi sistemde ise geleneksel bağlamın iletişim biçimlerinin birçoğu çerçeve dışıdır ve gereksizdir.

Günümüzde lokantaların birçoğunun geleneksel ve dijital olmak üzere ikili bir yapıda hareket ettikleri görülmektedir. Bir taraftan fiziksel mekânda geleneksel ve gündelik iş yaşamına dair dinamikler sürdürülürken diğer taraftan da dijital sisteme uyumlanmaya bağlı olarak dönüşümler yaşanmaktadır. Geleneksel olarak adisyon kağıtlarına siparişin niceliğinin (porsiyon, adet, miktar vb.) çizgi çekilerek ve çift rakamlara karşılık geldiğinde de çarpı işaretleriyle yazılması söz konusudur. Buna karşılık bazı dijital uygulamaların (adisyon programı, QR kod taratıp menü inceletme vb.) kullanımına bağlı olarak fiziksel/canlı mekân içi sipariş alma-verme-yazma biçimlerinde dönüşümler gözlemlenmektedir. Aynı zamanda yakın bir gelecekte bahşiş verme biçimlerinde de bir dönüşüme girileceği; dünyada bazı ülkelerdeki örneklerine paralel olarak kredi kartıyla ödeme yönteminde hesap tutarına yansıyan yüzdellik dilimlerle bahşiş seçeneğinin sunulacağı; bu bağlamda bahşişleri de dijitalleşeceği-sanallaşacağı belirtilebilir.

Dijital sistem içerisinde çevrimiçi sipariş alan lokantalarda müşteri profili sanallaşmaktadır. Geleneksel/fiziksel bağlama özgü bir deyim ve durum olan *müşteriyi gözüniün tutmaması* -sisteme kayıtlı bir vukuat yoksa- devre dışı kalmaktadır. Dolayısıyla fiziksel mekandaki çalışanların müşterisine göre (!) davranışları pek önem oluşturmamaktadır. Bu hususta statü, cinsiyet, medeni hâl, giyim-kuşam gibi faktörlere bağlı olarak iletişim kurma (hitaplar vb.), inisiyatif alma (yer gösterme, masayı kapatma vb.) gibi fiziksel mekâna özgü kalıplar da dijital dünyadan soyutlanmaktadır.

Geleneksel bağlamın temel yapısal özelliklerinden olan ve Türkçede *müşteriyi tanımak* şeklinde ifade edilen deyim ve durumun da dijital sistemde belirsizleştiği görülmektedir. Mekânın müdavimlerinin nitelikleriyle işaretlenen müşteriyi tanımak deyimini, lokantalar bağlamında düşünüldüğünde anahtar önemi taşıyan iletişim birimi veya biçimidir. Müşterinin hoş tutulması, küstürülmemesi, bağlantının doğru kurulması, işlerin çabuklaştırılması açısından mekânın ilgili muhatabına zaman kazandıran ve psikolojik rahatlık sağlayan bir durumdur. Lokantanın fiziksel mekanına misafir olan müşterinin, salonda oturmayı sevdiği ve alışkanlık edindiği masa; hangi yiyecekleri seçtiği ve hangi kıvamda yediği; hangi yiyeceklerden kaçındığı; hangi saatte geldiği ve ne kadar süre kaldığı, çay içip içmediği gibi faktörler geleneksel bağlama özgü oluşan



deneyimlerle belirlenmektedir. Fiziksel temasın yerini dijital temasın aldığı yeni sistemde yüz yüze ve canlı iletişime bağlı olarak gerçekleşen davranış kalıpları bağlam dışı kalmaktadır.

Diğer taraftan sözlü kültürün yazılı kültür içerisinde yaşamaya devam ettiğinin veya gelenekler arası etkileşimin (Goody, 2013b) bir yansıması olarak fiziksel mekânda yazılı menü olsa bile sözlü olarak iletişimin -duruma göre- hakimiyetini sürdürdüğü bilinmektedir. Menüye takılıp kalmak istemeyen müşterinin veya garsonun “usta neyin var/ne vereyim abime” tarzı diyalogları geleneksel bağlamın temel bir iletişim kurma biçimidir. *Yemek Sepeti* ve *Getir* gibi *e-aracı* firmalar üzerinden gerçekleştirilen iletişim biçiminde ise sözlü yapı, dijital sistemdeki işleyişin -büyük oranda ve aksi bir durum yoksa- dışına çıkarılmaktadır. Bu tür çevrimiçi yemek siparişlerinde müşteri tarafından, mekân sahibi olan karşıdaki şahsın fiziki ve sözlü olarak muhatap alınmaması adeta istendik bir durumdur.

Çevrimiçi yemek siparişlerinin lokantalar bağlamındaki dönüşümünün başka bir örneği ise mesleki gösterinin-performansın ve buna bağlı olarak araç-gereç kullanımının gölgede kalmasıdır. Burada yemeğe dair canlı mesleki performansın alımlayıcısı/izleyicisi yoktur. Örneğin e-yemek siparişi verilen dönerin nasıl kesildiği veya pidenin hamurunun elle yuvarlanarak nasıl açıldığı gibi işlemler, dijital-sanal sistemin makasladığı bölümler arasındadır. Dolayısıyla ustalar tarafından sanal müşterilere bu türden sunumların yapılması anlamsızlaşmakta, gereksizleşmekte ve rutin işlemler de buharlaşmaktadır. Başka bir açıdan yaklaşırsak meslek folkloruna dair temel ifadeler, hareketler, davranışlar vb. çevrimiçi yemek siparişi sisteminde yansıtılamamakta ve müşteri açısından da deneyimlenememektedir. Buna karşılık dijital dünyanın başka mecralarında ise gastro-gösteriler için deyim yerindeyse kişisel ve mesleki bir var oluş görülmektedir.

Yukarıda ev mutfaklarının dönüşümünde işlendiği gibi çevrimiçi siparişlerin duyu fizyolojisi bağlamında kültürel boyutu belirsizleştirmesinin insan faktörü açısından başka bir çözümlemesi lokantalar bağlamında yapılabilir. Bu inceleme mekânın dönüşmesinin ötesinde mekânın havasını soluyamayan insanların/müşterilerin fizyoloji temelli sosyal ve kültürel dönüşümüne hatta kaybına denk düşmektedir.

Yemek hazırlanan ve yenilen bir ortam olan lokantalarda mekânın sesi (insan, araç-gereç, ürün) geleneksel yemek kültürünün başka bir önemli çıktısıdır. Maddi kültür ortamı olan

lokantalar, mutfak sistemine dair çeşitli seslerin yükselmesiyle nitelik kazanan ve bu doğrultuda geleneksel bir farkındalığın oluştuğu bağlamlardır.

Yemek ve ses ilişkisi konusunda önemli çalışmasında Ç. Kara (2018, s. 442-443) şunları belirtmektedir:

Mutfak ve sofrada kullanılan araç – gereçlerin, makine ve âletlerin, yapıldıkları ham maddeden, çalışma prensiplerinden ve yiyecek ya da yiyenlerle temaslarından kaynaklanan sesleri vardır... Bu çalışmada iddia edilmektedir ki (1) yemek sistemindeki sesler, *yukarı-doğru-kalkan-ses*<sup>191</sup> niteliği göstermektedir. (2) Yemeğin sesi açlık ya da susuzluğumuzu gidermemize ya da keyif için tüketmemize kılavuzluk edecek kadar, hafızalarımızda kültürel olarak tanımlıdır. (3) Yemeğin sesi, kişinin iştahını yönlendirme işlevine sahiptir. (4) Yemek kültürü bir sistem olduğundan, sistemdeki en ufak bir değişiklik sese ve dolayısıyla diğer duyulara da yansımaktadır.

Geleneksel yemek sistemi içerisindeki fiziki bağlamlarda maddi kültür ürünlerinin çeşitli yansıma sesleri bulunmaktadır. “Ekmek (lavaş/pide) küreğinin fırın taşında ileri-geri sürülürken çıkardığı sürtme sesi” (Kara, 2018, s. 442); taş fırının içerisindeki odunların yanarken çıkardığı çıtırdama sesi; pişirme türüne göre yemeklerden çıkan hışırtı/çıtırtı/fokurdama/tıkırdama/fışkırdama/patlama vb. sesleri; testiden yapılan yemeklerde testinin masada kırılma sesi; erimiş yağı yemeğin üzerinde dökme sesi; masatla bilenen bıçak sesleri; doğrama tahtası üzerinde ritim tutulan bıçak veya satır sesi; yıkanan tabak, kaşık-çatal-bıçak, bardak gibi farklı maddelere sahip olan âletlerin sesi vb. geleneksel ortamın ses ekolojisinde yer tutan örneklerdir.

Bu doğrultuda geleneksel ortamda insan sesleri bağlamında ise “yemeğe davet sesleri, satılan ya da servis edilen şeye dikkat çekme sesleri; beğenme ya da iğrenmeye dair kalıp ifadeler; zevk verici, sinir bozucu, tiksindirici sesler vb.” (Kara, 2018, s. 439-441) örnek verilebilir. Burada mekâna dair insan sesleri bağlamında kulak zevkini tırmalayan seslerin de kültürel kalıplara dahil olduğuna dikkat çekmeliyiz.

---

<sup>191</sup> Etnomüzikolog Steven Feld tarafından Papua Yeni Gine'nin yağmur ortamlarının yanı sıra bölge sakinlerinin ses dünyasının incelendiği çalışmalarla gözlemlenen ve *lift-up-over sounding* (yukarı doğru kalkan ses/kaldırılmalı seslendirme) olarak tanımlanan bu ses teorisinde ve modelinde, kaosun senkronizasyonu ileri sürülmektedir. Başka bir ifadeyle bu yaklaşım, faz/aşama (phase) dışı olup eşleşen parça ilişkileri üzerinedir. Buna göre ses ekolojisi içerisinde eş zamanlı ama faz/aşama (phase) dışı olduğu belirtilen bu ses teorisinde bir sesin bir an için öne çıktığı ve ardından aynı hızla uzaklaştığı, mozaik'in yeni ve tekrar eden oluşumlarla çakıştığı, yankılandığı ve örtüştüğü savlanmaktadır. Feld tarafından doğal seslerin ve çeşitli müzik yapılarının tek bir estetik ideoloji altında bütünleştiği iddia edilmektedir. (Bakınız, Feld, 1994).

Yukarıdaki olgu ve örneklerden görüleceği üzere “ses aracılığıyla etnografi yapmanın” (Feld, 2004, s. 461) sınırlarının geleneksel yemek kültürü alanına doğru kaydırılabileceğini hatta genişletilebileceğini ve bunun gerekli olduğunu belirtebiliriz. Bu bağlamda dinleme(nin) etnografisi/*ethnography of listening* (Bendix, 2000) yaklaşımının geleneksel yemek sistemine dair ses ekolojisini de kapsayacak şekilde değerlendirilmesi önemli görülmelidir. Duyusal algı(nın) etnografisi/*ethnography of sensory perception* (Bendix, 2000, s. 33) kültürü öğrenmenin, anlamamanın ve yaşamamanın temel basamakları arasında konumlandırılmalıdır. Başka bir ifadeyle işitsel bir epistemoloji olarak tanımlanan ve *acoustemology/akustik epistemoloji* (Feld ve Brenneis, 2004, s. 462) şeklinde kavramlaştırılan bu alan, kişinin dünyayı ses yoluyla tanınması ve bilmesinin önemini işaretlemektedir. Bu doğrultuda içinde yaşanılan ortamın bir parçası olunan mekâna dair seslerin takibiyle kültürel bir yaşam alanının sınırlarına adım atılmakta ve kültürel bir bellek oluşturulmaktadır.

Dijital kültür çağında çevrimiçi sistem içerisinde duyusal deneyimin rolünün en aza indiği/indirildiği görülmektedir. Teknoloji merkezli yaşam biçiminin ayrıştırdığı alanda kültürel ses yalıtımı güçlü durmaktadır. Ayağına hizmet özentisiyle *Getir ve İste Gelsin* gibi firma, amaç, sistem ve sloganın bütünleştirildiği/örtüşürüldüğü bu yapıda, kentin fiziksel mekanının çevrimiçi yoluyla duyusal boşaltımı söz konusudur. Çevrimiçi yemek siparişleriyle kulak kabartılan alan, kuryenin basacağı zil sesine yoğunlaşmaktadır.

Yukarıda örneklendirildiği gibi pide küreğinin taş fırın içerisinde ileri-geri sürülürken çıkardığı sürtme sesi ve pidenin satırla doğranırken çıkan kıtırtı sesi, havada asılı kalmayan ama kültürel belleğe asılan/yerleşen geleneksel yemek kültürüne ait *işitsel epistemolojinin* çok önemli bir parçasıdır. Dinlemenin etnografisi içerisinde bu algısal işaretleyiciler, icranın gerçekleştirildiği (hizmetin sunulduğu) karşı yakaya bilinçli-bilinçsiz, örtük-açık bir şekilde gönderilmektedir. Burada mutfığa dair geleneksel ses bilgisi inşa olmaktadır. Çevrimiçi yaşam alanında ise mekâna dair ses ekolojisi çevrim dışıdır. Bu sistemde duymak için alabildiğine boşluk içinde olan fakat kültürel olanı duyamayan, izole edilmiş ya da kendilerini (evinde) tecrit etmiş insanlar vardır.

Duyu fizyolojisi bağlamında mekân ve kültürel bellek ilişkisine dair diğer duyuların önemi de bu kapsamda düşünülmelidir. Çevrimiçi yemek siparişleri, mekânın deneyimlenmesi açısından görmenin öneminin belirsizleşmesi, yapaylaştırılması ve arka

plana atılmasına yol açmaktadır. Görme ve yemenin bir bütün olması, sonuç odaklı değerlendirilmemelidir. Daha açık ifadeyle çevrimiçi yolla kişinin önüne getirilen ve gördüğü yemekle sınırlandırılacak bir konu değildir. Lokantanın iç yapısına göre yemeklerin yapılış aşamalarını (mesleki icraları) izlemek, garsonların ve müşterilerin davranışlarını gözlemek bu olgunun örnekleridir. Burada geniş anlamda göz yordamıyla mekâna dair etnografik bilgiler toplamak vardır. Çevrimiçilik -bir cephesiyle- bu açıdan bir izolasyon durumudur.

Mekâna dair koku fizyolojisi de geleneksel yemek kültürüne dair duyusal epistemolojinin başka bir parçasıdır. Yemek pişen ortam açısından geleneksel bağlamın ayırt edici özelliği kokunun fizyolojik, psikolojik ve kültürel dönüşümünün başlangıcından sonuna kadarki süreci içermesidir. (Bu sürece lokantalarda tümüyle tanıklık edildiği söylenemez). Daha net bir ifadeyle pişmeye başlayan bir yemek ile pişmiş yemek arasındaki koku çeşitliliğinin mekanlarda -mekânın yapı ve işlevine göre- belirli oranlarda deneyimlenebilmesi söz konusudur. Örneğin et dönerinin yeni pişmeye başladığı bir lokantada çiğ etin ateşle temasından yayılan koku; yine bu düzlemde dönerin tepesindeki kuyruk yağının mekânı sarmaya başlayan kokusu geleneksel bağlama dair temel fizyolojik işaretleyicilerdir. Çevrimiçilik ise ürün (yiyecek) sonuç odaklıdır ve duyusal epistemolojinin pek çok aşaması ve çeşitliliği dışarıda bırakılmaktadır. Sanal bir mekâna hapsedilmektedir.

Dijital çağda geleneksel (Türk) yemek kültüründe mekânın dönüşümünün başka bir tetikleyicisi ise Koronavirüs hastalığıdır (COVID-19). Dünya çapındaki salgının yönetiminde geçici (?) bir zorunluluk olarak uygulamaya geçirilen uzaktan-temassız yaşam modelinin çevrimiçi yemek sipariş sistemini ve buna bağlı birtakım sanal iş modellerini beslediği/yaygınlaştırdığı gözlemlenmektedir. Yemek kültürü açısından bu örnek ise bulut mutfaklardır.

İlk olarak pandemi süreciyle ilgili şu çözümler yapılabilir: Fuentes vd. (2022, s. 137) göre “çevrimiçi yiyecek/market alışverişleri, salgınla başa çıkma yöntemi olarak kullanılmıştır. Başka bir ifadeyle çevrimiçi gıda/yemek alışverişleri, toplumsal bir sağlık güvenliği uygulaması olarak alternatif bir yaşam modeli olmanın ötesinde tavsiye edilen, yoğunlaştırılmaya çalışılan hatta kısmen zorunlu tutulan bir sistem olarak kodlanmaya başlanmıştır. Sosyal ve kültürel alışkanlıklarının yeniden yapılandırıldığı bu süreçte

“tüketicilerin yeniden vasıflandırılması (re-skilling of consumers)” (Fuentes vd. 2022, s 140) söz konusu olmuştur. Çevrimiçi gıda alışverişi, kalabalık ortamlarda bulunarak hastalık kapma korkusunun psikolojik mekanizmaları arasında kolaylıkla yer edinmiştir.

Koronavirüs sürecinin zorunlu şartlarından beslenen dijitalleşmenin ve dijital yaşamın çevrimiçi yemek siparişi bağlamında gelişen dikkat çekici örneği *bulut mutfaklardır*. Bulut mutfak (cloud kitchen) modeli, web sitesi ve mobil uygulamalar aracılığıyla çevrimiçi siparişlerin alındığı, fiziksel alanında yemek yeme olanağı bulunmayan, sadece gıda üretimi gerçekleştirilerek paket servislerine odaklanan bir restoran modelidir. (Choudhary, 2019, s. 184-185). Sanal mutfak, (virtual kitchen,) karanlık mutfak (dark kitchen), ortak mutfak (shared kitchen) hayali mutfak (phantom kitchen), uydu mutfak (satellite kitchen) olarak da nitelendirilen bulut mutfak sisteminde, fiziksel ortama müşteri çekmek amaçlanmadığından dolayı maliyetlerin en aza indirilmesi için düşük kira bedellerine sahip depolar veya açık alanlardaki çeşitli yapılar tercih edilmektedir. Ayrıca birden fazla işletmenin ortak bir alanı kullanarak üretim yapabildikleri ve buradan dağıtım ağına çıkılan bir iş modelidir. Bulut mutfak iş modelinin Türkiye’deki büyük örnekleri ise İstanbul’da kurulan ve *Paket Mutfak* (2019), *Avane Cloud Kitchens* (2020), *Bundle Kitchen* (2020) adlı ortak çatı sisteminin oluşturulduğu firmalardır. (Alan ve Köker, 2022, s. 136; Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021, s. 54).

Dijital çağın yeni ve gelişen bir iş modeli olan *bulut mutfak* mekânlı mekansızlığın bir örneği olarak sürdürülebilir tüketimin sistem içi başka bir çarkı işlevindedir. Dijital çağda fiziksel mekânın üretici hariç insansızlaştırılmasının veya mutfağın fiziksel olarak müşteriden yalıtılmasının bir örneğidir. Ayrıca bulut mutfak sistemi -üretici/meslek sahibi anlamında- kişi faktörünü belirsizleştirmektedir. Geleneğin ustasının kişisel becerilerinin sergilenmesinden ve öneminden ziyade karanlık mutfağında kimliksizleştirilmiş, sanallaştırılmış ve bir çeşit robotlaştırılmış insanların ürettiğinin tükettirilmesi esas hale gelmektedir. Bu açıdan kişisel yatkınlığa ve ustalığa atıf yapılan el lezzeti gibi kavramlar da sistem dışına çıkarılmaktadır.

Bu konuda üzerinde durulması gereken diğer bir nokta ise bu iş modelinin, eskiden haber kanallarına konu olan *merdiven altı tipi işletme* denilen yapılara benzemesidir. Halk sağlığı ve gıda güvenliği açısından soru işaretleri oluşturan bu durum, dijital sistemin gıdanın/yemeğin bir ürün olarak dönüştürülebilirliğini de göstermektedir. Bu bağlamda

mekânın dönüşümü aynı zamanda ürünün de dönüşümünü içerdiği somut bir olgu olarak karşımızda durmaktadır.

### 3.3.7.2. Ürünün Dönüşümü Bağlamında Kodlamalar ve Göstergeler

Ürünün dönüşümünden kasıt fiziksel-kimyasal başkalaşım değil mutfak sistemi içerisindeki kültürel karşılığının farklı kodlamalara kapı aralaması ve bunu yansıtmasıdır. Bu olgunun asıl çıkış noktası ise insanın kültürel psikolojisinin teknoloji temelli biçimlenmesinde aranabilir. Dijital çağda nitelik gözetilmeksizin ürün, *hızlı, ucuz, pratik, kullan at, değiştir, çağır gelsin gibi tek seferlik, tüketim odaklı, niteliği azaltılmış ve ulaşımı/ulaşması hızlandırılmış* bir nesneye indirgenmektedir. Dijital kültür sistemi içerisinde yemek ise bu özelliklerden -görece- azade tutulmamaktadır.

Dijital sistem içerisinde yemek aramanın ve yemeğe ulaşmanın karşılıklarından birisi ucuzluk konusudur. E-aracı yemek şirketlerinden (Yemek Sepeti vb.) yapılan alışverişlerde temel seçici faktörler arasında ekonomik fırsatlar gelmektedir. Bu doğrultuda yemek istenilen üründen hareketle (örneğin kıymalı pide) fiyat araştırmalarının yapılabilmesi ve ekonomik anlamda uygun olanın seçilmesi söz konusudur. Burada asıl dikkat çekici husus, yemeğin kişisel yaratıcılık ve mekânsal nitelik ölçümlemesine uğratılmadan standardizasyona tabi tutulan bir nesneleştirilmedir. Örneğin bir cep telefonu modelinin fiyat ve özellikler açısından internette karşılaştırılmasına benzer bir mantıkla hareket edildiği söylenebilir. Ayrıca gelişen bu anlayışın bir yansıması olarak geleneksel yöntemlerle (telefonla) lokantalardan verilecek siparişlerde de çeşitli mekanlardan (yenilmek istenilen ürüne dair) fiyat bilgilerinin alındığı belirtilebilir. Bu bağlamda ürün olarak yemek, şeyleştirilmekte ve basitleştirilmektedir.

Geleneksel yemek kültüründe fizyolojik faktörlerin daha önemli ve belirleyici olduğuna yönelik diğer bir konu ise yemeğin sıcaklığı üzerinden işlenebilir. Türkçede “ağzının tadıyla yemek” deyiminin anlamsal karşılığı içerisinde yemeğin fiziksel ve fizyolojik niteliklerinin yerindeliği bulunmaktadır. Bu açıdan yemeğin, sıcak yenmesi; başka deyişle soğutulmaması temel ölçütlerdendir. Dijital kültür çağında ise temel olarak iki şekilde bu geleneksel anlayış kırılmaktadır. Birincisi yemek fotoğraflama; ikincisi de çevrimiçi yemek siparişleridir. Yemek fotoğraflama daha çok fiziksel mekandaki yemeğin, dijital sistem için çeşitli göstergelerle işletilmesine dayanmaktadır. Cep

telefonunun kadrajına giren yemek, gerçek anlamından, amacından ve niteliklerinden saptırılmaktadır. Çevrimiçi yemek siparişlerinde ise yiyeceğin soğumaması veya sıcak kalması konusunda ince çizgiler vardır. Hangi yöntemlerle yiyecek siparişi verilirse verilsin bir ölçüde soğuma ve yumuşama doğal bir dönüşümdür. Bu konuda asıl dikkat çekici olan mekânda yemekten ziyade paket yiyecek söylemenin lezzet üzerindeki kaybının kanıksanması ve öncelenmemesidir. Bu bağlamda paketlenmiş yiyecek sipariş etmek evde veya iş yerinde yemek olmaması durumunda bir telafinin ötesinde bir yaşam biçiminin parçası haline getirilmektedir. Evde yemek pişirmek, geçiştirilen işler arasında konumlandırılmaktadır. Tüm bu olgular bağlamında çevrimiçi siparişler “beceriksiz tüketiciyi üreten” (Jaffe ve Gertler, 2006, s. 151) bir mekanizma olarak da olumsuz işlemlere sahiptir.

Dijital çağda ürüne dair dönüşümün başka bir göstergesi temizlik ve güven meselesidir. (Bu konu aynı zamanda mekâna dair bir dönüşüm olarak da yorumlanabilir). Temiz gıda, insan boğazından girecek lokmaların sağlık anlamındaki önemini çerçeveleyen ve yüzyıllardır gözetilen bir unsurdur. Geleneksel bağlamdaki temizlik algısı, *gözünün görmesi* olarak tabir edilen bir fiziksellekle ilişkilendirilir. Bu denetimin temel birimleri insan ve mekân kontrolüdür. Üreticinin elinin yüzünün düzgünlüğü/temizliği, ürüne dair müşteri izleniminin olumlu sonuçlanmasıyla kendisini gösterir. Bu açıdan temizlik ve güven birbirini bütünleyen olgulardır. Buna karşılık geleneksel bağlamlarda ürünün temizliğinin ölçümlenmesine dair sınırsız bilgi ve izlenimler edinilebildiği söylenemez. Müşteri, yiyeceği ürünün her aşamasına tanıklık edemez. Bu konuda kötü sonuçlarla da karşılaşabilir. Buradaki temel fark, geleneksel bağlamda temizlik hususunda daha fazla hassasiyetin oluşması, bunun gözetilmesi ve gösterilmesidir.

Dijital kültür çağının çevrimiçi yemek siparişlerinde ise -tanıdık mekanlar ve istisnalar hariç- öneminin ivme kaybettiği veya seçici kriterlerin başına konulmayıp gittikçe kanıksanan bir temizlik olgusunun yerleştiği gözlemlenmektedir. Bu sistemde yemek, nesneleştirilmektedir. Çevrimiçi yemek siparişi ile bir mont siparişi arasında algılayış ve yorumlayış olarak fark belirsiz durmaktadır. Bulut mutfak örneğinde olduğu gibi ürünün nerede ve kim tarafından yapıldığının önemi buharlaştırılmakta ve sanal dünyanın kendi anlamlandırmalarıyla yeniden inşa edilmektedir. Kimliği belirsiz kişilerce açılan ateşin (!) üstünde pişirilen yemekler, bu sistemde şeyeleştirilmektedir.

Diğer taraftan dijital çağın bu sistemi içerisinde temizlik, güven, sadakat gibi değer algılarının ise yine dijital-sanal olarak tesis edildiği görülmektedir. Başka bir ifadeyle kullanıcı/müşteri olan kitlenin e-yemek siparişlerinde gözettikleri e-temizlik, e-güven, e-sadakat gibi ilkeler yemek siparişine aracılık eden firma (örneğin Yemek Sepeti) üzerinden kurulmaktadır. Ürünün kendisinden ziyade ürünü eline/evine belirtilen sürede ulaştırmayı taahhüt eden lokantanın/restoranın büyük patronunun kurumsal duruşu önemsenmektedir. Bu doğrultuda yine ürünün niteliği yerine, büyük firmalar aracılığıyla çevrimiçi siparişin gerçekleştirildiği sistemdeki kişisel bilgilerin güvenilirliği (kimlik numaraları, banka hesap bilgileri, telefon numaraları, e-postalar vb.) her şeyden önemli tutulmaktadır.<sup>192</sup> Kısaca sanal-dijital dünyadaki bu sistemde yemeğin, temizliğine dair değer kaybı ve farklı kodlamalar görülmektedir. Tüm bu olgular ise gıda güvenliği bağlamında tartışılabilir konu başlıkları ortaya çıkarmaktadır.

---

<sup>192</sup> Geçtiğimiz süreçte *Yemek Sepeti* firmasının iki kez siber saldırıya uğradığı yönünde çıkan haberler-iddialar dikkate değerdir. (URL: 74).



### 3.3.8. Temiz Gıda ve Gıda Güvenliği

İnsanlık tarihinde gıda/beslenme, bir güvenlik meselesi olarak yaşamı işgal eden en önemli konulardan biridir. İnsan boğazından giren lokmaların yaşam, hastalık ve ölüm arasındaki ince çizgiyi çekebilme gücü vardır. Bu açıdan insanlığın doğa ile etkileşiminden elde ettiği yüzlerce yıllık bilgi birikiminin bir yansıması olarak temiz beslenme yöntemi, biyolojik hatta kültürel güvenliğin garanti altına alınabileceğini göstermektedir. Başka bir deyişle bu alan geleneksel ekolojik bilginin merkezinde konumlanmaktadır.

Temiz gıda, son yıllarda kamuoyunun dikkatini çeken popüler bir beslenme eğilimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Temiz gıda/yemek kavramı ve faaliyeti, genel olarak “doğal durumuna yakın olduğu düşünülen işlenmemiş gıdaların tüketilmesini” ifade etmektedir. Beslenme üzerindeki bilinçlilik halinin güçlü bir şekilde yansıtıldığı bu alan, bir beslenme düzeninden çok, bir yaşam tarzına karşılık gelmektedir. (Baker ve Walsh, 2020, s. 54; Smith, 2020, s. 2-3).

Modern dünyanın sanayileşmiş süreçleri ve ürünlerinden uzaklaşma eğiliminin beslenme veya yemek kültürü alanında pek çok hareketi ortaya çıkardığı bilinmektedir. Bu bağlamda temiz gıda ise çeşitli dönemlerde benzer veya yakın amaçlarla oluşturulan ve farklı kavramlarla hayata geçirilen öze dönüş hareketlerinin (örneğin yavaş yemek/slow food) başka bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Bu konuda dikkat çekici nokta ise geleneksel (ekolojik) bilginin ve ürünün(ün) can kurtarıcılığına başvurulması ve sığınılmasıdır. Dolayısıyla slow food, cittaslow, temiz gıda, gıda güvenliği gibi kavramlar ve alanlar temel anlamda halkbilimi ile doğrudan ilişkilidir.

Çalışmanın bu bölümünde temiz gıda ve gıda güvenliği konusunun dijital alandaki görünümü geleneksel Türk yemek kültürüyle ilişkilendirilerek çözümlenecektir. Bu doğrultuda başlıca şu üç madde sıralanabilir.

- a. *Dijital alanda temiz gıda etiketinin sağlık ekonomisi ve kültürel ekonomik amaçlı kullanım furyası (geleneksel ürün satıcılığı; doğal, organik ve sağlıklı beslenmeye atf yapılarak beslenme üzerinde yaşam koçluğu yapan kişilerin faaliyetleri)*
- b. *Postmodern yereller-yerellik bağlamında üretim esaslı doğal yaşam biçimi ve bu alanda kurulan dijital-sanal faaliyetler ve ortaklıklar.*

### 3.3.8.1. Dijital Araçlarda Temiz Gıda Etiketinin Sağlık ve Kültürel Ekonomisi

İşlenmiş gıdaların olası kötü etkilerine bir duruş olarak son yıllarda ivme kazanan beslenme/gıda hareketlerinin yoğun bir şekilde yaşandığı bağlamların başında internet gelmektedir. Dijital medya, çeşitli beslenme tarzları hakkında bilgi bulmak, paylaşmak ve bu konuda rehber alınan kişileri takip etmek isteyenler için ucu açık kaynaklar sunmaktadır. Bu doğrultuda son yıllarda organik kavramının belirli belirsiz kullanımına paralel olarak temiz gıda veya beslenmenin de her şeyi kapsayan bir etiket haline geldiği söylenebilir. İnternet sitelerinde veya sosyal medya platformlarında *%100 doğal-organik, saf, temiz, sağlıklı, yöresel, el yapımı, ekolojik/organik tarım, bitkisel, katkısız-koruyucusuz, GDO'suz, sertifikalı, vegan vb.; tam tahıl, ekşi maya, glütensiz, laktosuz* gibi birbirini kovalayan sözcükler vardır.

Bu olgu, insanların temiz gıda arayışlarının farklı bir göstergesi olmasının yanı sıra yukarıda belirtilen etiketlerle yeni ve güçlü bir piyasa oluştuğunun yansıması olarak da okunabilir. Bu faaliyet alanının, geleneğe ve ürüne dair bir farkındalık oluşturma işlevi bulunmaktadır. Buna karşılık bu alanda sağlık ekonomisinin avcuları tarafından sınırsız kandırmacaların -geleneksel bağlamların yanı sıra- internet ortamında da ustalıkla kullanıldığı görülmektedir.

Son yıllarda temiz gıda kavramı, yöresel ürün pazarının yerel kökenli satıcılarının e-ticaret faaliyetlerinde pazarlama stratejisinin bir parçası olarak kullanılmaktadır. Satışa sunulan ürünlere ait gönderiler, temiz gıda ve benzer/ilgili “hashtag”lerle vitrine çıkarılmaktadır. Diğer taraftan dijital medyada temiz gıda etiketiyle de sağlıklı yaşam uzmanlığı, “temiz/fonksiyonel gıda uzmanlığı ve yemek guruluğu gibi yeni mesleklerin ortaya çıktığı” (Özdemir, 2022b, s. 22) ifade edilebilir.

Yaşam koçları tarafından temiz gıda kavramı, genellikle kişinin beslenme biçimiyle bedenini inşa etmesinin çağdaş bir söylemi olarak çeşitli göstergelerle tasvir edilmektedir. Temel amaç, kilo vermek için tasarlanmış menülerle zayıf beden imajlarının oluşturulmasıdır. Bu doğrultuda temiz gıda adı altında çeşitli beslenme biçimleri (özellikle veganlık) empoze etmeye çalışan gurular da görülmektedir. Bu konunun geleneksel yemek kültürüyle ilişkilendirebileceğimiz tarafı ise şunlardır:

Burada, sağlıklı bir yaşamın formülü bağlamında doğal yiyeceklerle mucize bir yaşam inşa etmenin kökeni, geleneksel bilgiye ve onun ürününe dayandırılmaktadır. Öz

itibariyle doğru olabilecek bu yaklaşım dijital medya yoluyla sunulurken genelleştirmelerle ve saptırılmalarla karşılaşılmaktadır. Gelişigüzel bir şekilde zararlı ve yararlı olarak tasvir edilen yiyecekler kümesi içerisindeki geleneğin ürünü belirsizleşmektedir. Temiz gıda sloganıyla işlenmiş gıdalardan kaçınılırken geleneğimsi ürüne tutulmak söz konusu olmaktadır. Angela Smith (2020, s. 3) tarafından işaret edildiği gibi “sağlıklı gıdanın gerçekte ne olduğu konusundaki gerilimler” her zaman varlığını korurken alternatif, doğal ve sağlıklı yaşam biçimi olarak tasarlanan ve sunulan yapının doğrulanabilirliği ve yanlışlanabilirliği de göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin “herkes için daha sağlıklı olduğu yönündeki yanlış inanışla, çölyak olmayanlar için glutensiz bir diyet benimsemenin moda haline geldiği” (Smith, 2020, s. 3) bilinmektedir. Tereyağı yemenin kalp damarlarını tıkadığı (?) dönemlere atıf yaparcasına çeşitli gıdaların içerisinde bulunan bileşenlerin insan yaşamından tecrit edildiği bir furya ile karşılaşılmaktadır. Burada tartışılması gereken konulardan biri de (örneğin) tuz, şeker, yağ gibi maddelerin sofralardan toptan uzak tutulmasının yerine bu ürünlerin elde edilmiş biçimlerine dair temel yöntemlerin ve buna bağlı olarak ortaya çıkan sonucunun sorguya açılmasıdır. Sû-i misalin emsal edildiği sayısız bilgi ve örneklere rast gelinmektedir. Dolayısıyla dijital ortamlarda geleneksel bilgiler ve ürünler üzerinden doğru bilinen yanlışlar ve yanlış bilinen doğrular inşa edildiği belirtilebilir. Dijital medya bu diyalektiğin başka bir bağlamı olmaktadır. Bu bağlamda temiz gıda etiketinin ve faaliyetinin kendisinin bir tür gıda güvensizliği oluşturup oluşturmadığı temel bir soru olarak akıllarda tutulmalıdır.

### **3.3.8.2. Temiz Gıda Üretimi, Postmodern Yereller ve Dijital Ortaklıklar**

Temiz gıda ve gıda güvenliği konusunda çözümlenecek başka bir konu ise tersine göç hareketinin bir örneği olarak kentli yerellerin kırsaldaki üretim esaslı doğal yaşam biçimleri ve bu alanda kurulan dijital-sanal faaliyetler ve ortaklıklardır.

Son yıllarda doğal yaşamak ve temiz gıda üretmek (temiz gıdaya erişmek) amacıyla köylere (kentten köye) yerleşen kişilerin, geleneksel ekolojik bilgi temelinde tarım ve hayvancılık faaliyetleri yürüttükleri gözlemlenmektedir. *Postmodern yereller* (Özdemir, 2022b) olarak tanımlanan bu kişiler, geleneksel ekolojik bilgi ve buna bağlı olarak genetik kaynakların önemini çeşitli çevrelere (köylü, kentli, genç kuşaklar vb.) tekrar hatırlatılmasını uygulamalı olarak göstermektedirler. Örneğin ata tohumlarının

toplanması, takas edilmesi ve geliştirilmesi doğrultusunda giriştikleri faaliyet, temiz gıda hareketinin doğrudan gıda güvenliğiyle ilişkili boyutunu kapsamaktadır. Başka bir deyişle bu grup, temiz gıdaya erişerek gıda güvenliğinin sağlanmasının ilk basamağına (doğa ve unsurları) dikkatleri çekmektedir. (Bu konuda ayrıca bakınız: Özdemir, 2022b).

Postmodern yereller, ekolojik çiftliklerinde geleneksel ve güncel teknikleri birleştirerek temiz gıdaya ve gıda güvenliğine dair bir farkındalık yaratmaktadır. Dijital haberleşme ağıyla topluluklar ve ortaklıklar kurarak kültürel ekolojik duyarlılığa katkı sağlamaktadır. Bu hareket, köylülerin tekrar bilinçlenmelerinin ve farklı üretim tekniklerini öğrenmelerinin önünü açmaktadır.

Özetle postmodern yereller için dijital medya, ürettikleri ürünlerin ulusal ve uluslararası ölçekte değerlendirebilmeleri; doğal-ekolojik-organik ürün meraklılarıyla bağlantı kurabilmeleri; kendi faaliyetlerine dair etkinlikler hakkında bilgilendirmeler yapabilmeleri vb. işlevleri görmektedir. Bu bağlamda N. Özdemir'e (2022b, s. 21-22) göre geleneğin postmodern üreticileri ve meraklıları/tüketicileri sanal-dijital teknolojik bağlamda buluşarak (temiz gıda ortaklık ağları kurarak) geleneksel ekolojik bilgi ve kültürü dolaylı olarak canlandırmaya devam etmektedirler.

### 3.3.9. Toplumsal Cinsiyet ve Geleneksel Yemek Kültürü

İnsan yaşamında ekonomi, siyaset, hukuk, eğitim, bilim, sağlık, spor, mizah, askerlik gibi pek çok alanın yanı sıra toplumsal cinsiyet olgusunun en yoğun olarak karşılık bulduğu alanların başında yemek kültürü gelmektedir. İnsanlık tarihi boyunca toplumsal cinsiyet olgusu, gıda sisteminin merkezi bir belirteci ve kodlayıcısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Fransız felsefeci ve göstergebilimci Roland Barthes (2013, s. 28) tarafından belirtildiği gibi “yemek (yemek) kendi amaçlarının ötesinde gelişen, başka davranışların yerini alan, (buna) işaret eden ve (bunu) özetleyen bir davranıştır ve tam da bu nedenlerle bir göstergedir”.

Tarihsel ve evrensel olarak toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünde tarla-bahçe işlerinin (çoğunun) kadınlara ve avcılığın da erkeklere tahsis edildiği bilinmektedir. Bu doğrultuda “*sebzeyle kadınlar ve etle erkekler*” şeklindeki bölümlenme ve özdeşlemeyle “cinsiyetlerin, emeklerinin farklı ürünleriyle” (Counihan, 2005, s. 3) tanımlandıkları ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle çoğu kültürde erkeklik ve dişilik belirli yiyeceklerle ilişkilendirilmekte; ayrıca bu yiyeceklerin üretim ve tüketim kontrolü de ilgili cinsiyetin egemenlik alanına ayrılmaktadır.<sup>193</sup> (Counihan, 1999, s. 9). Yine “toplumsal cinsiyetlendirilmiş gıda ideolojileri” (Van Esterik, 1999, s. 158) içerisinde dünyanın pek çok yerinde kadınların, gıda üretiminde emeğinin tam olarak muhasebeleştirilmemesinin bir örneği olarak tarım işçiliği, gıda endüstrisinde saha elemanlığı, garsonluklar, fastfood-konserve ve et paketleme işçiliği olarak en düşük statüde, en düşük ücretli ve en köleci rollerde” (Counihan, 2003, s. 106) konumlandırıldıkları belirtilebilir.

Buna karşılık aile içi yemek hazırlama görevini kadınlara bırakan (hatta dayatan) erkeklerin mutfağa girmesi ise “erkekliklerini azaltmayacak” (Swenson, 2013, s. 41) şekilde zihinsel ve sosyal olarak yapılandırılarak ataerkil bir toplumsal cinsiyet düzeninin devamını sürdürme üzerine kurulu olduğu vurgulanabilir. Bu açıdan erkeklerin, ticari arenadaki başrolü (şeflik mesleğiyle) kaptıkları; özel gün/hobi gibi kodlamalarla ve

---

<sup>193</sup> Toplumsal cinsiyete dair iş bölümündeki güç dengesizliğini gidermeye yönelik olarak avlanma faaliyetinin, erkeklerin daha fazla fiziksel kuvvet ve daha az duygusallık gerektiren biyolojik özellikleriyle güçlü bağlantısı kurulmaktadır.

vesilelerle tamamen “gönüllü bir şekilde” (Leer, 2018, s. 14) mutfağın eşiğinden geçtikleri ifade edilebilir.

Toplumsal cinsiyet ve yemek kültürü konusu, toplumsal iş bölümü çerçevesinde gıdanın temininde/üretiminde sorumluluk ve rol alma; cinsiyetler arası bağımlılığı, sevgiyi, saygıyı, rekabeti, üstünlüğü ve düşmanlığı sembolize etme; kişiye (kendine ve karşı cinse) roller biçme, (bu bağlamda) üstünlük kurma ve eşitsizlik yaratma; yiyeceklere anlam atfetme ve yiyecekleri cinsiyetle ilişkilendirme (cinsiyetlendirme); yemek yemeyi cinsellikle (cinsel ilişkiyle) özdeşleştirme ve kadını cinsel fantezilerin merkezine yerleştirme; yemeğin medya yoluyla temsilinde erkek ve kadın özneleri veya bedenler inşa etme vb. çok sayıda olgu bağlamında irdelenmektedir. Başka bir ifadeyle toplumsal cinsiyet kavramının yemek kültürü alanına nasıl dahil edilebileceğinin (veya tersi) çok zengin bir kümesi vardır. Bu bağlamda toplumsal cinsiyet ve yemek/gıda denkleminin haritasının sınırlarının da sürekli güncellenebileceği ifade edilebilir.

Yemek ve toplumsal cinsiyet konusunun insanlık tarihiyle koştur ilişkisine karşılık bu alandaki öncü çalışmaların yakın zamanlarda ortaya çıktığı belirtilebilir. Amerikalı antropolog Carole Counihan tarafından 1970’lerde gerçekleştirilen çalışmaların yanı sıra bu alandaki ilk araştırmaların çoğu, kadınlara ve özellikle de kadınları ikincil konumlarda (düşük statülerde) tutmak için gıda uygulamalarının nasıl kullanıldığına odaklanmıştır. Başka bir deyişle toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yemek kültürü üzerinden okunması bu alandaki literatürün büyük bir bölümünü teşkil etmiştir/etmektedir. Yine feminizm araştırmaları bağlamında toplumsal cinsiyet ve yemek kültürü alanında varlık gösterildiği; “ataerkil düzenin kadınları fiziksel, entelektüel ve psikolojik olarak tabi kılma, susturma ve değersizleştirme yollarını ortaya çıkarmaya odaklandığı” (McLean, 2013) belirtilmektedir. Bununla birlikte, daha yakın zamanlarda ise erkekler/erkeklikler ve yemek üzerine gerçekleştirilen çalışmalarla da akademik ilginin oluşmaya başladığı görülmektedir. (Meldgaard ve Leer, 2015, s. 3). Ayrıca uluslararası ve ulusal literatürde gıdanın/yemeğin erkeklik ve kadınlık inşaları için yazılı ve görsel medya yoluyla temsilinde önemli sayıda çalışmaların varlığı da gözlemlenmektedir. Buna karşılık dijital yemek kültürü bağlamında ise bu konunun derinleştirilmediği söylenebilir. Yemek kültürü doğrultusunda kadınlar ve blog yazarlığı genel olarak işlenen konu olarak öne çıkmaktadır. Yemek ve toplumsal cinsiyet olgularının kapsamının genişliği göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmada ise dijital kültür bağlamında bir sınırlamaya giderek

tartışılmasını düşündüğümüz birkaç konunun çözümlenmesi yapılacaktır. Bunlar şöyle maddelendirilebilir:

- a. *Kadın ve yemek (pişirme, üretme, satma, tüketme vb.) ilişkisinin yeniden çerçevelenmesi*
- b. *Erkek ve yemek ilişkisinde iktidarın devamının yeniden sağlanması*

### 3.3.9.1. Dijital Çağda Kadın ile Yemek İlişkisinin Yeniden Çerçevelenmesi

Dijital kültür çağında kadın ve yemek ilişkisinin yeniden çerçevelenmesinde başlıca üç olgunun varlığı dikkat çekmektedir. Bunların birincisi “*mutfakta pişip internete düşer*” (Cantek, 2011) metaforuyla bloglara ve sosyal medya platformlarına yemeğe dair içerik üretmek (tarifler vermek, mutfakta yaratıcılıklar sergilemek vb.); ikincisi tarladan sofraya (kendi sofrası) yerine tarladan kargoya şeklinde bir felsefe ve istikamet değişikliğiyle internette yöresel ürün satıcılığı yapmak (hatta internet satışı için yöresel gıda üretmek); üçüncüsü de hazır tüketimin ve yemek pişirmemenin bir göstergesi olarak çevrimiçi yemek/gıda siparişleri vermek.<sup>194</sup>

Birinci olgu, kadının ev içi ve ev dışı yemek pişirme görevinin (!) *değiştirilmiş yüzünü ve yeni bir duvara asılan çerçevesini* yansıtmaktadır. (Hatta ikinci olgu da bu kapsamdadır).

Dijital çağda yemek blogları ve sosyal medya, kadınlar tarafından geleneksel ve modern bilginin harmanlanarak usta bir yaratıcılıkla yemeğe dönüştürülmesinin; ayrıca bu içeriğe görsel bir çekicilik ve zenginlik katılarak sanal misafirlere sunulmasının merkezi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Başka bir açıdan kadınlar tarafından yemek pişirmek, dijital çağda bir varlık göstergesi ve kimlik inşası bağlamında yeniden yapılandırılmaktadır.

Cantek (2011, s. 33) tarafından belirtildiği üzere kadın, yemek ve teknoloji ilişkisi içerisinde internet ortamı “yemek blogu sahibi olan kadınların, kadınlara ait olduğu düşünülen bir dünyayı, erkeklere ait olduğu düşünülen bir başka dünyaya nasıl uyarladıklarının” altyapısını sağlamakta; başka bir deyişle bir çıkış alanı yaratmaktadır. Bu bağlamda bloglar<sup>195</sup> “kadınların sosyalleşmelerini, özgüvenlerini, yaratma ve yazma

<sup>194</sup> Bu olguların çalışmanın önceki başlıklarında kısmen toplumsal cinsiyet konusu dahil çeşitli açılardan ayrıntılı olarak çözümlendiğinin altını çizmeliyiz.

<sup>195</sup> Ayrıca internet siteleri ve sosyal medya.

yeteneklerini, bilgisayar dolayımı ile iletişime katılma becerilerini geliştirmeleri konusunda destekleyici bir unsur” olmaktadır.

Teknolojik bağlamlar açısından bazı farklar üzerinde durmak gerekmektedir. Kadınlar açısından yazılı-basılı ortamlarda varlık göstermenin koşulları ve yapısı, elektronik hatta dijital ortamlara göre daha fazla zorluk ortaya çıkarmaktadır. Eğitim seviyesine bağlı olarak kalem oynatabilme; baskı masraflarını üstlenebilme ya da çalışmasını yayınlatabilecek bir çevreye sahip olabilme gibi sert koşullar sıralanabilir. Elektronik kültür ortamları da seçiciliklerle çerçevelenmektedir. Dijital ortamların sanal dükkanları ise herkese açık olarak, türlü vergi ve masraflardan muaf bir şekilde, daha demokratik ve kitlesel bir yapıda fırsatlar sunmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadının ev içi bir ortamla çerçevelenen yemek pişirme görevi, (dijital) medya aracılığıyla bilgi ve performansının ölçülebileceği farklı ve dıştaki bir kitleye sunulmaktadır. Kadının ev içinde yemek yaparken çocuğunu ve eşini zorunlu olarak doyurmanın verdiği içgüdüsel davranışlar ve toplumsal roller, sosyal yaşamın profesyonel alanında da sosyo-ekonomik olarak konumlanma arzularını tamamen baskılayamamaktadır. Diğer bir ifadeyle yemek alanındaki bilgi, beceri ve yaratıcılığın sönüp gitmemesi, paylaşılması, bu bağlamda hak tesliminin beklenilmesi ve taltif edilmek önemli bir değer olarak görülmektedir.

Kadınlar açısından bloglar ve sosyal medya örnekleri de yemek yapmanın profesyonel bir meslek olup ekonomik kazanç sağlanan tarafının erkeklere ayrılan (ya da erkeklerin kaptığı) bölümüne alternatif bir çıkış noktaları aranılmasını temsil etmektedir. Bu bağlamda kadın, yemek ve teknoloji ilişkisi içerisinde yazılı bağlamlardan başlayarak elektronik ve dijital bağlamlara uzanan süreç, kadınların ataerkil temelde toplumsal düzlemde baskılanan yetenekleri açısından kendini gerçekleştirme psikolojilerinin yansımaları olarak da görülebilir. Bu açıdan erkek cenderesinden teknoloji yoluyla çıkışın akılcı ve başarılı bir örneği olarak da kabul edilebilir. “Sanal mutfağın kapılarının sanal misafirlere açıldığı bloglarda ve sosyal medyada kadınlar özgürleşmekte, farklı ve değerli olduğunu hissetmekte, her zaman karın doyurma amacıyla yaptığı sıradan işe özgün değer katmaktadır” (Alpyıldız, 2019, s. 111).

Dijital kültür çağında kadın ve yemek ilişkisinin yeniden çerçevelenmesinde ikinci olgu ise yöresel ürün satıcılığı bağlamında irdelenebilir. Birinci ve ikinci olgular, kadınların



üretim esaslı işlevlerini açığa çıkarmaktadır. Bu olgular, kadınların ücretsiz ev ve bahçe emeğinin maddi bir karşılık bulabilmesi bağlamında önemlidir.

Tarla ve bahçede (yani toprakta) çeşitli bilgi ve yöntemlerle gıdanın yetiştirilmesi olan tarım, dünyada insanların çoğunluğu için en önemli geçim kaynağıdır. Diğer bir bakış açısıyla tarım yöntemiyle elde edilen ürünler ise en önemli besin kaynakları arasındadır. Tarladan sofraya giden yolun çoğunlukla döşeyicileri olan kadınlar, tarımın geliştirilmesinde çok önemli işlevlere sahiptir.

Toplumsal cinsiyet perspektifinde bu konuda önemli bir tartışma konusu ise tarımda kadın bilgisinin yıkımının “kapitalist ataerkilliğin yönlendirdiği kurumsal küreselleşmenin” (Shiva, 2009, s. 18) ekseninde nasıl gerçekleştirildiğidir. Yine Vandana Shiva’nın (s. 18) ifadeleriyle “tohumdan sofraya tüm besin zinciri üzerindeki kontrolün, kadınların ellerinden günümüzün küresel ataları olan küresel şirketlere” nasıl kaydırıldığıdır. Bu bağlamda küreselleşme karşıtlığıyla tanınan Hint çevreci V. Shiva (2009, s. 24) “monokültürler ve tekellerin, tarımın erkekleştirilmesini sembolize ettiğinin” altını çizmektedir. Bu olgu doğrultusunda kadınların ellerinden alınan tohumun genetiğinin değiştirilmesi ve kısırlaştırılması (yenilenememesi); eski tohumları saklamanın, kullanmanın ve paylaşmanın suç kapsamına alınması; tahıldan biyoyakıtlar elde edilebilmesi, kadınların mülkiyet haklarının eksikliği gibi çok sayıda olumsuzluktan bahsedilebilir.

Bu konu geleneksel bilgi belleğinin sürdürülebilirliği ve gıda güvenliğinin sağlanabilirliği açısından kadınların toplumsal rolleriyle işaretlenmektedir. Kapitalizm ve küreselleşme gibi olgular doğrultusunda ataerkil sistemin ortaya çıkardığı yıkıma karşılık bu olgu, kadınların besleyiciliklerine<sup>196</sup> dair içgüdüsel bir durum mu; yoksa kadınların kapitalist ve küresel sistemin direksiyonunda olmaması mı kaynaklanıyor şeklinde sorular da yöneltilebilir.

Bu tartışma konuları uzun olmakla birlikte yöresel ürün satıcılığı bağlamında üzerinde duracağımız nokta ise kadınlar tarafından dijital ortamlar aracılığıyla yürütülen bu faaliyetin işlevlerinin neler olduğu ve toplumsal cinsiyet rolleri açısından gıda güvenliğiyle nasıl ilişkilendirilebileceğidir. Benzer ifadeyle gıda güvenliğinin

<sup>196</sup> Kadın bedeni aynı anda hem üretim hem de üreme – anne sütü ve bebek üretme- aracıdır. Kadın fetüsün ve bebeğin gıdasıdır; yani doğumdan önce fetüslerini besler ve doğumdan sonra anne sütüyle beslenmeye devam eder. (Van Esterik, 1999, s. 225-226).

teminatının kadınların toplumsal rolleriyle nasıl bağdaştırılacağı ve dijital çağdaki etkinliklerinin bu konuda nasıl bir yapısal işleve sahip olduğudur.

İlk olarak insanlık tarihinin uzun bir zaman dilimindeki ekonomik sistem içerisinde “kadınların hanenin geçimini sağlaması ve çeşitli beceriler içeren birden fazla görevleri yerine getirmeleri, kadınların gıda sağlayıcıları olarak çalışmalarını görünmez kılan” (Shiva, 2009, s. 20) önemli etkenler arasına yerleşmiştir. Kadınlar tarıma katkılarına rağmen çiftçi olarak gölgede kalmışlardır. Geleneksel bağlamlar açısından kendi ürettiklerini halk pazarında satmalarının yanı sıra çoğu zaman da şehirdeki toptancılar tarafından ucuza kapatılan bir işgücüyle muzdarip olmuşlardır.<sup>197</sup> Dijital ortamlar ise kadınlara, tüketiciye doğrudan görünür olmanın ve ticaret yapmanın kapılarını aralamaktadır. Bu hususta sosyal medya hesapları incelendiğinde önemli bir sayıda kadın girişimcinin (yöresel ürün satıcısının) varlığı göze çarpmaktadır. Yereldeki işletmeleriyle kendi çapında kadın tarım patronları olan bu girişimciler, tarladan sofraya hareketinin sınırlarını genişleterek ve istihdam yaratarak geleneksel ekolojik bilginin koruyuculuğunu ve aktarıcılığını üstlenmektedir.

Dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen bu faaliyet biçiminde genellemeci olmaktan kaçındığımızın altını çizmeliyiz. Organik üretim başka bir ölçüt veya tartışma konusu olmakla birlikte yöresel ürün satıcılığı, gıda üzerinde taklit ve tağşiş yapılmamasını gerektirir. Yöresel ürün satmak doğru niteliklerle yapıldığı takdirde kadınların temiz gıda ve gıda güvenliğine ilişkin toplumsal cinsiyet rolleri doğru bir zemin üzerine yerleştirilebilir. “Kadınlar ve biyoçeşitlilik arasındaki ortaklığın” (Shiva, 2009, s. 23) doğru sürdürülmesi, gıda güvenliğine dair toplumsal cinsiyet rolleri arasına işaretlenen olgu açısından kritiktir. Bu açıdan köylü kadınlar tarafından işletilen küçük fabrikaların, geleneğimsi meta üreten merkezlere dönüşmemesi önemlidir. Shiva’nın (2009, s. 23) ifadesiyle “kadın merkezli, doğa dostu bir tarım” arzulanan bir süreçtir.

Dijital kültür çağında kadın ve yemek ilişkisinin yeniden çerçevelenmesinde üçüncü olgu ise çevrimiçi yemek/gıda siparişleri ve bunların yansımasıdır. Çevrimiçi siparişlerin yaşamın merkezine konumlandırılması, gıda/yemek üretimi yerine tüketimin yaygınlaştığının bir göstergesidir. Bu durum her şeyden önce geleneksel ekolojik bilgi

---

<sup>197</sup> Bu olgu genel olarak yine devam etmektedir. Çözümlemelerimiz dijital çağda yaygınlaşmaya başlayan dinamiklerle ilişkilidir.

belleğinin kaybıdır. Aynı zamanda halk sağlığını tehlikeye düşüren ve bu konuda savunmasız bırakan bir olgudur. Sosyolog, JoAnn Jaffe and Michael Gertler (2006, s. 151) kadınların yemek yapmak yerine işlenmiş gıdaları tercih etmesine yönelik sert eleştirilerde bulunmaktadır. Bu araştırmacılara göre “aile birimi için çok sayıda fayda sağlayan üstün, ekonomik ve sağlıklı bir gıda kaynağının, paketlenmiş ürün lehine dışarı atılması” söz konusudur. Yine bazı orta sınıf kadınlar tarafından işlenmiş gıdaların benimsenmesi, “artık hizmetçiler olmadığı anlamına gelen toplumsal dönüşümlere bir çözüm olarak çerçevelendirilmektedir” (JoAnn Jaffe ve Gertler 2006, s. 150).

Yemek pişirme eyleminin kadınların ev içi temel bir görevi olarak işaretlenmesi, kadınlara kayıtlı bir ekonomide yer verilmemesi ve ekonomik karşılıklarının düşük tutulması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklı durumlardır. Yemek pişirmek, Fransız feminist filozof Simone de Beauvoir *The Second Sex* adlı çalışmasında belirttiği gibi “erkeklerin sanatsal ve entelektüel aşkınlık dünyasından ziyade kadınların kasvetli içkinlik alanına ait” (Akt. Symons, 2003b, s. 458) kabul edilmektedir. Bu doğrultuda bir kadının “yemek yapmak, baskımızın bir parçası olarak kavramsallaştırıldığı için özgürlük çoğu zaman gıda ile bağlantılı olmaktan kurtulmak anlamına geliyordu” şeklindeki ifadeleri (Avakian 2005’den akt. Kwik, 2008, s.29) de bu açıdan dikkate değerdir.

Yukarıdaki yaklaşımlara paralel olarak dijital çağda kadınların bir bölümü tarafından çevrimiçi yemek/gıda siparişlerinin toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı bir protesto işleviyle kullanıldığı söylenebilir. Bu çoğu zaman kapalı bir işlev olarak günlük hayatın rutinleri arasında gölgelen(diril)mektedir. Başka bir ifadeyle çevrimiçi siparişler iş yükünün eşit dağıtılması için ortaya konulan çabanın ötesinde ataerkil düzene örtük bir karşı çıkış ve karşı duruş olarak yerleştirilmektedir. Çevrimiçi yemek siparişleri, bu çerçeveyi kıran bir çekice benzetilebilir.

Amerikalı feminist ve sosyolog Alice Ross (2003, s. 566) tarafından yöneltlen şu eleştiriler çarpıcıdır:

...pek çok kadın, aşçılık hakkında annelerinden çok daha az şey biliyor ve *ben yemek yapmıyorum* gururlu (!) ifadesiyle evdeki angaryalardan kurtulduklarını düşünüyorlar... Doğal malzemelerle pişirilen yiyeceklerin ne talimatını ne de hafızasını deneyimleyebildikleri için iyi yemeği (yemek yemeyi) restoranların zor süreçleriyle bağdaştırma eğilimindedirler... Görünen o ki ekonomik ilerleme, toplumsal cinsiyet ve mutfak arasındaki ilişkilerin yanı sıra kadınlar ile yemek arasındaki bağı zayıflatmış ve bizi sonuçları üzerinde düşünmeye bırakmış gibi görünüyor.

Bu bağlamda gıda teminine yönelik olarak dijital çağda çevrimiçi yemek/gıda siparişlerinden alınan güç, destek ve güvence doğrultusunda kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğini kırmaya yönelik çabalarının esas karşılığı, kendileri için bile yemek pişirmeyi bilmeyen bir tür kadın profilinin oluşmasına yol açmasıdır. Bu açıdan toplumsal cinsiyet rolleri tartışmasından azade ve cinsiyet ayırt edilmeksizin yalnız yaşanılması durumunda ne olacağı sorusu sorulabilir. Diğer taraftan günümüzde aile içi yemek temininin sağlanmasında ve yemeğin ne şekilde olursa olsun ortaya konulmasında kadının mevcut rolünü sürdürmeye nazire yaparcasına e-yemek siparişini kadınların üstlendiği pek çok örneğe de rastlanmaktadır. (Tüm bu hususlarda toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında yemek pişirmenin kadın görevi olup olmadığının sorgulamasını yapmadığımızın altını çizmeliyiz).

Bu açıdan şu sorular sorulabilir: Çevrimiçi alışveriş furyası arasında genel olarak yiyecek siparişlerinin oranının her geçen gün artması (ve geleneksel gıda ürünlerinin baş listede yer alması), geleneksel bilginin (yemek bilgisinin) toplumsal cinsiyet algılarının ve rollerinin dönüşümleri karşısında erimeye başladığının göstergesi olarak yorumlanabilir mi? Bizce bu sorunun cevabı geleneksel (ekolojik) bilginin ve yemek bilgisinin aleyhine olacak şekilde olumsuz olarak verilebilir. Ataerkil bir düzlemde ev içi yemek yapmanın kadınlara ait bir toplumsal cinsiyet rolü olduğunun yaygın kabulünün ve bu alandaki eşitsizliklerin toptan veya büyük oranda bir reddiyesi belirtilen sonuca yol açmaktadır.

Diğer soruyu ise şu şekilde yöneltebiliriz: Genç kuşak kadınların gıda/yemek üretimi bağlamında kontrolü kaybettikleri söylenebilir mi? Bu kontrol biçimi, fabrikasyon gıdaların sosyal yaşam içerisindeki hükümlerine karşı duruş bağlamında düşünülmelidir. Kadınların gıda üretimine bağlı olarak gıda güvenliğinin hatta kültürel güvenliğin sağlanmasındaki etkili işlevleri bu bağlamda değerlidir. Mevcut ve eşitlikten uzak toplumsal cinsiyet rollerine karşı bir duruş sergilenirken geleneksel ekolojik bilginin önemi gözlerden kaçmamalıdır. Özetle dijital kültür çağında mevcut sistem bir taraftan yemek pişiren kadın imajını güçlendirirken diğer taraftan da sunduğu olanaklarla kadın ve yemek arasındaki bağı koparmaktadır.

### 3.3.9.2. Sosyal Medya Aracılığıyla Mutfakta Erkekliğin Yeniden İnşası

Dijital çağda yemek kültürü ve toplumsal cinsiyet ilişkisi doğrultusunda madalyonun öbür yüzünü erkeklerin konumu ve faaliyet alanı oluşturmaktadır. Bu konuya tarihsel ve kültürel olarak erkekleri mutfakta nerede görüyoruz sorusuyla başlayabiliriz. Toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınlara aileyi beslemek sorumluluğunun verildiği; buna karşılık erkeklerin de babalık vazifesiyle eve ekmek getirmekle yükümlü olduğu ve mutfak işlerine katılımının da yardım etmekle sınırlandırıldığı bilinmektedir. Bu açıdan erkeklerin evde yemek pişirmesi boş zamana ve kişisel tatmin ile ilgili isteğe bağlı bir uygulama olabilmektedir. Hane içinde yemeğin planlanması, hazırlanması ve yemek sonrası temizlik işleri adeta erkeklerin lütfuna mazhar iş bölümü arasındadır. Buna karşılık profesyonel, yüksek statülü ve gelir getiren alanda ise şeflik rütbesiyle egemenliklerinin korunduğu ifade edilebilir. Yine yazılı ve görsel medyada da çoğunlukla boy gösterdikleri ve özellikle televizyon kanallarında aşçılık şovları gerçekleştirdikleri belirtilebilir. Bu çalışmada, oldukça geniş olan bu konunun kapsamı dijital kültür araçlarındaki erkeklik imajlarıyla sınırlandırılacaktır.

Erkeklerin yemek pişirmelerinde erkekliklerini baltalamayacak yeni adres dijital kültür ortamlarıdır. Mesleği şeflik-aşçılık olan veya zaten yemek yapan (pişiren) erkekler hariç sosyal medya bağlamında mutfak erkekliğinin (McLean, 2013) nasıl kurulduğu temel tartışma konusudur. Bu konudaki ilk örnek, yemek temasıyla fenomen olmak için mutfığa giren tipler doğrultusunda verilebilir.

*Bir Yemek İste* adlı sosyal medya hesabıyla erkekleri mutfığa sokmaya teşvik eden ve et türü ağırlıklı yemeklerin sesli görsel uygulamalı tarifini veren *Suat Durmuş* bunun en belirgin örneğidir. Asıl mesleği aşçılık olmayan ve ortalama bir erkeğin mutfak becerisine sahip bir kişi olarak yaptığı basit yemeklerle fenomen olan Suat Durmuş'un video sunumlarının altındaki takipçi yorumları incelendiğinde özellikle mutfığa girmeyen erkekleri özendirdiği görülmektedir. Ayrıca et seçimi, kesimi, terbiyesi ve pişirmesi sırasında eril kültürün ete yüklediği cinsel kodların (off be.. yavru buu, kuzuu..) sıkça dile getirildiği belirtilebilir. Bu ifade tarzları erkeklerin günlük konuşma dili olduğu için onlarla bağlantının kolaylıkla kurulmasını sağlamaktadır.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda şu çözümler yapılabilir: Günlük hayatta mutfağın kapısını açmayan bir erkeğin yemek pişirmeye dair sosyal medyada bir kimlik inşa etmesi

ve imaj oluşturması kadınlardan rol çaldığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Hedef kitlenin erkekler olarak belirlenmesi; erkeksi hitap Şekilleri; eril cinsiyetlendirilmiş yiyeceklerin pişirilmesi yemek üzerinden bir *homososyallik*<sup>198</sup> (homosociality) ilişkisinin kurulduğunun göstergesidir. Bu açıdan mutfağa giren bir “erkeğin yemek pişirme konusunda diğer erkeklerle nasıl sosyalleştiklerinin” (Neuman vd. 2017, s. 828) işaretlemleri yapılmaktadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen “hegemonik erkeklik” (Bird, 1996) tasarımında yemek pişirme konusunda kendilerini kadınlardan ayırarak kendilerini gerçekleştirme içgüdülerinin ifası söz konusu olmaktadır. Bununla birlikte baskın toplumsal cinsiyet normlarının sürdürülmesi ve cinsiyet (erkekler) içi iletişimin sıcak tutulması için kadının cinsel nesneleştirilmesinin hedefe oturtulduğu görülmektedir. Sosyolog, Sharon R. Bird tarafından belirtildiği gibi “duygusal ayrılık/kopukluk, rekabetçilik ve cinsel hedef üzerine bir iletişim biçimi” (Bird, 1996, s. 122) esas olmaktadır. Bu bağlamda dijital medya “heteronormatif”<sup>199</sup> toplumsal cinsiyet” (heteronormative gender) (Julier ve Lindenfeld, 2005, s. 8) anlayışının sürdürülmesinin güçlü bir merkezi olarak kullanılmaktadır. Erkek iktidarının kültürel olarak yeniden üretim aracı olan sosyal medya, “erkeklerin yemek yemesinin ve yemek pişirmesinin hegemonik kontrolünü” (Julier ve Lindenfeld, 2005, s. 9) amatör bir ruh ve girişimcilikle sürdürme adına nasıl kullanıldığının renkli ve çarpıcı bir çıktısını oluşturmaktadır.

Diğer taraftan bir müzisyen olan Emir Yargın’ın *akal Lezzetler* adlı sosyal medya hesabıyla yemekler yapması ve pratik tarifler vermesi dikkat çekici başka bir örnektir. YouTube ve Instagram hesabındaki gönderinin altına yazılan yorumlara bakıldığında erkekleri mutfağa çekici bir işlevde bulunduğu söylenebilir. Fastfood yiyecekler hariç esnaf lokantası usulü bir mercimek orbasının tarifinden, pratik lavaş yapımına kadar geleneksel Türk yemek repertuarını da kapsayan bir içerik göze çarpmaktadır. Bu rnek mutfaktaki toplumsal cinsiyet rollerinin kartlarının yeniden dağıtılması açısından önemlidir.

Sosyal medyada mutfak erkekliğinin inşasının başka bir rneği ise erkeklerin doğada yemek pişirdiği aktivitedir. *Spart4nn/Cemil Ceylan, Lezzet Ormanda/Murat Pala, Orman*

<sup>198</sup> Homososyallik, özellikle erkeklerin kendi cinsiyetlerinin yeleri için sahip oldukları cinsel olmayan çekiciliği ifade eder. Başka bir ifadeyle bu kavram, hegemonik erkekliğe atıf yapan ve bu yapının sürdürülmesi için ortaya çıkan ilişki ağlarını kapsamaktadır. Kısaca heteroseksüel erkekler arasındaki hegemonik ideallere uyan faaliyetlerdir. (Bird, 1996, s. 121).

<sup>199</sup> Heterosekselliğin toplumsal norm olarak kabul edilmesini savlayan yaklaşım. (Julier ve Lindenfeld, 2005).

*Lezzetleri/Çağatay Mutlu ve Murat Akay* adlı hesaplar bu konuda örnek verilebilir. Doğanın dijital ortam için mutfak stüdyosuna dönüştürüldüğü bu faaliyette et ızgara ve çeşitli et yemeklerinin yanı sıra makarna ve ayva-kabak tatlısı gibi bulunulan ortamlar normalde ilişkilendirilemeyecek yiyeceklerin yapıldığı görülmektedir.

Yemek pişirmenin eril sosyalliğinin doğanın kucağına yerleştirildiği bu faaliyette giyim-kuşam (avcı kıyafetleri/kamufyajlar), araç-gereç (av bıçakları, kamp aletleri vb.) ve ürün (et) göz önünde bulundurulduğunda erkekliğin doğa, yiyecek ve eşya üzerinden karakterize edilmesinin örneklerinin kodlandığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle erkeklerin av ve et ile ilişkilendirilen arketipsel faaliyetlerine gönderme yapılmaktadır. Böylelikle yemek pişirme faaliyetinin kadınsal rollerine ilişkin çağrışımlara keskin bir dönüş verilmektedir. Özellikle “hayvanların erkekler tarafından fethedilmesinin gücünü ve erkekliği sembolize eden; ayrıca arketipsel erkeksi bir besini olan et” (Sobal, 2005, s. 137-138) sosyal medyada yemek üzerinden erkeklik inşasının da ana göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır/çıkarılmaktadır. (Nusret örneği de bu bağlamda değerlendirilebilir).

Yukarıda ele alındığı üzere dijital çağda yemek pişirme konusunda toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kalıpların sosyal medya imajı yaratma bağlamında kırılmasına karşılık mutfak erkekliğinin farklı zeminde ve çeşitli göstergeler üzerinden inşasıyla karşılaştığımızı söyleyebiliriz.

Son olarak çevrimiçi siparişler bağlamında kadınlara yönelttiğimiz eleştirilerin bir benzerini erkekler açısından da yapabiliriz. Deyim yerindeyse iki yumurta kırmaktan bihaber olanların ve anne ya da eşinden sürekli hizmet bekleyenlerin yemek yapmayı öğrenmek yerine çevrimiçi siparişlere can simidi olarak sarılmalarının vasıfsız tüketiciliğin katmerlenmesi anlamı taşıdığı ifade edilebilir.

### 3.3.10. Dijital Mutfak Teknolojisi ve Geleneksel Yemek Kültürü

Mutfak araç-gereçlerinin dijitalleştirilmesinin yanı sıra dijital teknolojiler aracılığıyla yenilebilir gıda ürünlerinin tasarlanması, üretilmesi ve tüketilmesi son yıllarda tartışılan konuların başında gelmektedir. Farklı bir ifadeyle gıdanın dijital katmanlı üretilmesi, teknoloji geliştiricilerin temel bir hedefi olarak belirlemekte; bu alanda teşvik edici ve nabız yoklayıcı çeşitli girişimlere rastlanmaktadır. İnsanlık tarihinde gıdanın baştan yapılandırılması şeklinde yorumlanabilecek bu girişimler, yemeğe atfedilen anlamları (hazırlama, sunum vb.) ölçeklendirerek ve yeni anlayışlar geliştirerek sürdürülmektedir. Bu doğrultuda belirli araştırmalarla neyin gıda olduğunun insanlara sorularak yiyeceğin tanımlanmasına ilişkin mevcut durum tespitine ek göndermeler yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte yaşanan çağda bozulan çevre ve iklim koşullarının gerekçe gösterilerek gıdaya ilişkin mevcut şartların sürekli artan insan nüfusunu besleyemeyeceği ve alternatif çözümler aranması gerektiği de bilinçlere yerleştirilmektedir. Diğer taraftan günümüzde beslenme düzeni ve ürünleri açısından gıda güvenliğinin alarm vermesinin bir reçetesi olarak kişiye göre veya kişisel bir şekilde tasarlanmış gıdalarla insan sağlığının korunabileceğine ilişkin güçlü bir algı yönetiminin yapıldığı da ifade edilebilir.

Çalışmanın bu noktasında dijital teknolojilerle yenilebilir madde üretmenin ve sunmanın nasıl sağlanabileceğine ilişkin güncel girişimler hakkında bilgilendirmeler yapılması; bu doğrultuda dijital mutfak teknolojilerinin geleneksel (Türk) yemek kültürünün biçimlendirilmesi ve dönüştürülmesinde etkili olabilecek hususlarının tartışılması amaçlanmaktadır. Yukarıda bahsedilen konunun yeni gelişmekte olan bir teknolojiye karşılık gelmesinin yanı sıra toplumsal ve kültürel anlamda henüz yaygınlaşmaması öngörüye dayalı çözümlere kapı aralayabilmektedir. Bu bağlamda kesin kanılara ve genellemelere varmaktan kaçınarak ele alınan konunun çok boyutlu düşünüleceğinin altını çizdiğimizizi belirtebiliriz.

Mutfak teknolojileri bağlamında insanların yiyeceklerle ilişki kurmalarının dijital boyutları (veya yiyeceklerle dijital ilişkileri) temel olarak şu şekilde maddelendirilebilir:

1. *Yemek hazırlığı, üretimi, servisi, alışverişi vb. (3D yazıcılar, akıllı mutfak araçları, robotlar, çevrimiçi sipariş vb.)*
2. *Yeme tavsiyeleri ve arayışlar (sağlık, alışkanlık, beğeni, yaşam biçimi, beden imajı vb.)*



3. *Yemek bilgileri ve yeme davranışları (oluşum-dönüşüm)*
4. *Araçlı veya araçsız bedensel hareket dizileri*

Dijital mutfak teknolojilerine dair önemli örneklere şu şekilde yer verilebilir: Kişinin DNA'sına, kan testlerine ve yaşam tarzına dayalı yeme tavsiyesi veren bir beslenme şirketi olan Habit<sup>200</sup>; insanların tüketilen gıdanın türünü ve miktarını kontrol etmelerine, izlemelerine ve takip etmelerine yardımcı olmayı amaçlayan bir sofrta takımı (dijital tabak) olan *SmartPlate*; gıda tüketiminin hızını ve miktarını izlemek için bir başka sofrta cihazı (akıllı çatal) olan *HAPIfork* (Boztepe ve Berg, 2020, s. 182-183); yumuşak yenilebilir maddelerle doldurulmuş kartuşlar kullanılarak çalıştırılan 3D gıda yazıcıları (Lupton, 2017; Lupton ve Turner, 2018); "ocakta-fırında pişen yemeklerin ısı kontrolünün sağlanmasında ve yoğurdun mayalanma derecesinin yakalanmasında dijital gıda termometresi; diyet yapan ve yiyeceklerin gram cinsinden ağırlıklarını ölçmek isteyenler için dijital mutfak terazisi; akıllı işletim sistemine sahip buzdolapları ve fırınlar; robot aşçılar ve garsonlar (Alpyıldız, 2022, s. 322) dijital çağın mutfak teknolojisi içinde önemli gelişmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca mobil uygulamalar bağlamında kalori sayaçlar, diyet günlükleri, bebeklerin ve hamilelerin beslenme rehberleri, gıda katkıları (E-kodlarla) ölçümleyicileri de bu kümeye eklenebilir. Bu bağlamda yapay zekâ ve nesnelerin interneti gibi yeni internet teknolojileriyle entegre edilmiş her türlü akıllı mutfak araçlarına ek olarak akıllı tarım uygulamaları doğrultusunda insansız hava araçlarıyla (drone) gerçekleştirilen her türlü işlemler (kontrol, ilaçlama, sulama vb.) dijital çağda gıdayı biçimlendiren başlıca gelişmelere örnek olarak verilebilir.

Yukarıda yer verilen örnekler içerisinde yiyeceğin üretiminin ve (psiko-kültürel) dönüşümünün çarpıcı bir göstergesi olarak 3D gıda yazıcıları veya 3D baskılı gıdalar üzerinde durmak gerekmektedir.

3D baskı teknolojisinin endüstriyel veya ev kullanımı için gıda tasarımı ve üretimi doğrultusunda nasıl geliştirileceğine ilişkin yapılan çalışmalar dijital çağa damgasını

---

<sup>200</sup> Boztepe ve Berg (2020, s. 183) tarafından işaret edildiği üzere "bir kişinin atasını bulmak veya belirli hastalıklara yatkınlığını ortaya çıkarmak için DNA testi sunan şirketleri, kısa süre sonra müşterilerine nasıl yemek yiyip uyuması ve egzersiz yapması gerektiğini söyleyen şirketler izlemiştir. Bu tür şirketler, elde ettikleri kişisel biyolojik verilerle vücudun beslenme ile optimize edileceğini vadetmektedir.

vuran gelişmeler arasında gösterilmektedir.<sup>201</sup> Başka bir ifadeyle 3D baskı olarak bilinen cihazlar içerisine şeker, çikolata, peynir, un, meyve ve sebzeler ve hayvansal proteinler gibi maddelerden yapılmış gıda macunları, püreler, tozlar, hamurlar, sıvılar ve jeller dahil olmak üzere bükülebilir maddelerle dolu kartuşlarla yenilebilir gıda üretiminin gerçekleştirilmesi dijital çağda gıdaya ilişkin devrim yaratan yenilikler arasına alınmaktadır. (Lupton, 2017, s. 44-45).

Sosyolog Deborah Lupton (2017) tarafından yapılan bir literatür sınıflandırmasına göre dünyada haber medyası 3D gıda teknolojisini “fütüristik, yaratıcı, sağlıklı, verimli ve sürdürülebilir” temalarıyla servis etmekte ve bu hususta “sosyo-teknik tahayyüller (sociotechnical imaginaries)” çizmektedir. Bu doğrultuda *fütüristik* temasıyla şimdiki zamandan çok yakın gelecekte bir yerde konumlanmış olası gelişmeler ve ütopyik hayaller silsilesini (ev aşçılarının mutfağının temel bir aracı olma; uzayda yemek yapma vb.); *yaratıcı* temasıyla gıdanın dekoratif, artistik ve eğlenceli potansiyelinin genişletilmesini; *verimli* temasıyla gıdanın tedariki ve hazırlanmasına ilişkin kısıtlayıcı ve acil koşullarda silahlı kuvvetler, mülteci kampları, uçak yolcuları gibi sosyal bağlamlarda kullanılmasının yanı sıra ev ya da mutfak aşçılarının yardımlarına yetişmesini ve zamandan tasarruf edilmesini; *sağlıklı* temasıyla kişiselleştirilmiş gıda içerikleriyle üretim yapılmasını ve sağlıklı yaşamın mümkün kılınmasını (örneğin sağlık sorunları olanlara ve çeşitli beslenme biçimlerini benimseyenlere özgü üretim); *sürdürülebilir* temasıyla ise çevre dostu bir üretim çizgisinin takip edileceğini ve sıfır atık anlayışının benimsenerek gıda kıtlığına geniş çözümler üretileceğinin taahhüt edilmesini içerdiği belirtilmektedir.<sup>202</sup> Diğer taraftan az sayıda olduğu ifade edilen muhalif seslerin ise gıda güvenliği bağlamında 3D basılmış yiyeceklerin tüketiciler tarafından geniş çapta kabul edilip edilmeyeceğine dair bazı çekinceleri yükselttiği vurgulanmaktadır. (Lupton, 2017).

Özetle “3D gıda baskısının sosyoteknik tahayyüllerinin geliştirilme aşamasında olduğu; laboratuvarında kültürlenmiş et gibi 3D basılmış gıdaların ontolojisinin şu anda kültürel

<sup>201</sup> Bu konuda NASA’nın 2013’te astronotlar için 3D baskılı gıda geliştirme araştırmalarını finanse ettiğini duyurması ve uzayda yiyecek yapmak için 3D baskı teknolojisini kullanılması ilişkin çalışmalar dikkat çekicidir. (Lupton, 2017).

<sup>202</sup> Lupton ve Tuner (2018, s. 403) tarafından belirtildiği üzere gıda politikalarına ilişkin kamuoyu oluşturma girişimlerinde 3D baskı teknolojisini gıda atıklarını ve algler (su yosunu) ve böcekler gibi unsurları alternatif sürdürülebilir beslenme kaynakları olarak çekici ve lezzetli gıdalara dönüştürebileceğinin belirtilmesi ve böylece mevcut gıda üretim sistemlerinin çevre üzerindeki yükünün azaltılabileceğinin iddia edilmesi; ayrıca laboratuvarında kültürlenmiş eti çekici formlara dönüştürmek için 3D baskı teknolojilerinin kullanımının hedeflenmesi çok çarpıcıdır.

kategoriler arasında belirsiz bir boşlukta yaşadığı ve fütüristik bilim kurgu veya fantezi makinesini andırdığı” (Lupton, 2017, s. 51) ifade edilmektedir.

Gıda ürünlerinin dijital imalatının ilk çözümlemesi, ürün ve beden üzerinde indirgemeciliğe, nesneleştirmeye ve (aşırı) sayısallaştırmaya kapı aralayan sistem üzerinden yapılabilir. Gıda politikası araştırmacısı Gyorgy Scrinis (2008, s. 40) tarafından *beslenmecilik*<sup>203</sup> (*nutritionism*) ideolojisi veya paradigması olarak tanımlanan bu olgu “vücudu belirli biyobelirteçlere (biomarkers) indirgeme ve bu biyobelirteçleri, çeşitli yollarla etkileyen besinlerle eşleştirme fikrini” kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle vücut kitle indeksi veya bedene ilişkin diğer biyolojik veriler doğrultusunda gıda bileşenlerinin (yağ, kalori, besin değerleri vb.) matematiksel karşılıklarıyla beslenme düzeni (diyet) oluşturma üzerine kurulu bir sistemdir. Bu doğrultuda dijitalleşmeyle birlikte insan yaşamının hemen her alanında *verileştirme* sürecinin (daha da) yaygınlaştırılmasının diğer bir karşılığı da gıda ve beslenme alanına sıçramaktadır. “Ölçülen benlikten sayısallaştırılmış yiyeceğe” karşılık gelen bu süreçte “DNA ile sofraya kurulmaktadır” (Boztepe ve Berg, 2020, s. 180, 183).

“Beslenmeciliğin nicel mantığı” (Scrinis, 2008, s. 44) doğrultusunda yenilebilir gıdaların büyük oranda biyokimyasal karşılıkları aranmakta ve gıdalar sayısallaştırılmış göstergelerle değer bulmaktadır. Gıda tüketimi, ince hesaplı bir uygulamaya dönüştürülmektedir. Yemek sisteminde kültürel ve ekolojik çevre ise belirsizleş(tiril)mektedir. Ayrıca yemeğe dair psiko-kültürel ve sosyo-kültürel faktörlerin yanı sıra bedensel süreçler bağlamından çıkarılmaktadır.

Diğer taraftan *yemek pişirmekten yemek yazdırmaya* çalışılan bu süreçte üretmenin yanı sıra yenilebilirlik anlayışına ve kategorisine meydan okunmaktadır. Dünyada mevcut kaynakların aşırı artan insan nüfusunu besleyemeyeceği gerekçe gösterilerek gıda kavramı değiştirilmektedir. 3D gıda baskı sisteminde ise M. Dolejsova (2020, s. 204) tarafından ifade edildiği gibi “mevcut gıda seçenekleri, basitleştirilmiş bir besin tozuna indirgenmektedir”. Bu doğrultuda yiyecekler -sınırsız düzeylerde- akıtılabilir,

<sup>203</sup> Scrinis’e (2008, s. 44) göre “beslenmecilik, son otuz yılda gıda endüstrisi tarafından hem gıdaların ve diyetlerin pazarlanmasına hem de gıdaların üretimi, işlenmesi ve yeniden yapılandırılmasına rehberlik edecek bir çerçeve olarak kullanılmıştır”.

bükülebilir, katılaştırılabilir, renklendirilebilir, yapaylaştırılabilir kimyasal formlara benzer bir kimliğe büründürülmektedir.

Yiyeceklerin dijital olarak basılmasının başka bir boyutu ise *kişiselleştirilmiş gıda/beslenme* düzeni ve alanı yaratmasıdır. Bu olgu, “insan sağlığının beslenme ile optimize edilmesinde” (Boztepe ve Berg, 2020, s. 184), bireylerin yaşam tarzının derinleştirilmesinde (alışkanlık, estetik, eğlence, inanç vb.) ve beslenme tercihlerinin etkinleştirilmesinde kendisini göstermektedir. Bu bağlamda yiyeceklerin dijital bir şekilde (3D) kişisel olarak veya kişiye özgü üretilebilmesiyle (yazdırılmasıyla) “*nicelleştirilmiş benlik/Quantified Self*” (Dolejsova, 2020, s. 204) öne çıkarılmaktadır.

Kişiselleştirilmiş gıda/beslenme düzeninin sağlık boyutuna dair dikkat çeken kavram “*öz-biyohackleme self-biohacking*” olarak adlandırılan “kendin yap biyolojisi/DIY”. Bu sistemin amacı, -en basit tanımıyla- “biyolojiyi bilim insanı olmayanlar için erişilebilir kılmaktır” (Meyer ve Vergnaud, 2020, s. 1). Vücudun işleyişine dair öz müdahale olan biohacking, özgürlükçü “*öz bakım retorik/rhetoric of self-care*” (Dolejsova, 2020, s. 204) bir parçası olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bu sistemin bir ayağını da beslenme teşkil etmektedir. Bu doğrultuda vücudun “metabolik süreçlerinin ölçülerek, niceliklendirerek ve hackleyerek kendini mükemmelleştirmenin transhümanist idealleri” (Dolejsova, 2020, s. 204) gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda belirli testlere dayanılarak vücudun ihtiyacı olduğuna yönelik tespitlerle sayısallaştırılmış diyetlerin uygulanması esas görülmektedir. Bu sistem, insanların gıda ihtiyacı ve kararlarını belirleyen dinamiklerin algoritmalara indirgenmesiyle eleştirilebilir. Ayrıca bu gıda düzeyi “bireysel gıdalar ve süper gıdalar olarak fetişleştirilmeye ya da genellikle altta yatan besin kompozisyonları temelinde kötüleştirilmeye eğilimli” (Scrinis, 2008, s. 41) olarak kabul edilmektedir.

Geleneksel bağlamlarda kişisel yemek/besin tercihi sosyal, kültürel, ekonomik gerekçelerle orantılı olarak ve canı istemek/çekmek bağlamında fizyolojik veya psikolojik ihtiyaçların sözlü dışavurumuyla somutlaştırılır. Geleneksel kültür yapısında beslenme düzeni, matematiksel biyolojik verilerden ziyade *geleneksel yaşam yaşamın* akışı içerisinde dengelenmektedir. Dijital sistem ise insan biyolojisine ince ayar çekerek sayısallaştırılmış bir dosyayla tekillik ve bireysel bir dijital yemek kültürü alanı inşa etmektedir. Bu açıdan birlikte yeme veya sofraya dönüşümüne girmektedir. Burada

dikkat çekilmesi gereken nokta, sofranın kavramının birlikte yemenin ötesinde, ocakta aynı kazanda/tencerece pişen aynı yemeklerin bölüşülmesine atıf yapan asıl işlevidir. Geleneksel bağlamlarda yemeğin türüyle ve bunun sunumuyla kişiselleştirilmiş göstergeler inşa edilir. Fakat aynı sofranın etrafına dizilmek için yemeklerin belirli bir tipe ve ölçüye göre hazırlanması esastır. Ev mutfuğu, lokantalar, seyyar tezgahlar -ufak dokunuşlar hariç- bu düzende işlemektedir. Sayısallaştırılmış ve kişiselleştirilmiş dijital gıda üretimleriyle sofraya ait kolektivite sağlamak amaç ve mantık dışı kalmaktadır. Dolayısıyla kişiselleştirilmiş bu tür bir beslenme alanı, anlamını ve devamını tekillik sınırlarında gerçekleştirebilmektedir. Kişiselleştirilmiş dijital gıdalarla beslenme fetişi, - yaygınlaşmamış bir deneyim olsa da- geleneksel yemek kültürü bağlamında başkasının sofrasına oturmamanın, ikramı geri çevirmenin, ortamla ve toplumla uyumlanamamanın karşılığını yaratabilir. Bu yemek sistemi kültürden arındırılmış, duyuşal faktörlerden yalıtılmış, kişisel ilişkilerden koparılmıştır ve yemek yemeyi bireysel sınırlara çekilmiş deneyim olarak yapılandırmaktadır. Boztepe ve Berg (2020, s. 189) tarafından ifade edildiği üzere “gıdayı teknolojik olarak tanımlanabilir, standartlaştırılmış ve ölçülebilir beden için özlem duyduğu bir şey olarak izleyen ve besleyen bir kurgudur”.

Son olarak dijital gıda sisteminin yaygınlaşması durumunda ilerleyen zamanlarda ev mutfuğu ve lokantalarda kişiye göre üretimlerde düzenlemelerin nasıl yapılacağı da saklı durmaktadır. Kişiselleştirilmiş yemek sisteminin yaygınlaştırılmasıyla yemeğin bileşenlerinin yeniden biçimleneceği için lezzet ölçüsünde eksilmeler yaşanacağı; pişmiş-hazırlanmış aş anlamında yemek kavramının değişeceği; belirli bir kompozisyona sahip olarak üretilen yemeklerin belirsizleşeceği de olasılıklar arasında görülebilir. Bu düzlemde belirli bir standardizasyona sahip yemek tariflerinin de karanlıkta kalacağı düşünülebilir.

Bu ihtimallere karşılık olumlu olabilecek gelişmeler bağlamında yiyeceklerin yazdırılabilir formlara dönüştürülmesiyle “bireye özgü güvenli beslenme sistemlerinin geliştirilebileceği; tasarım yiyecekler ve içeceklerin tüketilebileceği” (Özdemir, 2018b, s. 236) de düşünülmektedir. Bu açıdan gıdaya dijital olarak kişisel bilinçli dokunuşlarla nitelikli olarak yön verilebileceği de belirtilebilir. *Kendin pişir kendin ye; kendin tasarla kendin yazdır* sistemine dönüşecektir.

Dijital olarak çeşitli tasarımlarla farklı tatların üretebileceğine dair gelişmelere karşılık geleneksel yemek kültürü açısından temel tartışma *el lezzeti* olgusunda düğümленmektedir. Yemeğin felsefesine dair bir çıkarım olarak da yorumlanabilecek *el lezzeti* konusu, “biyolojik açıdan eldeki mikrofloraya (el mikrobiyotası) bağlı bir durum mu? Duygusal bir metafor mu (örneğin anne eli değmesi) yani anlamın lezzetinin inşası mı? Yoksa yaratıcı ve tamamlayıcı kişisel bir dokunuş mu?” biçiminde sorular yöneltilebilir. Geleneksel yemek kültüründe aşçının yemek ile el temasının kişisel kutuplara ayrılarak lezzeti ölçeklendirmenin nesnel ve standardizasyona tabi tutulmaması, el lezzeti olgusuyla ifade edilir. Bu açıdan *eline sağlık* ifadesiyle, yemeği yapan kişiyi takdir etme ve yemeği beğenmenin ötesinde yemeğin lezzeti üzerinde kişinin el ile dokunuşunun belirleyiciliğine gönderme yapılır. Başka bir perspektifle insan faktörünün altı çizilir.

Dijital çağda gıda sistemine dair tüm yapılanışlar içerisinde (3D yazıcılar, yapay zekâ ve nesnelerin interneti gibi teknolojilerle) görsel yaratıcılıkların katlanabilirliğine, zaman faktörünün hızlandırılması ve ekonomik masrafların en aza indirilebilmesine karşılık gıda üzerindeki insan unsurunun kimi durumlarda mekanik bir hal alacağı düşünülebilir. Yemeğin insani (mesleki) bir performans olarak sürdürülmesi ve izlenilmesinin yanı sıra dijital cihazlarla yemeklerin -yaratıcı tasarımlarla- nasıl üretilabileceğine ilişkin başka bir dijital gastro-performans veya gastro-gösteri alanı oluşabilir. Bu üretim biçiminin toplumsal hayatta yaygınlaşmasından önce sosyal medya aracılığıyla bu tür dijital yemek gösterilerinin sayfaları süsleyebileceği ön görülebilir.

Dijital mutfak teknolojilerinin geleneksel yemek kültürünün dönüşümüne dair ortaya çıkarabileceği başka bir önemli konu ise mutfaka dayalı çeşitli hareket dizilerinin sahne arkasında kalacağı ve kültürel yaşamda artık eski rolünü almayacağıdır. McLuhan (2001, s. 12) tarafından ifade edildiği gibi “insanın pratikte bedeniyle yapageldiği şeyler için uzantılar geliştirmesine” dayalı olarak mutfak araç-gereçleri yüzyıllar boyunca bedenin bir parçası olarak da tasarlanmış ve işlev görmüştür. İnsanlığın âlet yapımı sürecinin evrimi içerisinde konumlanan mutfak araçları, “bir işi başarabilmenin anahtarları olmanın yanı sıra birtakım ritüelleri canlandırabilmenin ve tekrar sahneye koyabilmenin hatta aracın/âletin yapısına özgü karakter kazanabilen bir hareket biçimi yaratabilmenin önemli nesnelere sahiptir”. Bu açıdan “geleneksel yemek kültürü içerisinde belirli mutfak âletlerinin

kullanımına paralel olarak oluşan hareket dizileri bulunmaktadır” (Alpyıldız, 2022, s. 322).

Geleneksel mutfak araçlarıyla gerçekleştirilen hareket dizileri “alışkanlık belleği (*habit memory*) ve duyuvarın sosyal doğasının” (Sutton, 2013) bir parçası olarak bilinçli ve bilinçdışı şekillerde kendisini göstermektedir. Mutfak araçlarıyla gerçekleştirilen çoğu hareket aslında alışkanlığın ve yaşam biçiminin rutin bir parçasıdır. Örneğin oklavalarla hamur açma işinde, avuçlar yardımıyla gerçekleştirilen oval döndürme biçimi; hamurun inceliğini kontrol etmek için (çamaşır ipi işlevi gören) oklavaya çarşaf şeklinde sarılarak/asılarak hamura aynaya bakılır gibi bakılması; taş fırın içerisinde kürekle ekmek veya pide sürülmesi ve çıkarılması<sup>204</sup> mutfaktaki geleneksel hareket dizilerinin çeşitli göstergeleridir.<sup>205</sup> Başka bir kavramla ifade edilirse “beden hafızasıdır” (Kaderli, 2017). Mutfaktaki bu hareketler, çoğu zaman belirli bir dikkatin odağından çıkılarak da gerçekleştirilmektedir. Z. Kaderli’ye (2017, s. 360) göre “beden hafızasıyla ilgili farkındalık, bilişsel olmaktan öte icrasal bir farkındalıktır. Bu doğrultuda bir farkındalık, “eylemlerin nasıl icra edildiği/edileceğiyle ilgili doğrudan düşünsel bir hatırlama edimine karşılık gelmemektedir”. Dolayısıyla mutfakta yalnızca âletlerle değil doğrudan eller ve kollar aracılığıyla gerçekleştirilen çoğu hareket, alışlagelmiş düzenin fizikselliğine dayalı bir anımsamaya karşılık gelmektedir. Mutfaktaki bir aşçı, nerede olduğunun ve neyi icra ettiğinin farkında olsa da çoğu hareketi, yapılan iş üzerinde düşüncesini sürekli odaklamasını gerektirmeyen bir düzeyde kendisini gösterebilir. Bir yiyeceğin kabuğunun soyulması, fırından çıkarılan pidenin satırla dilimlenmesi, mantının hamurunun bükülmesi (çimdiklenmesi), çiğ köftenin sıkılması bu olguya örnek gösterilebilir.

Dijital mutfak teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak ise erkek veya “kadın/aşçının kendi mekânında makinenin işleyişini izleyen vasıfsız bir izleyici haline geleceği ve birçok eski jestlerin kaybının yaşanacağı” (Sutton, 2013, 304) belirtilmektedir.<sup>206</sup> David Sutton (2013, s. 299) tarafından vurgulandığı gibi “geleneğin kaybının, aslında belirli becerilerin kaybı” anlamına geleceği göz önünde bulundurulduğunda belirli hareketlerin veya hareketlere dayalı davranışların kültürel yaşamdan eksilmeye başlayacağı ve anlamsızlaşacağı ifade edilebilir. 3D gıda yazıcıları ve robot aşçılar gibi “dijital mutfak

<sup>204</sup> Taş fırınlara pide sürmek ile mikrodalga fırınlara yiyecek koymak arasındaki farklar bu bağlamda düşünülebilir.

<sup>205</sup> Bu olgu aynı zamanda âlet kullanılmaksızın el ve kol yardımıyla gerçekleştirilen hareket dizilerinin de dönüşmesinin başlıca sebepleri arasındadır.

<sup>206</sup> Dijital cihazların, insanlara yeni beceriler kazandıracağı da söylenebilir.

teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla beraber geleneksel mutfak araçlarının birçoğunun müzelerde donuk bir şekilde sergilenen etnografik malzemeler kategorisine yerleşebileceği de belirtilebilir” (Alpyıldız, 2022, s. 322).

Diğer taraftan geleneksel bağlamda mutfak sisteminin deneyimlenmesinin beş duyu organına da hitap edecek şekilde gerçekleştiği daha önceden belirtilmişti. Bu doğrultuda mutfak ortamında duyu organlarının yemek hazırlama ve pişirme konusundaki evrimleşen yapısında işlev kaybının yaşanabileceği de düşünülebilir. Pişen yemeğin kokusundan zaman tayini yapılabilmesi ve pişme derecesinin fizyolojik olarak işaretlenebilmesi (yanma, dibine tutma vb.) geleneksel bağlamlarda duyu fizyolojisiyle belleklere yerleştirilen deneyimlerdir. Dijital (akıllı) mutfak araçları ise geleneksel fizyolojik bilgi belleğinin boşaltılmasına ve belirsizleşmesine neden olabilmektedir. Evrim ve kültürlenme sürecinde kazanılan duysal kayıtların dijital dünyada tırpanlama ihtimali güçlüdür. “*Duyuların sosyal doğası*” (Sutton, 2013) bağlamında “bir avuç, bir cimcik, göz kararı, kulak memesi kıvamı, pembeleşinceye kadar, bir taşım kaynatmak, gibi miktar, süre, hacim ve kıvam belirten sözel ifadelerin dijital teknolojinin zaman ve ölçü yörüngesine” (Alpyıldız, 2022, s. 322) yerleşemeyeceği de vurgulanabilir. Dijital çağda mutfak sistemine yönelik akıllı cihazlarının ve insansı robotlarının yaygınlaşmasıyla geleneksel bağlama özgü bir kavram olan “dahili/içsel saat” (Droit-Volet ve Gil, 2009) ise başvuru, ölçme ve değerlendirme kapsamından çıkacaktır. Akıllı cihazlara tanımlanan (yüklenen) bilgilerle geleneksel bilgi belleği yerine dijital sisteme duyarlı algılar yaşamın merkezine yerleştirilecektir. Akıllı cihaz yardımı veya yol göstericiliğiyle insan davranışı büyük oranda şekillendirilecektir.

Gıdaların (yemeklerin) dijital olarak üretilebilmesinde tartışılması gereken başka bir konu ise bu sistemin yöresel lezzetlere uygulanabilirliğidir. Bu doğrultuda Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları Meslek Yüksekokulu tarafından 3D gıda yazıcılarıyla yöresel lezzetlerin üretilebilmesine dönük çalışmaların başlatıldığı ve bazı ürünlerin (humus) başarıyla üretildiği belirtilmektedir. Ayrıca bu uygulama hakkında bazı otel ve restoran şeflerine bilgi verildiği aktarılmaktadır. (URL84). Yöresel yiyeceklerin dijital olarak basılmasının ilk alıcıları büyük oteller ve restoranlar olabilir. İnsan maliyetinin en aza indirilmesinin ve zamandan tasarruf edilmesinin yanı sıra görsel çekiciliklerin katlanmasında bu dijital sistem faydalı olacaktır. İlerleyen zamanlarda otellerde geleneğimsi/yöreselimsi yemekler açık büfeleri süsleyebilir. Gıda israfını



önleme adına artan yiyeceklerin püre haline getirilip tekrar dolaşıma dahil edilmesinin yanı sıra raf ömrü uzun (bozulmayan) ürünler bütün biçimsel cazibesıyla sergilenebilir.

Dijital gıda üretiminde başka bir tartışma konusu ise taklit ve tağşiş ihtimalidir. Dijitalleşmenin sihirli bir değnek gibi her şeyi olanca hızla dönüştürebilme gücü gıdanın manipülasyonuna zemin hazırlayacaktır. Gıdanın bileşimindeki koruyucu maddelerin yoğunlaşmasıyla görsel açıdan bir tabloyu andıran fakat sağlık açısından sorunlar yaratabilecek seri üretimler gerçekleştirilebilir. Gıda güvenliği ve temiz gıda üzerinde soru işaretlerinin artacağı öngörülebilir. Yeni bir teknolojinin getirdiği olanaklar içerisindeki risk faktörünün her zaman mevcut olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Gıdada taklit ve tağşiş, insan sağlığıyla bağlantılı olmanın yanı sıra kültürel boyutları olan bir konudur. İnsanların 3D baskılı gıda teknolojisine verecekleri tepkilerin sosyal ve kültürel boyutları günümüzde yapılan bazı araştırmalarla ortaya konulmaktadır. Tüketiciler tarafından bu tür ürünlerin görsel açıdan zengin ve eğlenceli olduğu; buna karşılık doğal olmayan, potansiyel anlamda tehlikeli veya iğrenç olarak tasvir edildiği belirtilmektedir. (Lupton ve Turner, 2018, s. 404). Ayrıca inanç temelli yenilebilirlik çizgisinin varlığı da önemini korumaktadır. Bu bağlamda 3D baskısıyla üretilen gıdaların benimsetilmesinde ve yaygınlaştırılmasında makarna, çikolata, şekerleme gibi içerik açısından daha kabul edilebilir yiyeceklere öncelik verildiği ifade edilmektedir. Halkbilimci Lucy M. Long (2001, s. 238) tarafından belirtildiği gibi “yemeğin, kültürün en muhafazakâr alanlarından biri” olmasının önündeki engellerin aşılması çok kolay görünmemektedir.

İnsanların gıdaların dijital olarak üretilmesine hazırlanması için dünyanın artan nüfusunu mevcut kaynakların besleyemeyeceği, küresel ısınmayla iklimlerin değişmesi ve çevre koşullarının bozulması gerekçe gösterilmektedir. Hatta bu konuda atık suların bira yapımı ve meyve suyu üretiminde değerlendirilmesi; alglar ve böceklerin alternatif sürdürülebilir beslenme kaynakları arasına eklenmesine kadar sınırların genişletildiği görülmektedir. Bu konudaki temel soru, bu tür bir beslenme sistemiyle çevreye ve doğal kaynakların sürdürülebilirliğine bir katkının mı sağlanacağı yoksa kapitalimizin kendisine yeni sınırlar mı katacağıdır. Endüstriyel ürünlerin pazarlanma aşamasında geleneksel ürünü hedef tahtasına oturtmasına paralel olarak kapitalizmin yarattığı çevre

sorunlarının gerçek tespitlerle çözülmesi yerine başka kurgular ve önerilerle kamuoyu oluşturulmaktadır.

En ciddi soru ise bu yeni gelişmelerin son yıllarda geleneği yeniden keşfetmenin ve geleneğe dönüşün yolunu değiştirme amacı taşıyıp taşımadığı şeklinde sorulmalıdır. Uzun bir zamandır işlenmiş gıdalara ilişkin insanlarda bir farkındalık oluştuğu gözlenmektedir. Bu bağlamda geleneksele dönüşün ve geleneğin yeniden keşfinin en büyük tetikleyicisi ve belirleyicileri arasına sağlıksız gıdaların tüketimine çözüm arama çabaları yerleştirilebilir. Mevcut gıda teknolojisinin ömrünü çoktan doldurduğu (tereyağı yerine margarinin konulduğu sürecin çoktan bittiği) belirtilebilir. Dijital gıda üretimine dair eleştirel bir bakış açısıyla, bozulan ve sürdürülemeyen bir sistemin yerine pembe tablolarla yeni bir zeminin inşa edilme ihtimali güçlü bir sosyal ve kültürel refleks olmalıdır.

### 3.3.11. Sentetik Biyolojik Gıda

Yaşanılan çağda çevre kirliliği, iklim değişikliği ve nüfus artışı nedeniyle gıdayı güvenli, besleyici ve sürdürülebilir kılmanın zorlaştığı resmi kaynaklar tarafından sıkça belirtilmektedir. Geleneksel gıda teknolojisinin üstesinden gelemediği -ifade edilen- sürdürülebilirlik sorunlarına çözüm bulunması temel gündem maddesi olmaktadır. Bu açıdan gıdaya olan yüksek talebin karşılanması için sentetik biyoloji alanındaki gelişmeler doğrultusunda gıda üretiminde kullanılacak hücrelerin mühendisliğinin nasıl gerçekleştirileceğine ilişkin çalışmalar yapılmaktadır. Günümüzde gıda endüstrisinin sentetik biyolojideki gelişmelere yüzünü döndüğü belirtilebilir.

“*Genomik simya (genomic alchemy)* olarak da adlandırılan *sentetik biyoloji*, biyolojik bilimlerin sistem mühendisliği ile bütünleşmesine dayanan güçlü bir bilim alanını temsil etmektedir”. “Sentetik biyolojiyi geleneksel genetik manipülasyon yöntemlerinden ayıran faktör, sadece mevcut genomların değiştirilmesini içermemesi aynı zamanda doğada bulunmayan işlevleri sergileyen karmaşık, biyolojik olarak esinlenmiş sistemlerin sentezini kontrol eden genotipik özelliklere sahip organizmaların yüksek verimli yapımını ve mühendisliğini sağlamasıdır” (Tyagi vd. 2016, s. 1777). Kısaca yapay olarak oluşturulmuş genetik çıktılardır. Bu bağlamda “genetik kodu okumaktan yazmaya geçmek” (Tyagi vd. 2016, s. 1777) bu teknolojinin ayırt edici özelliğidir.

Sentetik biyolojinin kapsamına giren unsurların başında yemek/gıda gelmektedir. Günümüzde özellikle et ve süt alanında etkinleştirilmeye çalışılmaktadır. Bunun yanı sıra sentetik biyolojinin gıdaların yağ, karbonhidrat veya kalori içeriğinin azaltılması; protein, lif veya vitamin içeriğinin artırılması; güçlü aromaların, renklendiricilerin ve besin katkı maddelerinin üretimine hız kazandırılması; renklerini değiştirebilen ve alev alabilen gıdaların geliştirilmesi; gıdanın raf ömrünü uzatacak biyolojik altyapının sağlanması (Tyagi vd. 2016, s. 1785) gibi çok sayıda işleve sahip olacağı da belirtilmektedir.

Sentetik biyoloji odaklı gıda endüstrisinin “(1) geleneksel gıda üretimini artırabileceği; (2) gıda beslenmesini iyileştirebileceği ve ona yeni işlevler ekleyebileceği; (3) tasarlanmış mikrobiyal toplulukların kullanımıyla geleneksel fermentasyon gıda üretim tarzını dönüştürebileceği” (Lv, vd. 2021, s. 1-2) ifade edilmektedir. Bu doğrultuda geleneksel tarım ve hayvancılığa bağlı gıda üretim sistemlerinin değiştirileceği ve baştan yapılandırılacağı; arazi verimliliğinin artırılacağı; su kaynaklarından tasarruf sağlanacağı;

pestisit ve gübre kullanımının önleneceği” belirtilmektedir. Ayrıca sentetik biyoloji temelli gıda üretim sisteminde “kontrol edilemeyen çevresel faktörlerden daha az etkilenileceği ve yüksek kalite standartlarının daha kolay sağlanacağı; gıda bazlı hücre fabrikası inşa edilerek et analogları, hayvan içermeyen biyomühendislik sütü ve şeker ikameleri gibi gıdaların tamamen yenilenebilir kaynaklardan üretiminin gerçekleştirilebileceği” vurgulanmaktadır (Lv, vd. 2021, s. 2).

Sentetik biyolojik gıda konusunun dijital teknolojiyle bağlantısının ilk görünümü “laboratuvarda kültürlenmiş eti çekici formlara dönüştürmek için 3D baskı teknolojilerinin kullanılma” (Lupton ve Turner, 2018) düşüncesiyle somutlaştırılabilir. Bu doğrultuda son zamanlarda adından sıkça söz edilen yapay et meselesi üzerinde durmak gerekmektedir.

Küresel gıda endüstrisinde, silikon vadisi beyinlerinin yanı sıra bu alandaki diğer teknoloji geliştiriciler tarafından bilimkurgu beslenme sisteminin etkinleştirilmesinin başka bir çabası, sentetik biyoloji alanındaki gelişmeler doğrultusunda karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda küresel gıda şirketlerinin gizli doğasının ve sunulan gündemin karşılığının sorguya açılması gerekmektedir. Bu tür bir çözümlenme geleneksel ekolojik bilginin önemini tekrar vurgulamanın yanı sıra insan ve doğa birlikteliğinin koparılmaması adına da anlamlıdır.

Kültürlenmiş et (cultured meat) projesi geleneksel hayvancılık, sera gazı emisyonları, arazi ve suyun yanlış kullanımı, atık meselesi, hayvan refahı ve etiği, halk sağlığı gibi konularda ortaya çıkan ciddi çevresel ve sosyal sorunlara” (Lv, vd. 2021, s. 2) bir çözüm olarak geliştirilmekte olan teknolojiyi kapsamaktadır. “Sentetik et veya *in vitro et* olarak da bilinen kültürlenmiş et, canlı bir organizmada değil bir biyoreaktörde yetiştirilen hayvan doku ve hücrelerinden üretilebilmektedir” (Lv, vd. 2021, s. 2). Başka bir ifadeyle “3D gıda baskısı gibi kültürlenmiş et, laboratuvarlarda hayvan hücrelerinin doku mühendisliğini içeren, insan tüketimi için tasarlanmış gıda üretmeye yönelik çok yeni bir yüksek teknoloji yaklaşımıdır” (Lupton, 2017, s. 46). Bu bağlamda yapay et (kültürlenmiş et) projesinin ayırt edici özelliklerinden birisi de geleneksel hayvancılığa bağımlı olmamasıdır.

Dünyada yapay ete neden ihtiyacımız olduğu konusundaki açıklamalar ve kamuoyu oluşturma politikalarının, sorunun asıl kaynağını irdelemek yerine yeni bir teknolojiye yer açmak amacıyla yapılandırıldığı göz önünde bulundurulmalıdır. Çevre dostu olarak etiketlenen bu sistemin ekolojik bütünlük üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olacağı az çok tahmin edilebilir. Hayvanlardan metan gazı salınımı gerekçe gösterilerek küresel ısınmanın merkezine yerleştirilen inekler, yapay et projesinin önündeki canlı engeller olarak görülmektedir. Yapay et sisteminde hayvanlar, sentetik üretim için örneklerin alındığı numunelere indirgenmektedir. Bu nedenle nüfuslarının hızla azaltılması gerekmektedir. Sözelimi balıkların bile denizlere sığdırılmadığı bir anlayış yerleştirilmektedir.

Sentetik biyolojik yiyeceklerle ilgili başka bir tartışma konusu ise bu sistemin ultra işlenmiş gıdalar kategorisinden de öteye konumlanma ihtimalidir. Bu doğrultuda halk sağlığına ilişkin önemli sorunlar getirip getirmeyeceği de ilerleyen zamanlarda ortaya çıkacaktır.

Diğer taraftan dünyadaki mevcut literatür içerisinde sentetik biyolojik gıda/yiyecek projesinin geleneksel yemek kültürü üzerindeki etkilerine dair tartışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Çoğunlukla bu konu, laboratuvar ortamında yetiştirilmiş etlerin insanlar tarafından nasıl kabul göreceğine ilişkin dini hassasiyetlerle çerçevelendirilmektedir. Yakın bir gelecekte sentetik biyolojik gıdaların geleneksel üretim tekniklerini nasıl dönüştüreceği; geleneksel yemeklerin malzemesi olarak kullanılmasıyla lezzet ve alışkanlık belleğinin nasıl bir tepki vereceği; genç kuşakların lezzet belleğinin oluşmasına veya geleneksel lezzet belleğinin oluşmamasına nasıl yol açacağı; kasaplık mesleği ve geleneksel yemek kültürü ilişkisinin nasıl konumlanacağı; çarşı ve pazarda geleneksel alışveriş biçimlerinin nasıl bir dönüşüme gireceği gibi pek çok soru yöneltilebilir.

Son olarak gıdanın geleceğini ilgilendiren ve geleneksel yemek kültürü üzerinde önemli etkileri olacağı düşünülen bu konunun ilerleyen zamanlarda başka bilimsel çalışmalar tarafından çözümlenmesi gerektiği açıktır.

## SONUÇ

Bu çalışmada -temel olarak- geleneksel Türk yemek kültürünün sanal-dijital kültür çağına özgü iletişim araçlarındaki varlık alanı, ifade ediliş biçimleri ve değişim-dönüşüm boyutları çözümlenmiştir. Buna karşılık çalışmanın bölümlendirilmesinde ve konunun işlenişinde açılan başlıklarla çalışmanın kapsamından çıkmayacak ve bağlamından kopmayacak bir şekilde çalışma -zaman zaman- yapısal olarak genişletilmiştir. Başka bir ifadeyle yemek kültürüne ilişkin bilgi dağarcığının çeşitlenmesi, farklı görme biçimlerinin gelişmesi ve bu tür bir yaklaşıma ihtiyaç olduğunun düşünülmesi bu gerekliliği ortaya çıkarmıştır.

Aşağıda daha ayrıntılı olarak açıklanacağı üzere bu çalışmada, -yalnızca- internet ağlarında (geleneksel) yemek kültürünün izlerinin sürülmesinin ötesine geçmek amaçlamıştır. Buna karşılık hem araştırmanın konusundan ve kapsamından çıkmamak hem de dijital evrendeki yığın içerisinde kaybolmamak amacıyla geleneksel Türk yemek kültürü yörüngesinde hareket etmeye özen gösterilmiştir. Ayrıca ele alınan konular, dijital kültür ile ilişkilendirilerek çalışmanın kapsamı hizalandırılmıştır.

Bu çalışmanın bölümlerinde işlenen konuların özetlenmesinin yanı sıra bahsedilen hususlardaki tespitlerimiz ve değerlendirmelerimiz hakkında şunları belirtebiliriz:

Birinci bölüme başlayışımızın kavramsal ve teorik açıdan dört noktası açığa çıkmıştır. İlk olarak teknoloji ile kültür ilişkisinin nasıl kurulduğu ve şekillendiğine dair *teknolojik determinizm* ve (buna karşıt olarak) *teknolojinin sosyal inşası* kuramları ele alınmıştır. Toplumsal ve kültürel değişimler konusunda teknolojinin temel belirleyici ve özerk bir güç olduğunun ileri sürüldüğü *teknolojik determinizm* ile insan faktörünün, mekanik bir nedenselliğe ve edilgenliğe indirgendiğinin eleştirilerinin yapıldığı ve teknolojinin kendi toplumundan (veya kullanıldığı toplumdan) bağımsız olarak işleyemeyeceğinin savunulduğu *teknolojinin sosyal inşası* kuramları/yaklaşımları, bu çalışmada kültürel değişim-dönüşüm olgusuna dair bakış açısı oluşturulmasını (oluşturmamızı) sağlamıştır.

İkinci olarak bu çalışma, dijital kültür (çağı) kavramı etrafında ve internet tabanlı yürütüleceği için halkbilimi ve teknoloji (medya-kitle iletişim araçları) ilişkisi somutlaştırılmıştır. Bu doğrultuda halkbilimi tarihinde değişen/dönüşen paradigmalara

atfen *internet folkloru, dijital folklor, netlore, e-folklor* gibi kavramsallaştırmalara ve dolayısıyla kabullere uzanan süreç işaretlenmiş; yemek kültürünün dinamik olarak yer bulduğu bazı internet ağları ve sosyal medya platformları alan araştırmasının merkezine yerleştirilmiştir. Bu yaklaşım ise kültürel olgularda bağlamsal değişim ve dönüşümlere ilişkin farklılıkların ortaya konulmasına; ayrıca yeni bakış açılarının geliştirilmesine zemin hazırlamıştır.

Üçüncü olarak farklı bilim dalları içerisinde veya arasında tartışmalı, karmaşık, çelişkili, çarpıtılabilen, yanlış algılanan bir kavram olan geleneğe ilişkin çeşitli yaklaşımlar ele alınmıştır. Bu doğrultuda geleneğin donmuş kalıplar, eski kuşakların hatıraları, silinmesi gereken çağdışı izler gibi anlamsal karşılıkları ve çağrışımlarının ötesinde dinamik ve güncellenebilir bir kavram olduğuna vurgu yapılmıştır. Böyle bir yaklaşımın geliştirilmesi ise bu çalışmanın merkezinde konumlanan “geleneksel(lik)” olgusuna dair çağcıl ve bütüncül bir izlenim edinebilme açısından gerekli görülmüştür. Bu bağlamda gelenek, geleneksel kültür, geleneksel yemek kültürü gibi olguların iç ve dış dinamiklerin etkisi altında korunabilecek ya da korunması gereken unsurlar olup olmadığına ilişkin bakış açısı geliştirilmiştir.

Diğer taraftan geleneksel yemek (kültürü) kavramına ve olgusuna ilişkin ise yapısal ve işlevsel olarak bir çerçeve çizilmiştir. Bu açıdan geleneksel yemek kültürü *geleneksel ekolojik bilgi, geleneksel yemek bilgisi, coğrafi alan, genetik kaynaklar, kültürel miras* ile ilişkili olan ve belirlenebilen; *ritüeller, inançlar, korkular, görgü kuralları, öğrenilmiş davranışlar, hareketler, geleneksel meslekler, ustalar-aşçılar-şefler, araç-gereçler, mekanlar (tandır, mutfak, lokanta, sokak vb)* ile gerçekleştirilebilen, kendisini gösterebilen, sürdürülebilen; *yerel/yöresel ve ulusal karakter-şöhret sergileyebilen; medya ve iletişim teknolojileriyle ifade edilebilen, yaşatılabilen, değişebilen ve dönüşebilen* bir olgu olarak tanımlanmış ve görece kümelenmiştir. Bu şekildeki bir tanım, *Türkiye’de* genellikle ürün odaklı düşünülen ve bazı yörelerin şöhretli lezzetlerinin derlenmesinin yanı sıra tariflerinin kayda geçirilmesi çerçevesine sıkıştırılan *geleneksel yemek kültürü* kavramına ilişkin bakış açılarının genişletilmesi amacıyla ortaya konulmuştur.

Kavramsal, teorik ve tarihi olarak ortaya konulan dördüncü husus ise dünya halkbilimi tarihinde yemeğin, erken bir evreden itibaren araştırma kadroları arasına yerleştirildiğinin

veya bu kadrolar içerisinde kültürel bir unsur olarak kabul gördüğünün somutlaştırılması olmuştur. Tarihi süreç içerisinde Avrupa halkbilimi çalışmaları merkezli bazı kadro denemelerinin yanı sıra Amerikan folklor araştırmaları içerisinde prestijli bir derginin (*The Journal of American Folklore*) erken sayıları (1895) dikkate alınarak disiplinler çerçevesinde geçmişi ve ilişkisi köklendirilen; özeleştirici bağlamında ise uzun yıllar boş bırakıldığı vurgulanan; buna karşılık halkbiliminin nasıl bir disiplin olduğuna/olması gerektiğine ilişkin bir hareket olan halk yaşamı (folklife) çalışmaları içerisinde daha etkin bir şekilde araştırılmaya başlandığı ifade edilen geleneksel yemek (mutfak) kültürünün-günümüze uzanan süreç içerisinde de- halkbiliminin temel araştırma kadroları arasında bulunduğu işlenmiş ve önemle işaretlenmiştir.

Bu tespit ve çözümlenmelerin, genellikle sosyal bilimler içerisinde farklı bilim dallarının faaliyet gösterdiği yemek kültürü üzerinde, halkbilimi veya kültürbilimi alanına mensup araştırmacıların da etkin bir şekilde katkı sağlayabilmelerine bir temel ve ilham oluşturabileceği düşünülmüştür. Bu bağlamda disiplinler çerçevesinde aynı konular etrafında salt metin merkezli çalışma saplantısına ve kısır döngüsüne kapılmadan, değişen insan yaşamına yanıt olarak farklı konularda bilimsel çalışmalar üretebilmenin gerekliliğinin yanı sıra temelinde halkbilgisi veya güncel terimle geleneksel ekolojik bilgi olan yemek kültürü alanında da çok yönlü yaklaşımlarla var olunmaya başlanması istendik ve beklendik gelişmeler arasına alınmıştır.

Bu çalışmanın *Geleneksel Türk Yemek Kültüründe Bağlamsal Değişimler ve Dönüşümler* başlıklı ikinci bölümünde ise folklor disiplininde ve araştırmalarında bir paradigma dönüşümünü temsil eden bağlam (context) kavramına ilişkin bakış açıları ele alınmıştır. Bu doğrultuda geleneksel yemek kültürünün bağlamsal düzlemde temel dinamiklerinin, değişim ve dönüşümlerinin dijital kültür araçları açısından çözümlenebilmesine zemin oluşturmak için geleneksel bağlamlar, yazılı-basılı bağlamlar ve elektronik bağlamlar üzerinden konu işlenmiştir. Yine bu noktada geleneksel yemek kültürünün farklı bağlamlardaki yapısal ve işlevsel özellikleri çözümlenmiştir.

Geleneksel bağlamlar açısından yemek pişirme konusunda eğitimin ve öğrenmenin nasıl gerçekleştirildiği (yüz yüze, sözlü, görerek, katılımı, kişiye bağlı vb.); bu konuda kültürel veya kolektif belleğin belirleyiciliğinin yanı sıra duyu fizyolojisinden bilinç düzeyinde ya da bilinçdışı olarak nasıl yararlanıldığı; lezzeti deneyimlemenin ve



hatırlamanın hangi fizyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel zeminlerde veya düzeylerde gerçekleştiği; yemek pişirme konusunda duyu organlarını temel alan ve sözlü olarak çeşitli ifade kalıplarına dökülen ne tür bir ölçü sisteminin inşa edildiği ve yürürlükte olduğu; yemek sisteminde (pişirme, bekleme, deneyimleme vb.) zaman algısı ve yönetiminin geleneksel bağlamlar açısından hangi dahili (içsel) ve harici (dışsal) işaretleyicilerinin olduğu; ayrıca geleneksel bağlamında malzeme temininin nasıl sağlandığı işlenmiştir.

Yazılı bağlamlar açısından ise ilk olarak Türk kültürünün temel bazı yazılı eserlerinde (kaynaklarında) yemek kültürünün nasıl yer bulduğu; Cumhuriyetten önce ve sonra yazılan/yayınlanan temel yemek kitaplarının neler ve hangi içerikte olduğu (tarif ağırlıklı ve saray mutfağı, İstanbul/kent merkezli); dünyada ve Türkiye’de yemek kültürü dergiciliğinin gelişim aşamaları ve mevcut durumu; Türkiye’de yöresel yemek yayıncılığının başlamasında ve geliştirilmesinde hangi dinamiklerin etkili olduğu; bu konuda son dönemdeki gelişmeler (belediyeler, il kültür turizm müdürlükleri ve müze müdürlükleri) hakkında bilgiler işlenmiştir.

Diğer taraftan bu başlıkta (2.2.) esas olarak yazılı-basılı kültür bağlamı kavramının yemek kültürü açısından nasıl değerlendirilebileceği üzerinde durulmuştur. Başka bir ifadeyle yemek kültürünün -doğrudan- yazılı temsili içerisinde hangi niteliklerin oluştuğu işlenmiştir. Bu doğrultuda yazılı bağlamları, yemek kültürü açısından yapılandıran temel unsurun yemek tarifleri olduğu vurgulanmış; yemek tariflerinin, yazılı-basılı bağlamların temel bir karşılığı veya çıktısı olduğunun altı çizilmiştir. Bu konuda dikkat çekici husus ise tariflerin uygulanmasının genel olarak neden başarısızlıkla sonuçlandığı olmuştur. Bu açıdan (1) yazının ölü bir metin haline gelmesi; başka deyişle bağlamın kopması veya göz ardı edilmesi; (2) içeriğin belirlenişi ve çerçevenin çizilişinde yazarın inisiyatifi ve şartları; (3) yemek yapma eyleminin kişisel yaratıcılık ve performans boyutunun örtülü kalması veya geriden gelmesi gibi temel bazı hususlar, tariflerin uygulanmasında başarısızlığa yol açan faktörler olarak belirlenmiş ve çözümlenmiştir. Kısaca yazılı bağlamların işaretleyici bir yapısal özelliği olarak tariflere dayanarak yemek yapmanın nasıl bir performans biçimi olduğu temel dinamikleriyle irdelenmiş; mutfağın indirgenemez bir alan olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu başlıkta ayrıca yazılı bağlamlar temelinde yemek kültürünün bir başka karakteristik özelliğinin yemek listeleri ve menüler olduğu belirtilmiş; bu unsurların hangi mekanlarda (hastane, üniversite, lokanta vb.) kullanıldığı, ne tür yapısal özellikleri ve işlevlerinin olduğu çözümlenmiştir. Özetle yazının ve matbaanın yemek bilgisini, deneyimini, hatırasını kaydetme-belgeleme-aktarma ve iletişim kurma aracı olduğu farklı noktalardan ele alınmıştır.

Diğer bir alt başlık olan elektronik bağlamlarda ise yemeğin, dünyada ve Türkiye’de radyo, sinema ve televizyonda tarihsel olarak nasıl ve hangi işlevlerde yer bulduğu bazı örneklerle işlenmiştir. Bu doğrultuda yazılı bağlamlar açısından yemek kültürünün kilit ve ayırt edici bir özelliği olarak yemek tarifi olgusunun, elektronik iletişim araçları ekseninde kaldığı yerden devam ettiği; ayrıca gelişme ve değişimler gösterdiği belirtilmiştir. Walter Ong’un *ikincil sözlü kültür* kavramına denk düşercesine *yemek tarifi yazmanın yerini, yemek tarifleri vermenin aldığı* bu süreçte nasıl yapılır türünden yazılı-basılı içeriklerin, sesli/sesli görüntülü/hareketli bir yapıya büründüğü görülmüştür. Bu hususta özellikle televizyon endüstrisinin yemeği folklorlaştırdığı, medyatikleştirdiği, metalaştırdığı, şeyleştirdiği ve yapaylaştırdığı eleştirileri getirilmiştir.

Özetle yemeğin fotoğraf(lama) teknolojisiyle beraber *belgeleme ve (görsel) somutlaştırma*; radyo bağlamında *sözlü bilgi akışı sağlama*; sinemada *filmin teması olma* veya daha yaygın olarak konunun işlenişinde *betimleme, akıcılık sağlama, dikkat çekme vb.*; televizyon bağlamında ise *performans gösterme, eğlendirme, reklam, pazarlama, reyting vb.* nitelikleriyle yer bulduğu sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmanın “Üçüncü Bölümü’nde açılan başlıklar, geleneksel yemek kültürü üzerinden de tartışılabilme potansiyeli gösteren konuların yanı sıra yemek kültürüyle doğrudan ilişkili kavram veya olgulardır. Bu açıdan geleneksel (Türk) yemek kültürüyle bağlantılı olarak dijital kültür platformları içerisinde yoğun bir karşılık bulunduğunu düşündüğümüz olgular seçilmiştir. Alt başlıkların görece uzatılabileceği belirtilebilse de çalışmayı bir kapsam içerisinde tutabilmek, belirtilen konu ve amaçlar doğrultusunda sonlandırabilmek ve bundan sonra gerçekleştirilecek farklı çalışmalarla ilerletilmesi gerektiği düşünüldüğünden bu şekilde bir çerçeve çizilmiştir.

Burada vurgulanması gereken diğer hususlar ise bu başlıkların müstakil birer araştırma konusu olabilecek boyutlara sahip olmasıdır. Belirttiğimiz bakış açısı doğrultusunda

üçüncü bölümün alt başlıklarının işlenmesinde teorik altyapı güçlü tutulmaya çalışılmıştır. Farklı bir ifadeyle bu kavram ve olguların geleneksel yemek kültürüyle bağlantısı için yüzeysel bir geçiş yöntemi benimsenmemiştir.

Bu noktada hangi başlıklar altında konuların nasıl işlendiğine dair özet geçmek yerine önemli tespitlerin belirtilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun ardından ise çalışmanın toplam birikiminin bir yansıması olarak bazı dikkat çekici hususlar tartışılacak ve bazı önerilerde bulunulacaktır.

Yaşanılan çağda dijitalleşmenin bilgi, eğitim, haber, siyaset, sağlık, oyun, spor, reklam, alışveriş gibi insan yaşamının hemen her alanına uzanan dalları içerisinde yemek kültürünün ayrı bir önem ve boyut oluşturduğu görülmektedir. Bu klasik tespitin ötesinde sorulacak ilk soru dijital çağda geleneksel Türk yemek kültürünün temsili, değişimi ve dönüşümünde dijitalleşmenin, dijital kültürünün/platformların belirleyicilik gücünün ne kadar olduğudur. Başka bir ifadeyle kültürel değişimin yönünün hangi taraftan hangi yöne gittiğidir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde teorik alt yapı sağlamak için ele aldığımız *teknolojik determinizm* ve (buna karşıt olarak) *teknolojinin sosyal inşası* kuramları çerçevesinde düşünüldüğünde teknolojiden kültüre ve kültürden teknolojiye hatlar çekildiği görülmektedir. Daha geniş bir ifadeyle dijital çağda geleneksel Türk yemek kültürü üzerinde teknolojinin tek yönlü bir belirlenimcilik gücünün bağlamsal şartlara göre değişkenlik gösterdiği ifade edilebilir. Dolayısıyla teknolojinin hanesine yazılacak tek seçenekli (olumlu-olumsuz) bir yanıt -süreklî- verilememektedir. Örneğin Instagram'ın teknolojik yolculuğuna başladığı ilk dönemdeki görünümü ile dijital bir yemek rehberi veya medyası haline geldiği şimdiki zaman karşılaştırıldığında teknolojinin, toplumun ve kültürün rüzgarını arkasına alarak hareket ettiği vurgulanabilir. Başka bir ifadeyle internetin icat edilmiş amacı ve evriliş biçimine (askeri zeminden sivilleşmeye) paralel olarak dijital platformun içeriğinin doldurulmasının teknolojinin üreticileri tarafından bütünüyle sağlanamayacağı söylenebilir.

Bu doğrultuda yine insandan (veya kültürden) teknolojiye bir gidiş örneği olarak gezgin gurmelerin (!) sosyal medya hesaplarında seyyar satıcıları ve onların sokak lezzetlerini tanıtmaları, geleneğin ustalarının işaretlenmesi açısından kayda değerdir. *Yaşayan İnsan Hazine*leri (YİH) programı mantığında ve bütünlüğünde gördüğümüz dijital medyadaki

bu tür faaliyetler, fenomenler arası etkileşimlerle gittikçe yaygınlaşarak geleneksel lezzetlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır.

Ayrıca sosyal medyada kurulan/oluşturulan sanal-dijital topluluklar/gruplar ve ilkesel ortaklıklarla geleneksel ekolojik bilginin aktarımının ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik girişimler de kültürden teknolojiye çekilecek hatların başka bir önemli örneğini oluşturmaktadır.

Yukarıdaki ve benzeri örnekler doğrultusunda dijital ortamın yarattığı kültür mü yoksa dijital ortamda yaratılan kültür mü sorusunun yanıtında ikinci seçeneğin ağır bastığı ileri sürülebilir. Teknoloji, insanların kullanım amacının bir zemini görünümündedir. Bu bağlamda değişim ve dönüşümün dış dinamiklerin yanı sıra iç dinamiklerle de şekil alabildiği vurgulanabilir. *Teknolojinin varlığı ve yükselişi=gelenek kültürünün dibe batışı* denklemi veya önermesi genellemece ve yanlış bir tutum olabilmektedir. Dolayısıyla tartışılması gereken olguların bir boyutu, dijital iletişim araçlarının -geleneksel yemek kültürünün sürdürülebilirliği açısından- insan yaşamını kolaylaştıran veya farklı açılardan katkı sağlayan olumlu yönlerinin de olduğudur. Bu açıdan ayrıca şunlar düşünülebilir:

Geleneksel Türk yemek kültürünün dijital platformlar içerisinde yoğun bir şekilde varlık alanı bulunduğu veya temsil edildiği görülmektedir. Dijitalleşmenin kapsadığı alanın sınırsızlığına bağlı olarak bu temsil biçimi, yerel ve ulusal etkileşimlerin yanı sıra uluslararası düzeylerde de somutlaşmaktadır. (Herhangi bir Türk aşçının/şefin, sosyal medyada bir fenomen haline gelmesi, ürününü tanıtmaya ve milyonlarca takipçisinin içerisinde farklı ülke insanların da olması bu durumun somut bir örneğidir).

Sosyal medya yoluyla farklı yörelerin lezzetlerinden ayrıntılı olarak haberdar olmak ve çevrimiçi gıda alışverişleriyle onları temin edebilmek başka bir olumlu çıktıdır. Bu doğrultuda (yöresel) bir lezzeti deneyimleyebilmek veya mutfak ihtiyacını özgün lezzetlerle karşılayabilmek için herhangi bir tanıdığa sipariş vermenin (ısmarlamanın) kalın duvarları yıkılmıştır. Bu açıdan kilerin yöresel ürünlerle doldurulması için kişiye bağımlılık ve fiziksel yolculuk gerekliliği en aza inmiştir. (Aynı zamanda bu olgu çevrimiçi market alışverişleri açısından da okunabilir). Burada dikkat çekici bir olgu ise sosyal medyada geleneksel Türk yemek kültürünün varlık alanının genişletilmesiyle veya geleneksel ürün satıcılarının sanal-dijital olarak görünürlüklerini artırmalarıyla son yıllarda büyük şehirlerde gerçekleştirilen yöresel lezzet fuarlarına da gereksinimin

azalmaya başlamasıdır. Yöresel ürünlerin sosyal medyada reklamını yapmak hem daha hızlı ve ucuz hem de daha kitlesel olmaktadır. (Ucuzluk ve hızlilik faktörü satın alma için de geçerlidir). Bu bağlamda geleneğin yeniden keşfinde, sosyal medyanın bilgi sağlayıcılığının ötesinde geleneğin ürünlerini deneyimleme aracı olduğu vurgulanmalıdır.

Diğer taraftan teknolojiyi icat eden ve kullanan insan olsa bile soyut veya diyalektik olarak düşünüldüğünde teknolojinin gücü ve belirleyiciliği yadsınamaz. Teknolojinin insan yaşamına dokunan elinin büyüklüğü veya kapsadığı alanın genişliği arttıkça değişim ve dönüşümün hızının ve oranının artması temel bir olgudur. *Teknolojik determinizm* merkezli bu bakış açısı, medyanın gücünü sosyal ve kültürel hayatın tepesine yerleştirmektedir. Dijital çağda ise iletişim araçlarının insanların çevrimiçi yaşadığı bir dünya oluşturmaya başlaması veya pek çok açıdan oluşturması (çevrimiçi alışveriş, eğitim, sağlık vb.) yeni düşünce kalıpları, alışkanlıklar, tutum ve davranışlar ortaya çıkarmaktadır. Hatta bunlar insan yaşamına yerleşmekte; yaşamın kendisi olmaktadır. Teknoloji düşünürü Tom Chatfield (2013, s. 14) tarafından vurgulandığı gibi dijital araçlar artık “boş zamanlarda veya zevk için devreye sokulan bir âlet takımı değildir”. Bu diyalektik ise teknolojinin kültür üzerinde büyük bir belirleyici olduğunu ve kültürü dönüştürdüğünü düşündürmektedir.

Bu çalışmanın temel yaklaşımı doğrultusunda teknoloji ile kültürün birbirini beslediği ve şekillendirdiğinin kabulünün, dijitalleşmenin ve dijital kültürün kutsanması, yüceltilmesi ve teslimiyetçi bir anlayışa kapı aralanması anlamına gelmediği vurgulanmalıdır. Yine bu diyalektiğin, geleneksel kültürün incelenen bölümü/unsuru üzerinde tespit yapmayı; kazanımları ve kaybedilenleri belirtmeyi ve çözümlenmeyi örtmemesi gerektiğine inanılmaktadır.

Bu bağlamda dijital kültürün -bu çalışmada incelenen boyutlarıyla- geleneksel Türk yemek kültürü üzerinde olumsuz anlamda da değiştirici ve dönüştürücü etkilerinin bulunduğu sonucu çıkmaktadır. Kültür üzerinde araştırma yapan bir bilim insanının bilimsel duruşunun bizce bu olması gerekmektedir. Dolayısıyla geleneksel Türk yemek kültürünün, sanal-dijital platformlarda varlık alanının ve temsil biçimlerinin genişlemesinin olumlu işlevlerine zıt olarak dijitalleşmenin ve dijital kültürün,

kaybettirici bir yapıyla geleneksel yemek kültürünün birimleri arasına nüfuz ettiğini de söyleyebiliriz.

Bu doğrultuda çalışmamızda bizce ulaştığımız en ciddi olgu, dijital çağda çevrimiçi gıda/yemek siparişlerinin yaygınlaştırdığı vasıfsız tüketici modelinin veya profilinin, geleneksel ekolojik bilginin veya bunun alt alanı olarak geleneksel yemek bilgisinin sürdürülebilirliğine sekte vurmaya başlamasıdır. Dijital kültürün yarattığı insan tipolojisi içerisindeki dijital kuşaklar, *getir* felsefesiyle ve üretmemeyi temsil eden yaşam modelleriyle bilinçli ya da bilinçsiz olarak geleneksel yemek kültürünün karşısında (aleyhinde) konumlanmaktadır. Bu konuda çevrimiçi siparişlerle modernlik taslanmasının ve yoğun iş yaşamının gerekçe gösterilerek çeşitli bahanelere sığınılmasının sanıldığından da ciddi boyutlarının bulunduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Yemek, ulusal bir kimlik göstergesi olmasının yanı sıra halk sağlığı, kültür ve ekonomi açısından bir güvenlik unsurudur. İnsanlık tarihinde kişilerin boğazından girecek lokmaların stratejik açıdan önemli boyutları bulunmaktadır. Yiyerek sağlıklı kalabilmek ile yiyerek sağlığını kaybetmek arasında ince çizgi vardır. Bu durum, yavaş yavaş da zehirlenildiğinin şifreleri arasına gizlenen bir süreci betimlemektedir. Burada yüzlerce yıllık deneyimin ve birikimin karşılığı olarak geleneksel bilgi belleği ise sigorta ve panzehir işlevindedir. Bu husustaki uyarılarımız ise donmuş gelenek savunuculuğu olarak yorumlanmamalı; buradan geleneğin yok olduğu veya güncellenemediği sonucu çıkarılmamalıdır. Altını çizdiğimiz olgu, geleneksel ekolojik bilgi temelinde üretim halkalarına eklemelenmenin öneminin ve yalnızca pasif bir alıcı olmamanın stratejik boyutlarıdır.

*Sanal-Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü* başlıklı bu çalışmada sonuç olarak çalışmanın ayırt edici özellikleri, alana katkıları, önerileri bağlamında şunları söyleyebiliriz:

Araştırma konusuyla ilgili genel literatürde iletişim bilimleri, sosyoloji, turizm, gastronomi ve mutfak sanatları gibi disiplinlerin çalışmalarının kümelenildiği görülmektedir. Bu disiplinlerin odak noktasında gelenek/geleneksellik olgusu, çoğunlukla yüzeysel kalmaktadır. Bu tür çalışmalarda gelenek, kültürel değişim ve dönüşüm olgusu içerisinde -zaman zaman- atıf yapılan bir kavram görünümündedir.

Disipliner çerçevedeki yemek kültürü araştırmalarında ise yemek tarifleri toplama veya sadece belirli lezzetleri öne çıkarma ve tanıtmaya anlayışının hâkim olduğu belirtilebilir.

Bu çalışmada ise araştırma konusu geleneksellik (geleneksel yemek kültürü) yörüngesinde ilerletilmiş; geleneksel yemek kültürünün tanımlanması ve kümelendirilmesi açısından -görece- bir çerçeve çizilmiş; geleneksel yemek kültürünün bağlamsal özellikleri işaretlenmiş ve karşılaştırmalar yapılmış; tespiti dayalı ve ürün (nesne) odaklı geleneksel yemek kültürü alanına ilişkin çalışmaları tekrar etmek yerine insan yaşamının farklı parametreleri çerçevesinde ele alınan olgular teorik açıdan ve disiplinlerarası bir yaklaşımla çözümlenmiştir.

Çalışmanın ayırt edici özelliklerinden birisi ise halkbilimi ve yemek kültürü ilişkisinin tarihsel ve teorik olarak işaretlendirilmesi olmuştur. Bu yaklaşımla disiplinler tarih açısından özeleştiriler yapılması ve bu alanda gerçekleştirilecek çeşitli araştırmalara kapı aralaması amaçlanmıştır. Bununla birlikte çalışmanın başka bir ayırt edici özelliği ise yemek ve performans ilişkisini, performans teoriden de yararlanarak güçlü ve geniş bir açıdan kurmaya çalışmak olmuştur.

Bu çalışmada geleneksel Türk yemek kültürünün sürdürülebilirlik boyutları açısından bireysel deneyime, ustalığa ve yaratıcılığa dikkat çekilmiştir. Başka bir ifadeyle ürünün (yiyeceğin) süper organik bir yaklaşımla işaretlemesinin yerine, geleneksel bilgi belleğinin taşıyıcısı, geleneksel yiyeceklerin üreticisi ve yaşayan kültürel mirasın temsilcisi olan insana vurgu yapılmıştır. Üründen önce geleneksel bilgi belleğine sahip insan faktörüne yatırım yapılmasının öncelikli olduğunun altı çizilmiştir.

Bu bağlamda “ürünün çiğken doğaya; piştikten sonra kültüre ait olduğunu” savlayan Levi-Strauss’un (2013) görüşlerinden hareketle her türlü bilgi, beceri ve deneyimle doğayı dönüştürebilme yetisine sahip olan; başka bir deyişle doğadan aldıklarını bir dizi formülle yenilebilir formlara çeviren *aşçıların*, geleneksel mutfak kültürünün *Yaşayan İnsan Hazinesi* olarak kabul görmesi gerektiği ileri sürülmüştür. Bu konuda genellemeler yapmak yerine bazı ölçütlendirmeler yapılması gerektiği açıktır. Örneğin kentin bir köşesinde açtığı tezgahında sırrı kendinde saklı bir tükürük köftesi yapan seyyar satıcı; belleğinde çok sayıda yöresel yemek bilgisi ve bunu uygulama becerisi olan bir kadın, bu kapsamda değerlendirilebilir.

*Yaşayan İnsan Hazine*leri programı veya projesi açısından “konusunda ender bulunan bilgiye sahip olunması” şeklindeki ölçüt ve “kaybolmakta olana dair temel refleks”, bu konuya mesafeli yaklaşılmasına ve önerinin eleştirilmesine yol açabilir. Buna karşılık dijitalleşme veya dijital kültürle ilgili boyutlandırma ve ölçeklendirme yaptığımızda ise risk faktörünün günümüzde fazla açığa çıkmasa bile *daha da dijitalleşen gelecekte* kendini daha netleştireceği düşünülebilir. Geleneksel yemek pişirme veya gıda üretim biçimlerinin genç kuşaklar tarafından benimsenmemesi ve gerçekleştirilmemesinin yanı sıra dijital mutfak teknolojileriyle gıdaların basılmasının (yazdırılmasının) yaygınlaşmasının insan yaşamına olumsuz etkilerinin görmezden gelinemez boyutlara ulaşmasıyla ilerleyen zamanlarda dikkat çektiğimiz konuda çalışmalara ihtiyaç olacağı ve bu alanda programlar geliştirileceği öngörülebilir. Bununla birlikte yapay zekâ teknolojisi doğrultusunda mutfağa girip yemek yapan şef robotlardan başlayarak yemek fotoğraflarını görüp o ya da benzer yemeğin hangi malzemelerden yapıldığını anlayıp tarifini veren uygulamaların olacağı senaryo olmaktan uzaktır. Ayrıca sanallaşmanın evrileceği noktayı işaretleyen ve Metaverse adı verilen evren içerisinde avatarlarımızın, katıldığı bir düğünde yemekler yiyeceği -şimdilik- distopya olarak durmakla birlikte çok da uzak olmayan bir geleceğin yaşam biçimi olarak muhtemel çalışma konuları arasında başı çekeceği düşünülmelidir.

Tüm bu olgular bağlamında dijital çağa nasıl uyum sağlanacağı ve birey olarak nasıl gelişim gösterilebileceğinin öneminin yanı sıra “insandan daha azına dönüşmek” (Chatfield, 2013) bir risk olarak karşımızda durmaktadır. Dolayısıyla “dijital gelecekte insan kalmak” (Canan ve Acungil, 2018) insanların koruması gereken bir olgu ve başarması gereken temel bir amaç olmalıdır. Bunun sınırları içerisinde geçen başlıca unsurlardan birisi de yemektir. Çünkü kültürel bir düzeyde yemek yemek ve pişirmek, insana özgü bir özelliktir. Bu noktada geleneksel yemek kültürünün sürdürülebilirliği bağlamında, insan yaşamındaki döngü içerisinde *geleneğin yine yeni yeniden keşfinin* önemi ve gerekliliği açıktır. Kaybetmeden keşfetmek, istenilen bir yönelimdir.

Son olarak belirtilen amaçlar ve yöntemler doğrultusunda hazırlanan bu çalışmanın eksik ve eleştirilen yönlerinin olabileceğini kabul ederek alana katkı sağlamasını ve yeni araştırmalara kaynaklık edebilmesini ümit ederiz.



## KAYNAKLAR

- Abrahams, Roger D. (1972). Folklore and Literature as Performance, *Journal of the Folklore Institute*, 9 (2/3), 75-94.
- Aça, M., Demir, B. (2020). Kültürel ve Sosyal Davranışların Anlam ve İşlev Dünyasına Bir Yolculuk: Davranış Folkloru. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 13 (32), 1253-1277.
- Adams, C. J. (2017). *Etin Cinsel Politikası: Feminist-Vejetaryen Kuram* (3.bs.). (G. Tezcan, M. E. Boyacıoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Adler, E. M. (1981). Creative Eating: The Oreo Syndrome. *Western Folklore*, 40 (1), 4-10.
- Adorno, T., Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (N. Ülner ve E. Öztarhan Karadoğan, Çev.), İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Aistara, G. A. (2014). Authentic Anachronisms. *Gastronomica*, 14 (4), 7-16.
- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi*. Ankara: Phoenix.
- Akşit Âşık, N. (2019). X ve Z Kuşağı Tüketicilerin Yiyecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 7 (4), 2599-2611.
- Alan, H., Köker, A. R. (2022). Covid-19 Sürecinde Hız Kazanan İş Modeli İnovasyonu Olarak Bulut Mutfak Girişimciliği: Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23 (COVID-19 Özel Sayısı), 135-152.
- Alangu, T. (2020). *Türkiye Folkloru El Kitabı*. (Haz. İ. Görkem). İstanbul: YKY.
- Alexander Agati, Holly (2012). The Millennial Generation: Howe and Strauss Disputed. The College of William and Mary ProQuest Dissertations Publishing.
- Allen, J. S. (2012). Theory of Food as a Neurocognitive Adaptation. *American Journal of Human Biology* 24 (2), 123–129.
- Allen, J. S. (2021). *Obur Zihin. Yiyeceklerle İlişkimizin Evrimi*. (2.bs.). (E. Gökyaran, Çev.). İstanbul: YKY.
- Alpyıldız, E. (2016). *Radyo Dergisi Temelinde Radyo ve Gelenek Kültürü İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

- Alpyıldız, E. (2019). Dijital Kültür Çağında Yemek Kültürü. *Dijital Kültür*. M. Özdemir (Ed.). (257-268). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.
- Alpyıldız, E. (2020). Dijital Kültür Çağında Geçiş Dönemleri. F. Balcı (Ed.). *Dijital Kültür 2* (207-234). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.
- Alpyıldız, E. (2021). Dijital Kültür Çağında Meslek Folkloru Bağlamında Kasaplık. U. Durmaz (Ed.). *Dijital Kültür 3*. (165-198). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.
- Alpyıldız, E. (2022). Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü ve Kuşaklararasılık. *Folklor Akademi Dergisi*, 5, (2), 311 – 326.
- Alwin, D. F., McCammon, R. J. (2007). Rethinking Generations. *Research in Human Development*, 4 (3-4), 219-237.
- American Folklore Society. (1888). On the Field and Work of a Journal of American Folk-Lore. *The Journal of American Folklore 1* (1), 3-7.
- Anderson, J. (1971). Scholarship on Contemporary American Folk Foodways. *Ethnologia Europaea*, 5, 56-63.
- Antonelli, G., Vigano, E. (2017). Global Challenges in Traditional Food Production and Consumption. A. Cavicchi, C. Santini (Ed). *Case Studies in the Traditional Food Sector: A Volume in the Consumer Science and Strategic Marketing Series*. (25-42). Duxford, United Kingdom: Woodhead Publishing.
- Anttonen, P. J. (2005). *Tradition through Modernity Postmodernism and the Nation-State in Folklore Scholarship*. Helsinki: Finnish Literature Society.
- Appelbaum, R. (2003). Rhetoric and Epistemology in Early Printed Recipe Collections. *Journal for Early Modern Cultural Studies*. 3 (2), 1-35.
- Aram, J. D. (2004). Concepts of Interdisciplinarity: Configurations of Knowledge and Action. *Human Relations*, 57 (4), 379-412.
- Arat, R. R. (1947). *Kutadgu Bilig I. Metin*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Arat, R. R. (1959). *Kutadgu Bilig II. Tercüme*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Argunşah, M. ve Çakır, M. (2005). *15. Yüzyıl Osmanlı Mutfağı Muhammed Bin Mahmud Şirvani*. İstanbul: Gökkuşbu.

- Ascione, E. (2018). Food and Cultural Heritage: Preserving, Reinventing, and Exposing Food Cultures. K. LeBesco, P. Naccarato (Eds.) *The Bloomsbury Handbook of Food and Popular Culture*. (301-313). London: Bloomsbury.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel Bellek. Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. (2. b.s.). (A. Tekin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baker, S. A., Walsh, M. J. (2020). You Are What You Instagram: Clean Eating And The Symbolic Representation of Food. D. Lupton and Z. Feldman. (Ed.). *Digital Food Cultures*. (53-67). New York: Routledge.
- Baki, Z. S. (2014). *İnternet Folkloru/Netlore Bağlamında Sözlü Kültürün Dönüşümüne Netnografik Yaklaşımlar: Katılımcı Sözlük Örnekleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Balaman, A. R. (1982). Mutfak Olgusunun Halkbilimindeki Yeri. *Geleneksel Türk Mutfağı Sempozyumu*. (33-39). Konya: Konya Turizm Derneği Yayınları.
- Balcı, F. (2020). Dijital Ortamda Yerel veya Yöresel Unsurların Markalaşması. F. Balcı (Ed.). *Dijital Kültür 2* (35-60). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.
- Baron, R. (1993). Multi-Paradigm Discipline, Inter-Disciplinary Field, Peering through and around the Interstices. *Western Folklore*, 52 (2/4), 227-245.
- Baron, C. (2006). Dinner and a Movie: Analyzing Food and Film. *Food, Culture & Society*, 9 (1), 93-117.
- Barthes, R. (1991). *Mythologies*. (Translation, J. Cape). New York: The Noonday Press.
- Barthes, R. (2013). Towards A Psychosociology of Contemporary Food Consumption. Carole Counihan, Penny Van Esterik (Ed). *Food and Culture: A Reader*, (23-30). London: Routledge.
- Bartoletti, R. (2011). Memory and Social Media: New Forms of Remembering and Forgetting. B. Pirani (Ed.). *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World* (82-111). Newcastle UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.

- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları*. (6. b.s.). (H. Deliceçaylı, F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, R. (1971). Differential Identity and the Social Base of Folklore. *The Journal of American Folklore*, 84 (331), 31-41.
- Bauman, R. (1975). Verbal Art as Performance. *American Anthropologist* 77 (2), 290-311.
- Bauman, R. (1992a). Folklore. R. Bauman (Ed.). *Folklore, Cultural Performance, and Popular Entertainments* (29-40). New York: Oxford University Press.
- Bauman, R. (1992b). Performance. R. Bauman (Ed.). *Folklore, Cultural Performance, and Popular Entertainments* (41-49). New York: Oxford University Press.
- Bauman, R. (1996). Folklore as Transdisciplinary Dialogue. *Journal of Folklore Research*, 33 (1), 15-20.
- Bauman, R., C. L. Briggs. (2003). *Voices of Modernity: Language Ideologies and the Politics of Inequality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baym, N. K. 1993. Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture. *Journal of Folklore Research* 30 (2/3), 143–177.
- Beardsworth, A. ve Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi, Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet*. (Abdulbaki Dede, Çev.). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Ben-Amos, D. (1971). Toward a Definition of Folklore in Context. *The Journal of American Folklore*, 84 (331), 3-15.
- Ben-Amos, D. (1984). The Seven Strands of Tradition: Varieties in Its Meaning in American Folklore Studies. *Journal of Folklore Research*, 21 (2/3), 97-131.
- Ben-Amos, D. (1993). Context in Context. *Western Folklore*, 52 (2/4), 209-226.
- Ben-Amos, D. (1996). Contextual Approach. Jan Harold Brunvand (Ed). *American Folklore An Encyclopedia*. (333-337). New York & London: Garland Publishing.

- Ben-Amos, Dan, (1997). Performance. Thomas A. Green (Ed.). *Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music And Art* (630-634). Santa Barbara, California,
- Ben-Amos, D. (1998). The Name Is the Thing. *The Journal of American Folklore*, 111 (441), 257-280.
- Ben-Amos, D. (2007). Halkbilgisinin (Folklorun) Bağlamı, İmalar ve Beklentiler. (M. Ekici, Çev.). *Milli Folklor*, 19, (76), 232-243.
- Bendix, R. (1997a). Authenticity. Thomas A. Green (Ed.). *Folklore: An Encyclopedia of Bliefs, Costums, Tales, Music and Art, Volume 1* (72-75). Santa-Barbara, California.
- Bendix, R. (1997b). Folklorismus/Folklorism. *Folklore: An Encyclopedia of Bliefs, Costums, Tales, Music and Art*, 2, (337-339) Santa-Barbara, California.
- Bendix, R. (2000). The Pleasure of the Ear: Toward an Ethnography of Listening. *Cultural Analysis* (33-50). J. Conrad (Ed.). Berkeley: University of California.
- Bendix, R. (2002). The Uses of Disciplinary History. *Radical History Review*. (84), 110–114.
- Berkes, F. (2012). *Sacred Ecology*. (3rd). New York: Routledge.
- Berksun, F. (2020). Web Sözleşmesi'nde Teknolojik Determinizmin İzleri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (5), 71-93.
- Bijker, W. E. (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs Toward a Theory of Sociotechnical Change*. London: The MIT Press.
- Billiard, E. (2017). Lost in Tradition. An Attempt to Go Beyond Labels, Taking Maltese Food Practices As A Primary Example. Brigitte Sébastia (Ed.). *Eating Traditional Food Politics, Identity and Practices*. (48-66). New York: Routledge.
- Bird, S. R. (1996). Welcome to the Men's Club: Homosociality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity. *Gender and Society*, 10 (2), 120-132.
- Black, R. (2013). Food Studies Programs. Ken Albala (Ed). *Routledge International Handbook of Food Studies*. (221-208). New York: Routledge.

- Blank, T. J. (2009). Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet. *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World*, ed. Trevor J. Blank. 1–20. Logan: Utah State University Press.
- Blank, T. J. (2012). Introduction: Pattern in the Virtual Folk Culture of Computer-Mediated Communication. Trevor J. Blank (Ed.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction (1-24)*. Utah State University Press.
- Blank, T. J. (2013a). *The Last Laugh: Folk Humor, Celebrity Culture, and Mass-Mediated Disasters in the Digital Age*. University of Wisconsin Press.
- Blank, T. J. (2013b). Hybridizing Folk Culture: Toward a Theory of New Media and Vernacular Discourse. *Western Folklore* 72 (2),105-130.
- Blank, T. J., Howard, R. G. (2013). Introduction Living Traditions in a Modern World. *Tradition in the Twenty-First Century*. (1-21). Utah State University Press.
- Boratav, P. N. (2000). *Halk Edebiyatı Dersleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Borghini, A. (2015). What Is a Recipe? *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 28 (4), 719-738.
- Borowiecki, K. Jan., Forbes, N., Fresa, A. (Ed.). (2016). *Cultural Heritage in a Changing World*. Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Boudan, C. (2006). *Mutfak Savaşı: Damak Zevkinin Jeopolitiği* (Y. Avunç, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bower, A., Piontek, T. (2013). Food in Film. Ken Albala (Ed). *Routledge International Handbook of Food Studies* (177-186). New York: Routledge.
- Bower, Anne L. (2004). Watching Food: The Production of Food, Film, and Values. A. L. Bower (Ed). *Reel Food: Essays on Food and Film*. (1-13). London and New York: Routledge.
- Boztepe, S., Berg, M. (2020). Servitising The Human Body Through Digital Food Technologies. D. Lupton and Z. Feldman. (Ed.). *Digital Food Cultures* (178-192). New York: Routledge.
- Briggs, Charles L. (2008). Disciplining Folkloristics. *Journal of Folklore Research*, 45 (1), 91-105.

- Brillat-Savarin, J. A. (2015). *Lezzetin Fizyolojisi*. (H. Bucak, Çev.). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Bronner, S. J. (1983). Visible Proofs: Material Culture Study in American Folkloristics. *American Quarterly*, 35 (3), 316-338.
- Bronner, S. J. (1984). Folklore and the Behavioral Sciences. *Anthropos*, 79 (1/3), 251-255.
- Bronner, S. J. (1996). Material Culture. Jan Harold Brunvand (Ed.). *American Folklore An Encyclopedia*. (972-977). New York & London: Garland Publishing.
- Bronner, S. J. (1998). *Following Tradition: Folklore in the Discourse of American Culture*. Logan: Utah State University Press.
- Bronner, S. J. (2000). The Meaning of Tradition: An Introduction. *Western Folklore*, 59 (2), 87-104
- Bronner, S. J. (2009). Digitizing and Virtualizing Folklore. Trevor J. Blank (Ed.). *Folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World* (21–66), Logan: Utah State University Press.
- Bronner, S. J. (2011). *Explaining Traditions: Folk Behavior in Modern Culture*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Buccitelli, A. B. (2014). Paying to Play: Digital Media, Commercialization, and the Scholarship of Alan Dundes. *Western Folklore*, 73 (2/3), 235-256.
- Buccitelli, A. B. (2012). Performance 2.0: Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. Trevor J. Blank (Ed.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction* (47-59). Utah State University Press.
- Buckingham, D. (2013). Is There a Digital Generation? D. Buckingham R. Willett (Ed). *Digital Generations Children, Young People, and New Media* (1-18). New York and London: Routledge.
- Burgess, J., Green, J. (2013). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Caldwell, Melissa L. (2014). Editor's Letter. *Gastronomica*, 14 (4), IV-VI.

- Camp, C. (1996). Foodways. Jan Harold Brunvand. (Ed.). *American Folklore An Encyclopedia* (622-628). New York-London: Garland Publishing.
- Camp, C. (1997). Foodways. Thomas A. Green (Ed.). *Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music, and Art. 2 Volumes.* (366-372). Santa Barbara, California & Denver, Colorado & Oxford, England: ABC-CLIO.
- Camp, C. (2003) Foodways. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture V. 2* (29-31). New York: Charles Scribner's Sons.
- Canan, S., Acungil, M. (2018). *Dijital Gelecekte İnsan Kalmak*. İstanbul: Tuti Kitap.
- Cantek, F. (2011). Mutfakta Pişer İnternete de Düşer: Yemek Blogları Kadınlara Neler Vaad Ediyor?. *Kültür ve İletişim*, 14 (1), 9-39.
- Caputo, V., Sacchi, G ve A. Lagoudakis. (2017). Traditional Food Products and Consumer Choices: A Review. A. Cavicchi, C. Santini (Ed). *Case Studies in the Traditional Food Sector: A Volume in The Consumer Science and Strategic Marketing Series.* (47-87). Duxford, United Kingdom: Woodhead Publishing.
- Carlson, M. (2013). *Performans – Eleştirel Bir Giriş*. (Çev. B. Güçbilmez). Ankara: Dost Kitabevi.
- Castells, M. (2004). Informationalism, Networks, And The Network Society: A Theoretical Blueprint. M. Castells (Ed.). *The Network Society A Cross-Cultural Perspective* (3-48). USA: Edward Elgar Publishing Limited.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi I.* (2. Bs.). (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cayot, N. (2007). Sensory Quality of Traditional Foods. *Food Chemistry*, (102), 445–453.
- Chakraborty, P. (2013). Cooking as Performance: Negotiating Art and Authenticity in Ratatouille. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities* 5 (2), 355-365.
- Chakravarti, D. (2004). Feel Good Reel Food: A Taste of the Cultural Kedgere in Gurinder Chadha's What's Cooking? A. L. Bower (Ed). *Reel Food: Essays on Food and Film.* (17-26). London and New York: Routledge.



- Chatfield, T. (2013). *Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız* (L. Konca, Çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Chettiparamb, A. (2007). Interdisciplinarity: A Literature Review, *Interdisciplinary Teaching and Learning Group*, (Ed. John Canning), University of Southampton. 1-58.
- Chettiparamb, A. (2011). Inter-Disciplinarity in Teaching: Probing Urban Studies. *Journal for Education in the Built Environment*, 6 (1), 68-90.
- Choudhary, N. (2019). Strategic Analysis of Cloud Kitchen-A Case Study. *Management Today*, 9 (3), 184-190.
- Chun, Joanne-Yeeun., Neill, Lindsay. (2021). Understanding Fusion Korean Food: Considerations of Identity, Creation and Acceptance in Auckland, Aotearoa New Zealand. *Food Culture and Society An International Journal of Multidisciplinary Research*. 1-15.
- Cocchiara, G. (2017). *Avrupa'da Folklor Tarihi* (Y. Özer, Çev.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Colby, Benjamin N., George A. Collier, and Susan K. Postal. (1963). Comparison of Themes in Folktales by the General Inquirer System. *Journal of American Folklore Society*, 76 (302), 318-323.
- Combi, M. (2016). Cultures and Technology: An Analysis of Some of the Changes in Progress—Digital, Global and Local Culture. Borowiecki, K. Jan, N. Forbes, A. Fresa (Ed). *Cultural Heritage in a Changing World* (3-16). Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Connerton, P. (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar*. (A. Şenel, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Connerton, P. (2012). *Modernite Nasıl Unutturur*. (K. Kelebekoğlu, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Cotter, C. (1997). Claiming a Piece of the Pie: How the Language of Recipes Defines Community. Anne L. Bower (Ed.). *Recipes for Reading: Community Cookbooks, Stories, Histories* (51-73). University of Massachusetts Press.

- Counihan, C. M. (1999). *The Anthropology of Food and Body Gender, Meaning, and Power*. New York: Routledge.
- Counihan, C. M. (2003). Gender and Food Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture V. 2* (105-108). New York: Charles Scribner's Sons.
- Counihan, C. M. (2005). Introduction—Food and Gender: Identity and Power. Carole M.Counihan, Steven L. Kaplan (Ed.). *Food and Gender Identity and Power* (1-11). Taylor & Francis.
- Counihan, C. (2016). Cultural Heritage in Food Activism: Local and Global Tensions. Ronda L. Brulotte and Michael A. Di Giovine (Ed.). *Edible Identities: Food as Cultural Heritage* (219-229). New York: Routledge.
- Curato, N. C. (2013). Keep It Contentious: The Role of Dissent and Deliberation in Interdisciplinary Research. *Philippine Sociological Review*, 61 (1), 21-42.
- Çaycı, A. E., Aktaş, C. (2018). Dijitalden Tatmak: Yemeğin Yeni Gastro Mekânlardaki Seyirlik Gösterisinin Kültürel Yansımaları. *TRT Akademi*, 3 (6), 710-727.
- Çaycı, A. E. (2019a). *Küreselleşen Yemek Kültürünün Dönüşümünde Sosyal Medyanın Rolü: Instagram Gurmeleri*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Çaycı, A. E. (2019b). Sosyal Medya'da Dijital Yemek Kültürü. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5 (1), 120-136.
- Çek, S. (2002). *1913-1938 Yılları Arası Türk Halkbilimi Tarihçesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi: Ankara.
- Çinay, H. H., Sezerel, H. (2020). Ferzan Özpetek Filmlerinde Gösterge Olarak Yemek: Mine Vaganti/Serseri Mayınlar Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (1), 111-136.
- Çobanoğlu, Ö. (1999). Halkbilimi Açısından Gelenek, Turizm ve İcad Edilmiş Gelenek Bağlamında Ayvalık Şeytan Sofrası. *Milli Folklor*, (43), 7-12.
- Çobanoğlu, Ö. (2000a). Bilim Felsefesi Bağlamında Halkbilimi ve Halkbilimsel Bilginin Teleolojik Serüveni. *Folklor/Edebiyat*, 6 (24), 27-42.

- Çobanoğlu, Ö. (2000b). *Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Çobanoğlu, Ö. (2004). Kültürlerin Diyalogu veya Diyalogsuzluğu Bağlamında Halkbiliminin Çalışmalarının Yeri ve Önemi. *Türkiyat Araştırmaları*, (1), 149-164.
- Çobanoğlu, Ö. (2005). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. (3. bs.). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Çobanoğlu, Ö. (2018). Halkbiliminde Yeni Paradigmalar Bağlamında İnternet Folkloru. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri (Genel Konular)*, 121-126, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Erişim: 04.02.2021.
- David, Jonathan C. (2003). Folklore, Food İn: Acceptance to Food Politics. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture* V. 1. (668-672). New York: Charles Scribner's Sons.
- De Backer, Charlotte J.S. and Hudders, L. (2016). Look Who's Cooking. Investigating The Relationship Between Watching Educational and Edutainment TV Cooking Shows, Eating Habits and Everyday Cooking Practices Among Men and Women in Belgium. *Appetite*, (96), 494-501.
- Debord, G. (2018). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi, O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- De Certeau, M., Giard, L., Mayol, P. (2008). *Gündelik Hayatın Keşfi II- Konut Mutfak İşleri*. (L. A. Özcan, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Degh, L. (1986). Introduction: [Special Double Issue: The Comparative Method in Folklore]. *Journal of Folklore Research*, 23 (2/3), 77-85.
- Degh, L. 1994. *American Folklore and the Mass Media*. Bloomington: Indiana University Press.
- Değirmenci, K. (2011). Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarasılığı ve Disipliner Ayrımları Yeniden Düşünmek. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (15), 72-80.
- Demirci, B. (2021). Z Kuşağının Yeme Davranışlarının Dışarıda Yemek Yeme Motivasyonlarına Etkisi. *III. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi Genişletilmiş Özet Bildiri Kitabı*. 526-534.

- Demirel, G., Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 236-259.
- De Solier, İ. (2005). TV Dinners: Culinary Television, Education and Distinction. *Journal of Media Cultural Studies*, 19 (4), 465-481.
- De Solier, İ. (2018). Tasting the Digital: New Food Media. K. LeBesco, P. Naccarato (Eds.). *The Bloomsbury Handbook of Food and Popular Culture* (54-65). London: Bloomsbury.
- Di Fiore, L. (2019). Heritage and Food History. Ed. Ilaria Porciani. *Food Heritage and Nationalism in Europe* (35-50). London and New York: Routledge.
- Di Giovine, M. A., Brulotte, R. L. (2016). Introduction: Food and Foodways as Cultural Heritage. Ronda L. Brulotte and Michael A. Di Giovine (Ed.). *Edible Identities: Food as Cultural Heritage* (1-28). New York: Routledge.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö . Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Dixit, S. K. (2019a). Introduction. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. (1-10). New York: Routledge.
- Dixit, S. K. (2019b). Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. (13-23). New York: Routledge.
- Dolejšova, M. (2020). From Silicon Valley to Table: Solving Food Problems By Making Food Disappear (193-207). D. Lupton and Z. Feldman. (Ed.). *Digital Food Cultures*. New York: Routledge.
- Dorson, R. M. (1970). Is There a Folk in the City? *Journal of American Folklore Society* 83 (328), 185–216.
- Dorson, R. M. (1972). Introduction: Concepts of Folklore and Folklife Studies. In *Folklore and Folklife: An Introduction*. Richard M. Dorson (Ed.). (1–50). Chicago: University of Chicago Press.
- Dorst, J. (1990). Tags and Burners, Cycles and Networks: Folklore in the Teleronic Age. *Journal of Folklore Research*, 27 (3), 179-190.

- Dölekoğlu, C. Ö., Çelik, O. (2018). Y Kuşağı Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışı. *Tarım ve Doğa Dergisi*, (21), 55-66.
- Drengson, A. R. (2020). Dört Teknoloji Felsefesi. (M. Önal, Çev.). *Beytulhikme*, 10 (19), 331-353.
- Droit-Volet, S., Gil, S. (2009). The Time-Emotion Paradox. *Philosophical Transactions: Biological Sciences*, 364 (1525),1943-1953.
- Drzal-Sierocka, A. (2015). Celluloid Flavours: A Brief History of Food in Film. *Lodzkie Studia Etnograficzne*, (54), 52-70.
- Duman, M. Ş., Alev Akmeşe, K., Sormaz, Ü. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Yöresel Mutfak Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 3174-3188.
- Dundes, A. (2005). Folkloristics in the Twenty-First Century (AFS Invited Presidential Plenary Address, 2004). *Journal of American Folklore*, 118 (470), 385–408.
- Dundes, A. (2006). Halk Kimdir?. (M. Ekici, Çev.). M. Öcal Oğuz vd. (Ed.). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1* (11-36). Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Dundes, A. (1963). Advertising and Folklore. *New York Folklore Quarterly* 9 (2): 143-51.
- Dundes, A. (1965). On Computers and Folktales. *Western Folklore* 24 (3), 185–89.
- Dundes, A. (1985). Nationalistic Inferiority Complexes and the Fabrication of Fakelore: A Reconsideration of Ossian, the Kinder- und Hausmärchen, the Kalevala, and Paul Bunyan. *Journal of Folklore Research*, 22 (1), 5-18.
- Dutfield, G. (2003). *Protecting Traditional Knowledge and Folklore*. ICTSD- UNCTAD.
- Dürrizade Nurullah Mehmed Efendi (2015). *Ağdiye Risalesi (Türkçe Telif Olunmuş İlk Yemek Kitabı)*. (M. Esiner Özen, Haz.). İstanbul: İşaret Yayınları.
- Edmunds, J., Turner B. S. (2005). Global Generations: Social Change in The Twentieth Century. *The British Journal of Sociology*, 56 (4) 559-577.
- Ekici, M. (2008). Geleneksel Kültürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme. *Milli Folklor*, 20 (80), 33-38.

- Ekici, M. (2019). *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri. (9. b.s.)* Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Ellis, B. (2003). Making A Big Apple Crumble: The Role Of Humor İn Constructing A Global Response To Disaster. *Of Corpse: Death and Humor in Folkore and Popular Culture.* (Ed. Peter Narvaez). Utah State University Press.
- Ellis, B. (2012). Love and War and Anime Art: An Ethnographic Look at a Virtual Community of Collectors. Trevor J. Blank (Ed.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction* (166-211). Utah State University Press.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., Yeoman, I. (2018). What is Food Tourism? *Tourism Management* 68, 250–263.
- Ercilasun, A. B., Akkoyunlu, Z. (2015). *Dîvânu Lugâti 't-Türk.* Ankara: TDK yayınları.
- Erdoğan Giovanelli, S. (2017) *Culinary Heritage İn Turkey Cultural Policy, Official Practice And Online Representation of Food Culture (Türkiye'de Mutfak Mirası Kültür Politikaları, Resmi Uygulamaları ve Yemek Kültürünün Online Olarak Temsili).* Doktora Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi. İstanbul.
- Eren, B. (2020). *Mimari Temsilde Çevirinin Yaratıcı Boşlukları.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Ergen, S. Y. (2016). *Son Dönem Osmanlı Yemek Kültüründe Ermeni Mutfağının Katkısı: Ermeni Harfli Türkçe Yemek Kitapları.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Erzurum, F. (2018). Ekrandaki Gastronomi: Televizyon. H. Yılmaz (Ed.). *Gastronomi ve Medya* (67-130). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Esiner Özen, M. (2015). Önsöz. *Ağdiye Risalesi.* (9-19). İstanbul: İşaret Yayınları.
- Espinoza-Ortega, A. (2021). Nostalgia İn Food Consumption: Exploratory Study Among Generations İn Mexico. *International Journal of Gastronomy and Food Science* 25, 1-9.
- Ersoy, R. (2006). Gelenek, Değişim ve Kıbrıs'ta Türk Kimliği. *Türkbilig*, (12), 134-142.

- Feld, S. (1994). From Ethnomusicology to Echo-Muse-Ecology: Reading R. Murray Schafer in the Papua New Guinea Rainforest. *The Soundscape Newsletter*, 8, 4-6.
- Feld, S. Brenneis, D. (2004). Doing Anthropology in Sound. *American Ethnologist*, 31 (4), 461-474.
- Feldman, Z. (2021). Good Food in An Instagram Age: Rethinking Hierarchies of Culture, Criticism and Taste. *European Journal of Cultural Studies* 24 (6) 1340–1359.
- Feldman, Z., Goodman, M. K. (2021). Digital Food Culture, Power and Everyday Life. *European Journal of Cultural Studies* 24 (6), 1227–1242
- Ferry, Jane F. (2003). *Food in Film A Culinary Performance of Communication*. London and New York: Routledge.
- Fine, Elizabeth C. (1996). Performance Approach. Jan Harold Brunvand (Ed.). *American Folklore An Encyclopedia* (1165-1167). New York-London: Tylor & Francis.
- Finkelstein, J. (1999). Foodtainment. *Performance Research*, 4 (1), 130-136.
- Fischler, C. (1980). Food Habits, Social Change and The Nature/Culture Dilemma. *Social Science Information*, (19), 937-953.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information* (27), 275-293.
- Floyd, J., Forster, L. (2016). The Recipe in its Cultural Contexts. *The Recipe Reader: Narratives- Contexts- Traditions* (1-14). New York: Routledge.
- Folklor ve Etnografya Kılavuzu. (1949). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Müze ve Arşivi Neşriyatı.
- Foote, M. (2007). Userpicks: Cyber Folk Art in the Early 21st Century. *Folklore Forum* 37 (1), 27–38.
- Forrest, B. M., Murphy, D. (2013). Food and the Senses. Ken Albala (Ed). *International Handbook of Food Studies* (352-363). New York: Routledge.
- Fox, W. (1983). Computerized Creation and Diffusion of Folkloric Materials. *Folklore Forum* 16: 5–20.
- Frank, R. (2011). *Newslore: Contemporary Folklore on the Internet*. Jackson: University Press of Mississippi.

- Frison, C., Coolsaet, B. (2019). Genetic Resources for Food and Agriculture as Commons. Jose Luis Vivero-Pol, Tomaso Ferrando, Olivier De Schutter and Ugo Mattei (Ed). *Routledge Handbook of Food as a Commons* (218-230). New York: Routledge.
- Fuchsman, K. (2009). Rethinking Integration in Interdisciplinary Studies. *Issues in Integrative Studies*, 27, 70-85.
- Fuentes, C., Samsioe, E., Östrup Backe, J. (2022). Online Food Shopping Reinvented: Developing Digitally Enabled Coping Strategies in Times of Crisis. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 32 (2), 130–150.
- Galli, F. (2017). Traditional Food: Definitions and Nuances. A. Cavicchi, C. Santini (Ed). *Case Studies in the Traditional Food Sector: A Volume in the Consumer Science and Strategic Marketing Series*. (1-24). Duxford, United Kingdom: Woodhead Publishing.
- Gennep, A. V. (1960). *The Rites of Passage*. (M. Vizedom, Trns.). Chicago: The University of Chicago Press.
- Gere, C. (2010). Some Thoughts on Digital Culture. *Digitum*, (12). 3-7.
- Gere, C. (2019). *Dijital Kültür*. (A. Akın, Çev.). Konya: Salon Yayınları.
- Giard, L. (2008). Mutfak İşleri. *Gündelik Hayatın Keşfi II- Konut Mutfak İşleri*. (L. A. Özcan, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi. (183-265).
- Gillis, B. (2011). An Unexpected Font of Folklore: Online Gaming as Occupational Lore. *Western Folklore*, 70, (2), 147-170.
- Glassie, H. (1995). Tradition. *The Journal of American Folklore*, 108 (430), 395-412.
- Glassie, H. (1999). *Material Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Glazer, M. (1997). Functionalism. Thomas A. Green (Ed.). *Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music And Art*. (386-389). Santa Barbara, California.
- Goodwin, C., Duranti, A. (1992). Rethinking Context: An Introduction. Duranti and Goodwin (Ed.). *Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon* (1-42) Cambridge: Cambridge University Press.



- Goody, J. (2001). *Yaban Aklın Evcilleştirilmesi*, (K. Değirmenci, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Goody, J. (2002). The Anthropology of the Senses and Sensations. *La Ricerca Folklorica*, 45, 17-28.
- Goody, J. (2013a). *Yemek, Mutfak ve Sınıf*. (M. Güran, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayınları.
- Goody, J. (2013b). *Yazılı ve Sözel Arasındaki Etkileşim – Okur Yazarlık Aile Kültür ve Devlet Üzerine İncelemeler*. (O. Bulut, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çev.), (3. b.s), İstanbul: Metis Yayınları.
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern Göstergeler*. (E. Cengiz, H. Gür ve A. Nur, Çev.). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Graham, Robert J. (1981). The Role of Perception of Time in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 7 (4), 335-342.s
- Graff, Harvey J. (2016). The Problem of Interdisciplinarity in Theory, Practice, and History. *Social Science History*, 40 (4), 775-803.
- Grasseni, C. vd. (2014). Introducing a Special Issue on the Reinvention of Food: Connections and Mediations. *Gastronomica*, 14 (4), 1-6.
- Guerrero, L., Guardia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S ve diğerleri. (2009). Consumer-Driven Definition of Traditional Food Products and Innovation in Traditional foods. A Qualitative Cross-Cultural Study. *Appetite* 52, 345–354.
- Guerrero, L., Claret, A., Verbeke, W., Enderli, G., Zakowska-Biemans, S., Vanhonacker, F ve diğerleri. (2010). Perception of Traditional Food Products in Six European Regions Using Free Word Association. *Food Quality and Preference*, (21), 225–233.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. (3. Bs.). (M. Yalçın, Çev.). Ankara: İmge Yayınevi.
- Gulbenkian Komisyonu (2003). *Sosyal Bilimleri Açın. Sosyal Bilimlerin Yeniden Yapılanması Üzerine Rapor*. (Ş. Tekeli, Çev.). (4. b.s). İstanbul: Metis Yayınları.

- Güldemir, O. (2015). *Bir Osmanlı Yemek Yazması Kitabüt Tabbahin (Muhammed Kâmil)*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Gülüm, E. (2020). *Teorik ve Pratik Boyutlarıyla: Sanal Ortam Folkloru*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Gündoğan, T. (2008). *Türk Folklor Araştırmaları Dergisi İndeksi*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi: Erzurum.
- Gyimothy, S. (2017). The Reinvention of Terroir in Danish Food Place Promotion. *European Planning Studies*, 25 (7) 1200–1216.
- Halbwachs, M. (2019). *Kolektif Bellek*. (Z. Karagöz, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Halıcı, N. (1986). Türk Halk Mutfağı. *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi*. (123-141). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını.
- Halıcı, F. (1994). V. Milletlerarası Yemek Kongresi Açılış Konuşması: Kültürümüze Mutfaktan Girilir. *Beşinci Milletlerarası Yemek Kongresi*. (1-9). Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Halk Bilgisi Mecmuası. (1928). Halk Bilgisinin Kadroları. (S. Nazif, Çev.). 1, 16-22.
- Hamit Zübeyr. (1932). *Halkbilgisi Kılavuzu*. İstanbul: Matbaacılık ve Neşriyat TAŞ.
- Handler, R ve Linnekin, J. (1984). Tradition, Genuine or Spurious. *The Journal of American Folklore*, 97 (385), 273-290.
- Hansen, S. A., VanFleet, J. W. (2003). *A Handbook on Issues and Options for Traditional Knowledge Holders in Protecting their Intellectual Property and Maintaining Biological Diversity*. Washington, DC: American Association for the Advancement of Science.
- Hanus, G. (2018). The Impact of Globalization on The Food Behaviour of Consumers – Literature and Research Review. *CBU International Conference Proceedings, ISE Research Institute*, 6, 170-174.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. (S. Savran, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

- Hauben, M. (1992). The Net and Netizens: The Impact the Net Has on People's Lives. [http://www.columbia.edu/~hauben/ronda2014/THE\\_NET\\_AND\\_NETIZENS.pdf](http://www.columbia.edu/~hauben/ronda2014/THE_NET_AND_NETIZENS.pdf). Erişim: 13.06.2021.
- Hekimoğlu, G. (2020). MasterChef'e Sosyolojik Bakış: Türkiye Örneği. *İtobiad*, 9 (5): 3500-3519.
- Heinz, B., Lee, R. (1998). Getting Down to The Meat: The Symbolic Construction of Meat Consumption. *Communication Studies*, 49 (1), 86-99.
- Hill, A. (2005). *Reality TV. Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge.
- Hobsbawm, E., Ranger, T. (2006). *Geleneğin İcadı*. (M. M. Şahin, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Holbrook, J. Britt. (2013). What is İnterdisciplinary Communication? Reflections on The Very İdea of Disciplinary İntegration. *Synthese*, 190 (11). 1865-1879.
- Holden, T. J. M. (2013). The Overcooked and Underdone: Masculinities in Japanese Food Programming. C. Counihan, P. Van Esterik (Ed). *Food and Culture: A Reader* (119-138). London: Routledge.
- Holton, R. (2013). Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları. Sosyoloji Konferansları, (47), (K. Karaman, Çev.). 59-75.
- Holtzman, Jon D. (2006). Food and Memory. *Annual Review of Anthropology*, 35. 361-378.
- Hoskins, A. (2018). The Restless Past: An İntroduction to Digital Memory and Media. A. Hoskins (Ed.). *Digital Memory Studies. Media Pasts in Transition* (1-24). New York: Routledge.
- Howard, R. G. (2008). Electronic Hybridity: The Persistent Processes of the Vernacular Web. *Journal of American Folklore* 121, (480), 192–218.
- Howard, R. G. (2015). Introduction: Why Digital Network Hybridity Is the New Normal (Hey! Check This Stuff Out). *The Journal of American Folklore*, 128 (509), 247-259.
- Hufford, M. (1995). Context. *The Journal of American Folklore*, 108 (430), 528-549.

- Humphrey, L. T. (1989). Traditional Foods? Traditional Values?. *Western Folklore*, 48 (2), 62-169.
- Hübenthal, U. (1994). Interdisciplinary Thought. *Issues in Integrative Studies*, 12, 55-75. <https://our.oakland.edu/handle/10323/4145>. [Erişim: 09.03.2021].
- Hymes, D. (1975). Breakthrough into Performance. D. Ben-Amos and K. S. Goldstein (Ed.). *Folklore: Performance and Communication*. (11-74). Paris/The Hague: Mouton.
- Inglis, D. (2015). Globalization and Food. The Dialectics of Globality and Locality. Bryan Turner, Robert Holton (Ed). *Global Civil Society and the World Social Forum* (492-510) London: Routledge.
- İflazoğlu, N., Ünlüöner, K. (2020). Sosyal Medyada Yemek Temalı Paylaşımların Gösterişçi Tüketim Bağlamında İncelenmesi: Mardin Artuklu Üniversitesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 2606-2621.
- Jackson, P. (2014). Reinvention Revisited: A Commentary. *Gastronomica*, 14 (4), 79-80.
- Jaffe, J., Gertler, M. (2006). Victual Vicissitudes: Consumer Deskillling and The (gendered) Transformation of Food Systems. *Agriculture and Human Values* 23, 143–162.
- Johnston, J., Bauman, S. (2015). *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. London: Routledge Print.
- Joshi, A., Dencker, J., Franz, G. (2011). Generations in Organizations. *Research in Organizational Behavior* 31, 177–205.
- Julier, A., Lindenfeld, L. (2005) Mapping Men Onto The Menu: Masculinities And Food. *Food and Foodways*, 13 (1-2), 1-16.
- Kaderli, Z. (2017). *Tarihsel ve Sosyo-Kültürel Bağlamı İçinde Beden ve Bedenleşme Deneyiminin Teorik Çerçevesi*. Ankara: Grafiker Yayıncılık.
- Kanık, İ. (2016a). *Gastro Gösteri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kanık, İ. (2016b). Küreselleşme Sürecinde Kültürel Melezleşme Örneği Olarak Yemek Kanalları ve Programları. *Folklor/Edebiyat*, 22 (86), 237-258.
- Kanık, İ. (2018). *Gastro Sinema*. İstanbul: Alfa Basım ve Yayım.

- Kara, Ç. (2018). Geleneksel Yemeğin Boyutları ve Yemeğin Sesi. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*, C. 3, (433-447). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Kara, Ç. (2019). Türkiye’de Mutfak ve Yeme İçme Kültürü. Canan Parla (Ed.). *Türkiye’nin Kültürel Mirası II*. (210-242). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kara, S. (2020). Teknolojik Determinizm ve Teknolojinin Sosyal İnşası (SCOT) Kuramları Temelinde Osmanlı Matbaa Teknolojisinin Gelişimi. *Türkiye’de STS: Bilim ve Teknoloji Çalışmalarına Giriş*. (Ed. A. Turanlı ve diğerleri). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Karabaş, S. (1999). *Bütüncül Türk Budunbilimine Doğru*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kaye, Barbara K. (2005). It’s a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs. *Atlantic Journal of Communication*, 13 (2), 73-95.
- Kaymaz, E., Ulema, Ş. (2021). Gastronomi Turizmi Politika ve Stratejileri. S. Şengül, A. Kurnaz (Ed.). *Gastronomi Turizmi: Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık. (337-394).
- Keller, James R. (2006) *Food, Film and Culture: A Genre Study*. Jefferson, N. Carolina and London: McFarland & Company.
- Kern, S. (2013). *Zaman ve Uzam Kültürü (1880-1918)*. (A. Selman. Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Keskin, A. (2019a). *Folklor ve Disiplinlerarasılık*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Keskin, A. (2019b). Halkbilimi Çalışmalarında Disiplinlerarasılık: Neden, Ne Zaman, Nerede ve Nasıl. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12 (28), 925-944.
- Keskin, A. (2016). Prof. Dr. Dan Ben-Amos ile Halkbilimi (Folklor) Üzerine Eleştirel/Çözümsel Bir Söyleşi. *Milli Folklor*, 28 (111), 224-233.
- Kılıçbay, B. (2005). Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bir Bakış. M. Binark ve B. Kılıçbay (Ed). *İnternet, Toplum, Kültür* (s.15-31). Ankara: Epos.
- Kılıçlar, A. vd. (2021). Sosyal Medyanın X ve Z Kuşağı Üzerindeki Yemek Yeme Davranışına Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 531-552.

- Kırım, A. (12.06.2005). Füzyon Mutfağı Nedir Bize Ne Kadar Uyar. *Hürriyet*.  
<https://www.hurriyet.com.tr/fuzyon-mutfagi-nedir-bize-ne-kadar-uyar-326530>.  
 Erişim Tarihi: 18.07. 2022.
- Kızılırmak, İ., Ofloğlu, M., Şişik, L. (2016). Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 258-269.
- King, R. M. (2011). Perspectives on Interdisciplinarity in Academia. T. Muravska, Z. Ozolina (Ed.). *Interdisciplinarity in Social Sciences: Does It Provide Answers to Current Challenges in Higher Education and Research?* (102-111). University of Latvia Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1995). Theorizing Heritage. *Ethnomusicology*, 39 (3), 367-380.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1996). Topic Drift: Negotiating the Gap Between the Field and Our Name. *Journal of the Folklore Institute*, 33 (3), 245–254.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998a). Folklore’s Crisis. *The Journal of American Folklore*, 111 (441), 281-327.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (1998b). *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley University of California Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Intangible Heritage as Metacultural Production. *Museum International*, 56 (1-2), 52-65.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. (2015). Playing to the Senses: Food as a Performance Medium. L. Long (Ed.). *Food and Folklore Reader*. (229-244). New York: Bloomsbury Academic.
- Klein, J. T. (1990). *Interdisciplinarity: History, Theory, and Practice*. Detroit: Wayne State University.
- Klein, J. T. (1999). *Mapping Interdisciplinary Studies. The Academy in Transition*. Association of American Colleges and Universities.

- Klein, J. T. (2000). A Conceptual Vocabulary of Interdisciplinary Science. Peter Weingart ve Nico Stehr (Eds.). *Practising Interdisciplinarity*. (3-24). University of Toronto Press.
- Klein, J. T. (2008). Evaluation of Interdisciplinary and Transdisciplinary Research. *American Journal of Preventive Medicine*. 35 (2), 116-123.
- Klein, J. T. (2009). A Platform for a Shared Discourse of Interdisciplinary Education. *Journal of Social Science Education*, 5 (4), 10-18.
- Klein, J. T., Newell, William H. (1998). Advancing Interdisciplinary Studies. W.H. Newell, (Ed.). *Interdisciplinarity: Essays From the Literature* (3-22). New York: College Board.
- Klein, J., Newell, W. (1997). Advancing İnterdisciplinary Studies. In J. Gaff and J. Ratcliffe (Eds.). *Handbook of The Undergraduate Curriculum: A Comprehensive Guide to Purposes, Structures, Practices, and Changes* (393-415). San Francisco: Jossey-Bass.
- Kocabay Şener, N. (2014). Sosyal Medyada Günün Menüü: Sosyal Medyada Paylaşılan Yemek Fotoğrafları Üzerine Bir Değerlendirme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3 (3), 72-82.
- Kockelmans, Joseph J. (1986). Interdisciplinarity And The University: The Dream And The Reality. *Issues In Integrative Studies*, 4 (1), 1-16.
- Konuralp, S. (2004). *Film müziği: Tarihçe ve yazılar*. İstanbul: Oğlak Yayınevi
- Korkmaz, Z. (1992). *Grammer Terimleri Sözlüğü*. Ankara: TDK Yayınları.
- Koşay, H. Z., Ülkücan, A. (2011). *Anadolu Yemekleri ve Türk Mutfağı*. İstanbul: Çiya Yayınları.
- Krawczyk-Wasilewska, V. (2016). *Folklore in the Digital Age: Collected Essays*. Jagiellonian University Press.
- Kuhn, Thomas S. (1995). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. (N. Kuyaş, Çev.). (4. B.s.). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Kurtçu, C. (2015). *Türk Televizyon Yayıncılığında Gastronominin Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Kut, G. (haz.). (2020). *Kitâb-ı Me'kûlât: Bilinmeyen Bir Osmanlı Yemek Kitabı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kut, T. (1985). *Açıklamalı Yemek Kitapları Bibliyografyası*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları:67.
- Kwik, J. C. (2008). *Traditional Food Knowledge: Renewing Culture and Restoring Health*. A Thesis Presented to The University of Waterloo in Fulfillment of The Thesis Requirement Degree of Master of Environmental Studies in Environment and Resource Studies. Canada.
- Lake, E. S., Oh, M. (2007). The Sociology of Food and Eating. C. D. Bryant and D. L. Peck (Ed). *21. Century Sociology: A Reference Handbook* (186-196). Sage Publications.
- Leaver, T., T, Highfield., C. Abidin. (2020) *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity Press.
- Leer, J. (2018). Gender and Food Television: A Transnational Perspective on the Gendered Identities of Televised Celebrity Chefs. Kathleen LeBesco and Peter Naccarato (Ed). *The Handbook of Food and Popular Culture*. (13-26). London: Bloomsbury.
- Leer, J., SGS Krogager. (2021). *Research Methods in Digital Food Studies*. London: Routledge.
- Levin, I., Mamlok, D. (2021). Culture and Society in the Digital Age. *Information*, 12 (68), 1-13.
- Levi-Strauss, C. (1994). *Yaban Düşünce* (T. Yücel, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Levi-Strauss, C. (2013). The Culinary Triangle. C. Counihan and P. Van Esterik (Ed). *Food and Culture A Reader* (40-47). New York: Routledge.
- Levy, P. (1998). *Becoming Virtual, Reality in the Digital Age*. (R. Bononno, Çev.). New York and London Plenum Trade.
- Lewis, T. (2018). Digital Food: From Paddock to Platform. *Communication Research And Practice*, 4 (3), 212-228.



- Lewis, T. (2020). *Digital Food: From Paddock to Platform*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Lewis, T., Phillipov, M. (2018). Food/Media: Eating, Cooking, and Provisioning In A Digital World. *Communication Research and Practice*, 4 (3), 207–211.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., Pan, B. (2008). Electronic Word-of-Mouth In Hospitality And Tourism Management. *Tourism Management* 29, 458–468
- Locher, Julie L. (2003) Fusion Cuisine. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed.). *Encyclopedia of Food and Culture* V. 2 (90-91). New York: Charles Scribner's Sons.
- Lofgren, J. (2013). Food Blogging and Food-Related Media Convergence. *M/C Journal*, 16, (3). <https://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/638>.
- Long, L. M. (2001). Nourishing The Academic Imagination: The Use of Food in Teaching Concepts of Culture. *Food and Foodways*, 9 (3-4), 235-262.
- Long, L. M. (2004). Introduction. L. M. Long (Ed.). *Culinary Tourism* (1-19). Lexington, KY: University Press of Kentucky.
- Long, L. M. (2009). Introduction. *The Journal of American Folklore*. 122 (483), 3-10.
- Long, L. M. (2013). Folklore. Ken Albala (Ed). *Routledge International Handbook of Food Studies* (220-228). New York: Routledge.
- Long, L. M. (2015). Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness. L. Long (Ed.). *Food and Folklore Reader* (437-448). New York: Bloomsbury Academic.
- Long, L. M. (2018). Cultural Politics in Culinary Tourism With Ethnic Foods. *Revista De Administracao De Empresas*, 58 (3), 316-324.
- Long, L. M. (2019). American Food, Foodways, and Eating. Simon J. Bronner (Ed). *The Oxford Handbook of American Folklore and Folklife Studies*. (470-491). Oxford University Press.
- Lupton, D. (1994). Food, Memory and Meaning: The Symbolic and Social Nature of Food Events. *Sociological Review* 42 (4), 664–685.

- Lupton, D. (2017). Download To Delicious: Promissory Themes And Sociotechnical Imaginaries In Coverage of 3D Printed Food in Online News Sources. *Futures* 93, 44–53
- Lupton, D., Turner, B. (2018) I Can't Get Past The Fact That It Is Printed: Consumer Attitudes to 3d Printed Food. *Food, Culture & Society*, 21 (3), 402-418.
- Lupton, D. (2018). Cooking, Eating, Uploading: Digital Food Cultures. K. Le Besco ve P. Naccarato (Ed.). *The Handbook of Food and Popular Culture*. (66–79). London: Bloomsbury.
- Lupton, D. (2020). Understanding Digital Food Cultures. D. Lupton, Z. Feldman (Eds.). *Digital Food Cultures*. (1-16). New York: Routledge.
- Lv, X., Wu, Y., Gong, M., Deng, J., Gu, Y., Liu, Y. ve diğ erleri. (2021). Synthetic Biology For Future Food: Research Progress And Future Directions. *Future Foods* 3, 1-12.
- Malinowski, B. (1992). *Bilimsel Bir Kùltür Teorisi*. (S. Ö zkal, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Mandal, S., Gunasekar, S., Dixit, S. K., Das, P. (2021). Gastro-Nostalgia: Towards A Higher Order Measurement Scale Based On Two Gastro Festivals. *Tourism Recreation Research*, 47 (3), 293-315.
- Matwick, K., Matwick, K. (2015). Inquiry in Television Cooking Shows, *Discourse Communication*. 9 (3), 313– 330.
- McDonald, B. (1997). Tradition as Personal Relationship, *The Journal of American Folklore*, 110 (435), 47-67.
- McLean, A. (2013). The Intersection of Gender And Food Studies. Ken Albala (Ed). *Routledge International Handbook of Food Studies* (250-264). New York: Routledge.
- McLuhan, M. (2001). *Gutenberg Galaksisi, Tipografik İnsanın Oluş umu* (G. Ç. Güven Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- McNeill, L. S. (2013). And the Greatest of These Is Tradition: The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century. T. J. Blank ve R. G. Howard (Ed). *Tradition in the Twenty-First Century* (174-185). Utah State University Press.
- McNeill, L. S. (2013). *Folklore Rules: A Fun, Quick, and Useful Introduction to the Field of Academic Folklore Studies*. Logan: Utah State University Press.
- Md. Nor, N., Md. Sharif, M. S., Mohd Zahari, M. S., Mohd Salleh, H., Ishak, N., Muhammad, R. (2012). The Transmission Modes of Malay Traditional Food Knowledge within Generations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 50, 79 – 88.
- Mehmed Kâmil (2015). *Melceü 't-Tabbâhîn: Aşçıların Sığınağı* (Günay Kut, Turgut Kut, Haz.). İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Meldgaard Kjær, K., Leer, J. (2015). Introduction: Food in Gender. *Studies and Gender in Food Studies. Women, Gender & Research* (3-4). 3-7.
- Mellinas, J.P., Reino, S. (2019). eWOM: The Importance of Reviews and Ratings In Tourism Marketing. *Strategic Perspectives in Destination Marketing*. Mark Anthony Camilleri (Ed). IGI Global. (143–173).
- Mennell, S., Murcott, A., van Otterloo, A. H. (1992). Introduction: Significance and Theoretical Orientations. *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture* (1-18). London: Sage.
- Meyer, M., Vergnaud, F. (2020). The Rise of Biohacking: Tracing The Emergence And Evolution of DIY Biology Through Online Discussions. *Technological Forecasting & Social Change* 160, 1-17.
- Miller, T. (2002). From Brahmin Julia to Working-Class Emeril: The Evolution of Television Cooking. J. Collins (Ed). *High-Pop: Making Culture into Popular Entertainment* (75-89). Oxford, England: Blackwell.
- Montanari, M. (2006). *Food is Culture*. New York: Columbia University Press.
- Mulcahy, J. D. (2019). Historical Evolution of Gastronomic Tourism. S. K. Dixit (Ed.). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (24-31). New York: Routledge.

- Murray, S. (2013). Food and Television. Ken Albala (Ed). *Routledge International Handbook of Food Studies*. (187-198). New York: Routledge.
- Nalçaoğlu, H. (2005). İnternette Röntgencilik: Çağdaş Ahlakın Öznesi Üzerine. M. Binark ve B. Kılıçbay (Ed). *İnternet, Toplum, Kültür*. (53-88). Ankara: Epos.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). Yurttaştan Nettaşa. *Dijital, (Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler)* (63-86). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Neiger, M., Meyers, O., Zandberg, E. (2011). Editors' Introduction. M. Neiger, O. Meyers, E. Zandberg (Ed.). *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age*. (1-24). UK: Palgrave Macmillan.
- Neiger, M. (2020). Theorizing Media Memory: Six Elements Defining the Role of the Media in Shaping CollectiveMemory in the Digital Age. *WILEY*. 14 (5). 1-11.
- Neuman, N., Gottzen, L., Fjellström, C. (2017). Masculinity And The Sociality of Cooking In Men's Everyday Lives. *The Sociological Review*, 65 (4) 816– 831.
- Newall, V. J. (1987). The Adaptation of Folklore and Tradition (Folklorismus). *Folklore* 98 (2), 131-151.
- Newell, W. H. (2001). A Theory of Interdisciplinary Studies. *Issues In Integrative Studies*, 19, 1-25.
- Newell, W. H. (2013). The State of the Field: Interdisciplinary Theory. *Issues in Interdisciplinary Studies*, 31, 22-43.
- Nissani, M. (1997). Ten Cheers for Interdisciplinarity: The Case for Interdisciplinary Knowledge and Research. *The Social Science Journal*, 34 (2), 201-216.
- Noyes, D. (1995). Group. *The Journal of American Folklore*. 108 (430), 449-478.
- Noyes, D. (2009). Tradition: Three Traditions. *Journal of Folklore Research*, 46 (3), 233-268.
- Oğuz, Ö. (2013). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Onaran, B. (2022). *Mutfak Tarih: Yemeğin Politik Serüvenleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Ong, W. (2013). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözüün Teknolojileşmesi*. (4.bs.). (S. Postacıoğlu Banon, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Oren, T. (2013). On the Line: Format, Cooking and Competition as Television Values. *Critical Studies in Television*, 8 (2), 20-35.
- Oring, E. (1976). Three Functions of Folklore: Traditional Functionalism as Explanation in Folkloristics. *The Journal of American Folklore*, 89 (351), 67-80.
- Oring, E. (1987). *Folk groups and Folklore Genres: An Introduction*. Utah: Utah State University Press.
- Oring, E. (2013). Thinking through Tradition. T. J. Blank ve R. G. Howard (Ed). *Tradition in the Twenty-First Century*. (22-47). Utah State University Press.
- Oring, Elliott. (2012). Jokes on the Internet. Trevor J. Blank (Ed.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction* (98-118) Utah State University Press.
- Ortner, S. (1974). Is Female to Male as Nature is to Culture? M. Z. Rosaldo and L. Lamphere (Eds). *Woman, Culture, and Society*. (68-87). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Oymak, F. (2009). *Türkiye Muallimler Birliği Mecmuası'nın Sistematik Tahlili*. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Ün. Denizli.
- Öğüt Eker, G. (2004). Gelenekten Geleceğe Halk Edebiyatı. M. Öcal Oğuz ve Diğerleri (Ed). *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı* (325-339). Ankara: Grafiker Yayıncılık.
- Öğüt Eker, G. (2018a). Mutfak ve Konserva. *Türk Dünyasında Ortak Kültürel Değerler, Ortak Miras*. (45-59). Ankara: TC. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Öğüt Eker, G. (2018b). Farklı Görme Biçimiyle Modern Dünya Ritüeli Olarak Yemek Kültürü: Sınanma/Erginlenme ve İntikam Alma Gizli İşlevleri. *Milli Folklor*, (120), 170-183.
- Öğüt Eker, G. (2018c). Kültürel ve Dinî Kodlarıyla Aşure Geleneği ve Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehirleri Perspektifinde Gaziantep Örneği. *II. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Çalıştayı Bildiri Kitabı*. (4-5 Nisan 53-65).

İstanbul: İBB. Kültür Varlıkları Daire Başkanlığı Kültürel Miras Koruma Müdürlüğü. Şan Ofset Matbaacılık.

- Örnek, S. V. (1995). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Özdemir, N. (2001). Türkiye’de Halkbilimi/Kültürbilimi-Medya İlişkisi. *Türk Bilig*, 2, 110-117.
- Özdemir, N. (2008). *Medya Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi-Seçki*, Ankara: Hacettepe Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2017). *Kültür Bilimi ve Yönetimi*. Ankara: Grafiker Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2018a). Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 18 (1), 1-28.
- Özdemir, N. (2018b). Dördüncü Sanayi Devrimi ve Gelenek Kültürü. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi I.* (207-242). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 4 (7), 125-149.
- Özdemir, N., Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 2-23.
- Özdemir, N. (2022a). Geleneksel Ekolojik Bilginin Markalaşması. M. Ali Yolcu (Ed). *Kazdağları ve Geleneksel Ekolojik Bilgi* (25-58). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Özdemir, N. (2022b). Postmodern Yerellik ve Geleneksel Ekolojik Bilgi. *Culture Academy*, 2 (1), 1-30.
- Özdemir, S. (2019). Sosyal Medyada Yemek Kültürüne Bakış: Instagram Örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 21-32.
- Özgüneş, R. E. (2020). Geçmişe Özlemi Lezzetlerde Yaşamak: *Gastronostalji. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* 5 (1), 60-75.
- Öztürk, E., Tekeli, S. (2021). Tüketicilerin Besin Seçim Güdüleri: Y ve Z Kuşaklarının Karşılaştırılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 147-182.

- Öztürk, Y., İspir, N. (2021). Sosyal Medyanın Yerel Yemek Kültürü Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme: Dijital Fenomenler. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3 (1), 9-26.
- Palfrey, J., Gasser, U. (2017). *Doğuştan Dijital-Dijital Yerlilerin İlk Kuşağını Anlamak* (Nagihan Aydın, Çev.). İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- Parry, E., Urwin, P. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13 (1), 79-96.
- Pau, A. (2010). Presentation. *Digithum*, (12), 1-2.
- Peck, A. (2015). Tall, Dark, and Loathsome: The Emergence of a Legend Cycle in the Digital Age. *The Journal of American Folklore*. 128 (509), 333-348.
- Pekerşen, Y., Kaplan, M. (2020). Tüketicilerin Yeme İçme Alışkanlıkları ve Yiyecek-İçecek İşletmesi Tercihlerinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü: Muğla Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2362-2381.
- Perelmutter, R. (2014). Resisting Folklore: Folk Belief and Motherhood in Russian-Language Forums for Women. *Western Folklore*, 73 (2/3), 257-279.
- Phillips, L. (2006). Food and Globalization. *Annual Review of Anthropology*, 35, 37-57.
- Politi, V. (2017). Specialisation, Interdisciplinarity, and Incommensurability. *International Studies in the Philosophy of Science*, 31 (3), 301-317.
- Politi, V. (2019). The Interdisciplinarity Revolution - La revolución de la interdisciplinarietà. *Theoria: An International Journal for Theory, History and Foundations of Science*. 34 (2), 237-252.
- Porciani, I. (2019). Food Heritage and Nationalism in Europe. Ed. Ilaria Porciani. *Food Heritage and Nationalism in Europe* (3-32). London and New York: Routledge.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Pudovkin, V. I. (1966). *Sinemanın Temel İlkeleri*. (N. Özön, Çev.). Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Prado, S. D., Kraemer, F. B. (2015). Food and Nutrition: A Really Interdisciplinary Scientific Field? *DEMETRA: Food, Nutrition & Health*, 10 (2), 277-230.
- Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9, (5), 1-6.
- Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?. *On the Horizon*, 9 (6), 1-6.
- Raman, P. (2018). Zomato: A Shining Armour in The Foodtech Sector. *Journal of Information Technology Case and Application Research* 20 (3-4), 130-150.
- Ratner, C. (2014). *Kültürel Psikoloji, Kültürler Arası Psikoloji, Yerel Psikoloji*. (S. İçellioğlu, Çev.). İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- Reinders, Machiel J., Banovic, M., Guerrero, L. (2019). Introduction. Charis M. Galanakis (Ed.). *Innovations in Traditional Foods*. (1-26). Woodhead Publishing.
- Renko, S., Bucar, K. (2014). Sensing Nostalgia Through Traditional Food: An Insight From Croatia. *British Food Journal* 116 (11), 1672-1691.
- Rheingold, H. (1994). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Harper Collins.
- Ritzer, G., Ryan, M. (2002). The Globalization of Nothing. *Postmodernism, Globalization, and Politics*, 25 (1/2), 51-81.
- Ritzer, G. (2011a). *Toplumun McDonaldlaştırılması*. (Ş. S. Kaya, Çev.). (2. B. s.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, G. (2011b). *Küresel Dünya*. (M. Pekdemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Robins, K. (2013). *İmaj. Görmenin Kültür ve Politikası*. (N. Türkoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ross, A. (2003) Women and Food. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture* V. 3 (562-566). New York: Charles Scribner's Sons.
- Roudometof, V. (2016). Theorizing Glocalization: Three Interpretations. *European Journal of Social Theory*, 19 (3), 391-408.
- Roush, J. 1997. Folklore Fieldwork on the Internet: Some Ethical and Practical Considerations. In *Between the Cracks of History: Essays on Teaching and*



- Illustrating Folklore*, ed. Francis Edward Abernathy and Carolyn Fiedler, 42-53. Publications of the Texas Folklore Society 55. Nacogdoches, TX: Texas Folklore Society.
- Rousseau, S. (2012). *Food and Social Media: You Are What You Tweet*. Lanham/Maryland: AltaMira Press.
- Sabuncuoğlu İnanç, A., Yağlıcı, M. (2018). Mahrem Mekânlarını Reklam Alanına Dönüştüren Kadınlar: Instagram'ın Yemek Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 166-180.
- Saintyves, P. (1951). *Folklor El Kitabı*. (B. Aziz Yanıkoğlu, Çev.). İstanbul: Haşet Kitabevi.
- Samancı, Ö. (2014). Osmanlı-Türk Mutfağı Üzerine Bir Değerlendirme: Yemek Kitaplarında Alaturka-Alafranga İkilemi, *Yemek ve Kültür Dergisi* (35), 22-27.
- Samancı, Ö. (2020). Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde Yemek Kitapları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (2), 205-210.
- Sandeen, C. (2008). Boomers, Xers, and Millennials: Who are They and What Do They Really Want from Continuing Higher Education? *Continuing Higher Education Review*, 72, 11-31.
- Sanders, B. (2017). *Öküzün A'sı*, (Şehnaz Tahir, Çev.). (5. B.s.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarikaya, G. Sultan vd. (2021). Y ve Z Kuşağının Yeme Davranışının Belirlenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality And Travel*. 4 (2), 329-342.
- Sebastia, B. (2017). Eating Traditional Food: Politics, Identity and Practices. B. Sebastia (Ed). *Eating Traditional Food: Politics, Identity and Practices* (1-19). NewYork: Routledge.
- Schechner, R. (1988). *Performance Theory*. New York: Routledge;
- Scheff, T. (2013). Getting Unstuck: Interdisciplinarity as a New Discipline. *Sociological Forum*, 28 (1), 179-185.
- Schmitt, Casey R. (2013). Asserting Tradition: Rhetoric of Tradition and the Defense of Chief Illiniwek. Ed. Trevor J. Blank, Robert Glenn Howard. *Tradition in the Twenty-First Century* (100-122). Utah State University Press.

- Scrinis, G. (2008). On The Ideology of Nutritionism. *Gastronomica*, 8, 39–48.
- Sefercioglu, M. N. (1985). *Türk Yemekleri (XVIII. Yüzyıla Ait Yazma Bir Yemek Risâlesi)*, Ankara: Feryal Basımevi.
- Shao, G. (2009). Understanding The Appeal Of User-Generated Media: A Uses And Gratification Perspective. *Internet Research*, 19 (1), 7-25.
- Shils, E. (2003). *Gelenek Nedir?* (H. Arslan, Çev.). *Doğu Batı*, 7 (25), 101-134.
- Shiva, V. (2009). Women and the Gendered Politics of Food. *Philosophical Topics*, 37 (2), 17-32.
- Sims, Martha C ve Stephens M. (2011). *Living Folklore An Introduction to the Study of People and Their Traditions*. Logan, Utah: Utah State University Press.
- Smith, B. (2009). On Reality and Virtuality: A Study of Time-Spaces in Plowing the Dark. *Mosaic: An Interdisciplinary Critical Journal*, 42 (3), 95-108.
- Smith, A. (2020). Clean Eating's Surprising Normalisation: The Case of Nigella Lawson. *Discourse, Context & Media* 35, 1-8.
- Snyder, K. (2007). The Digital Culture and Peda-Socio Transformation. *Seminar.net*. 3 (1), 1-15.
- Sobal, J. (2005). Men, Meat, And Marriage: Models of Masculinity. *Food & Foodways*, 13 (1-2), 135–158.
- Sokolov, Y. M. (2018). *Folklor: Tarih ve Kuram*. (Y. Özer, Çev.). (2. B.s). Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Somdahl-Sands, K., Finn, John C. (2015). Media, Performance, and Pastpresents: Authenticity in the Digital. *GeoJournal*, 80 (6), 811-819.
- Soygüder Baturlar, Ş., Yavuz, U. G. (2021). TikTok Uygulamasının Sanal Şöhretimsileri: Gıda Sektöründe Çalışan İşçilerin TikTok Paylaşımları ile Şöhreti Bulma Çabaları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (54), 83-106.
- Stember, M. (1991). Advancing the Social Sciences Through the Interdisciplinary Enterprise. *The Social Science Journal*, 28 (1), 1-14.

- Sular, U. Ö. (2006). *Halkbilgisi Haberleri ve Çorumlu Dergilerinin Konu ve Eğitim Açısından Karşılaştırılarak İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds*. New York: Doubleday.
- Sutton, David. (2008). A Tale of Easter Ovens: Food and Collective Memory. *Social Research*, 75 (1), 157-180.
- Sutton, D. (2013). Cooking Skills, the Senses, and Memory: The Fate of Practical Knowledge C. Counihan and P. Van Esterik (Ed). (299-319). *Food and Culture A Reader*. New York: Routledge.
- Stone, M. J. (2019). Typologies of Gastronomic and Culinary Travelers. S. K. Dixit (Ed.). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* (153-160). New York: Routledge.
- Swenson, R. (2013). Domestic Divo? Televised Treatments of Masculinity, Femininity, and Food. C. Counihan, P. Van Esterik (Ed). *Food and Culture: A Reader* (137-153). London: Routledge.
- Swingewood, A. (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*. (O. Akınhay, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Symons, M. (2003a). Recipe. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture V. 3*. (167-171). New York: Charles Scribner's Sons.
- Symons, M. (2003b). Cooking. Solomon H. Katz, William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture V. 1* (458-462). New York: Charles Scribner's Sons.
- Szostak, R. (2013). The State Of The Field: Interdisciplinary Research. *Issues In Interdisciplinary Studies*. 31, 44-65.
- Szostak, R. (2016). Interdisciplinary Best Practices for Adapted Physical Activity. *QUEST*, 68, (1), 69-90.
- Tan, N. (1995). *Folklor (Halkbilimi)*. (3. b.s). İstanbul: Halk Kültürü Yayınları.

- Tan, N. (2006). *Kuruluşunun 80. Yılı Dolayısıyla Türk Halk Bilgisi Derneği*. Ankara: BRC Basım.
- Taşlıova, M. (2011). Televizyon Folkloru: Alan Araştırmasında Televizyon Tekniği ve Elektronik Turist Rehberliği. *Türkbilig*, (22), 121-136.
- Tauschek, M. (2011). Reflections on the Metacultural Nature of Intangible Cultural Heritage. *Journal of Ethnology and Folkloristics* 5 (2): 49–64.
- Tekin, T. (2006). *Orhon Yazıtları*. (2. b.s.). Ankara: TDK Yayınları.
- Thompson, T. (2012). Netizens, Revolutionaries, and the Inalienable Right to the Internet. Trevor J. Blank (Ed.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction* (25-45). Utah State University Press.
- Thompson, T. (2013). Trajectories of Tradition: Following Tradition into a New Epoch of Human Culture. T. J. Blank ve R. G. Howard (Ed). *Tradition in the Twenty-First Century*. (149-173). Utah State University Press.
- Thursby, J. S. (2008). *Foodways and Folklore A Handbook*. Westport, United States: Greenwood.
- Thyagarajan, G. (2015). Zomato – A Case Study. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 3 (11), 157-160.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. M. Binark ve B. Kılıçbay (Ed). *İnternet, Toplum, Kültür* (89-105). Ankara: Epos.
- Tiusanen, K. (2021). Fulfilling The Self Through Food İn Wellness Blogs: Governing The Healthy Subject. *European Journal of Cultural Studies*, 24 (6), 1382–1400.
- Tolbert, Jeffrey A., Johnson, Eric D. M. (2019). *Digital Folkloristics. Western Folklore*, 78 (4). 327-356.
- Toygar, K. (1982). Türk Mutfağının Tarihi Kaynakları Üzerine Bir Deneme. *Geleneksel Türk Mutfağı Sempozyumu*. (58-75). Konya: Konya Turizm Derneği Yayınları.
- Toygar, K. (1986). Milli Folklor Araştırma Dairesi'nin Türk Mutfağı Konusundaki Çalışmaları. *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, 309-318.

- Trichopoulou, A., Soukara, S., Vasilopoulou, E. (2007). Traditional Foods: A Science and Society Perspective. *Trends in Food Science & Technology*, (18), 420-427.
- Tuleja, T. (1997). Invented Tradition. Thomas A. Green (Ed.). *Folklore An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music And Art* (466-468). Santa Barbara, California.
- Tutar, C., Durukan, D. (2020). Gastronomi Kültürünün İnşası ve Dönüşümünde Televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye Programları Örneği. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi* 40 (1), 339–364.
- Tyagi, A., Kumar, A., Aparna, S.V., Mallappa, R. H., Grover, S., Batish, V. K. (2016) Synthetic Biology: Applications In The Food Sector. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 56 (11), 1777-1789.
- Underberg, Natalie M. and Zorn, E. (2013). *Digital Ethnography*. Austin: University of Texas Press.
- Uzelac, A. (2008). How To Understand Digital Culture: Digital Culture–A Resource For A Knowledge Society. Ed. A. Uzelac B. Cvjetieanin. 7-24. *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations.
- Uzelac, A. (2010). Digital Culture as a Converging Paradigm for Technology and Culture: Challenges for the Culture Sector. *Digithum*, (12), 25-31.
- Valenzuela, H. (2003). Organic Food. William Woys Weave (Ed). *Encyclopedia of Food and Culture* V. 3 (21-24). New York: Charles Scribner's Sons.
- Van Esterik, P. (1999). Gender and Sustainable Food Systems: A Feminist Critique. M. Koç, R. MacRae, Luc J.A. Mougeot, and J. Welsh (Ed). *For Hunger-proof Cities Sustainable Urban Food Systems*. (17-161). Canada: Canadian Cataloguing in Publication Data.
- Varnalı, K. (2013). *Dijital Kabilelerin İzinde Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Vasquez, C., A. Chik (2015). I Am Not a Foodie...: Culinary Capital in Online Reviews of Michelin Restaurants. *Food and Foodways*, 23 (4) 231-250.

- Warnes, A. (2016). Talking Recipes: What Mrs Fisher Knows and the African-American Cookbook Tradition. Floyd and Forster (Ed.). *The Recipe Reader: Narratives-Contexts- Traditions* (52-71). New York: Routledge.
- Weisberg, D. (2003). Art, Food In, Slomon H. Katz (Ed.) *Encyclopedia of Food and Culture I* (114-117). New York: Charles Scribner's Sons.
- Werbner, P. (2001). The Limits of Cultural Hybridity: On Ritual Monsters, Poetic Licence and Contested Postcolonial Purifications. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 7 (1), 133-152.
- Werbner, P. (2015). The Dialectics of Cultural Hybridity. P. Werbner ve T. Modood (Ed.). *Debating Cultural Hybridity. Multicultural Identities and the Politics of Anti-Racism*. (1-26). London: Bloomsbury Publishing.
- Winston, R. (2016). *İnsan İçgüdüü*. (S. Köseoğlu, Çev.). (3. B.s), İstanbul: Say Yayınları.
- Yayla, Ö. (2021). Sosyal Medya'da Türk Sokak Lezzetleri: Youtube Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 1379-1400.
- Yerasimos, M. (2019). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü-Yorumlar ve Sistemik Dizin*. İstanbul: YKY.
- Yeşilyurt, B., Kurnaz, A. (2021). Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Restoran Sektöründe Yeni Bir Uygulama: Bulut Mutfaklar. *Turizm ve Araştırma Dergisi Journal of Tourism And Research*, 10 (2), 47-62.
- Yıldırım, D. (1998). *Türk Bitiği*. Ankara: Akçağ Yayınları
- Yıldız, E. (2022). *Yeni Medya Aracılığıyla Yemek Kültürünün Dönüşümü: Instagram Yemek Tarif Sayfaları Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon Üniversitesi. Trabzon.
- Yılmaz, M. F. (2006). *Anlambilimsel Bağlamıyla Divânu Lügati`-Türk`te Mutfak Kültürü*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Yılmaz, H., Şenel, P. (2016). Kitle İletişimde Gastronomi. H. Yılmaz (Ed.). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* (43-59). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yolcu, M. A. (2018). Geleneksel Ekolojik Bilgi Bağlamında Çanakkale Halk Botanigi. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*. 16, (24), 63-77.
- Yolcu, M. A. (2019a). 21. Yüzyıl Folklor Araştırmalarında Yeni Perspektifler. *Uluslararası Toplum ve Kültür Araştırmaları Sempozyumu Tam Metin Bildiriler Kitabı*". (Ed. M. Ali Yolcu). Çanakkale: TOKÜAD Yayınları.
- Yolcu, M. A. (2019b.). Kadın Folkloru Araştırmalarında Yöntem Sorunları. M. Ali Yolcu (Ed.). *Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Folkloru Yazıları (65-72)* Çanakkale: Paradigma Akademi Basın Yayın.
- Yolcu, M. Ali ve M. Aça. (2019). Geleneksel Ekolojik Bilgi ve Folklor. *Folklor/Edebiyat*, 25 (100), 861-871.
- Yu, E. (2011). Food for Thought: Power and Food in Hurston's Their Eyes Were Watching God. Martha C. Sims, Martine Stephens. (ed). *Living Folklore An Introduction to the Study of People and Their Traditions*. Logan, Utah State University Press. 276-285.
- Yücel Güngör, M., Şenel, P. ve Doğan, S. (2021) Türkiye ve İtalya'da Gastronomi Turu Düzenleyen Seyahat İşletmelerinin Tur İçeriklerinin Karşılaştırılması. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 75-84.
- Zaloom, C. (2004). Time, Space, and Technology in Financial Networks. (Ed. Manuel Castells). *The Network Society A Cross-Cultural Perspective*. USA: Edward Elgar Publishing Limited. 198-216.
- Zeng, J., Abidin, C. (2021). #Okboomer, Time to Meet The Zoomers': Studying The Memefication of İntergenerational Politics On Tiktok. *Information, Communication & Society*. 24 (16), 2459–2481.
- Zerbe, N. (2019). Food as a Commodity. Jose Luis Vivero-Pol, Tomaso Ferrando, Olivier De Schutter and Ugo Mattei (Ed). *Routledge Handbook of Food as a Commons*. (155-170). New York: Routledge.

## İnternet Kaynakları

URL1: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/> [Erişim Tarihi: 01.09.2021]

URL2: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digital-age> [Erişim Tarihi: 08.11.2021]

URL3: <https://www.unesco.org.tr/Pages/688/19> [Erişim Tarihi: 09.12.2021]

URL4: <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-159257/somut-olmayan-kulturel-miras-ulusal-envanteri.html> [Erişim Tarihi: 09.12.2021]

URL5: <https://www.wipo.int/tk/en/tk/> [Erişim Tarihi: 11.12.2021]

URL6: [http://www.suleymaniyeyek.gov.tr/Home/Index\\_?n\\_id=44](http://www.suleymaniyeyek.gov.tr/Home/Index_?n_id=44) [Erişim Tarihi: 08.02.2022]

URL7: <https://www.yenisafak.com/hayat/bir-yemek-telasidir-gidiyor-3711568> [Erişim Tarihi: 08.02.2022]

URL8: <https://yemekvekultur.com/hakkimizda/> [Erişim Tarihi: 17.02.2022]

URL9: <https://online.ucpress.edu/gastronomica> [Erişim Tarihi: 09.02.2022]

URL10: <https://publons.com/journal/106541/food-history/> [Erişim Tarihi: 11.02.2022]

URL11: <https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?show=aimsScope&journalCode=rffc20>. [Erişim Tarihi: 13.02.2022]

URL12: <https://www.utoronto.ca/culinaria/global-food-history-journal-0> [Erişim Tarihi: 15.02.2022]

URL13: <https://midemuhendisi.blog/en-eski-yemek-kitabi/> [Erişim Tarihi: 19.02.2022]

URL14: <https://www.arkeolojikhaber.com/haber-babilliler-ne-yediler-antik-yemeklerde-babil-mutfagi-sinifta-kaldi-14079/> [Erişim Tarihi: 19.02.2022]

URL15: <https://www.youtube.com/watch?v=CpOAVVtxMCA> [Erişim Tarihi: 07.03.2022]

URL16: <https://www.youtube.com/watch?v=dTvbvxkFTXI> [Erişim Tarihi: 07.03.2022]



- URL17: <https://www.youtube.com/watch?v=yo97hs8fbpM> [Erişim Tarihi: 07.03.2022]
- URL18: [https://www.lostmediawiki.com/Cook%27s\\_Night\\_Out\\_lost\\_early\\_BBC\\_cooking\\_show;1937](https://www.lostmediawiki.com/Cook%27s_Night_Out_lost_early_BBC_cooking_show;1937). [Erişim Tarihi: 08.03.2022]
- URL19: <https://foodninfo.com/2017/04/20/tbt-philip-harben-had-the-first-television-cooking-program-me-in-the-world/>[Erişim Tarihi: 09.03.2022]
- URL20: <https://www.lostmediawiki.com/images/c/cb/Cooksnightoutmarcel.jpg>[Erişim Tarihi: 10.03.2022]
- URL21: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p009y9q7> [Erişim Tarihi: 10.03.2022]
- URL22: <https://quaintcooking.com/2019/02/13/dione-lucas-the-mother-of-french-cooking-in-america/> [Erişim Tarihi: 11.03.2022]
- URL23: <https://quaintcooking.com/2019/02/13/dione-lucas-the-mother-of-french-cooking-in-america/> [Erişim Tarihi: 11.03.2022]
- URL24: <https://www.ntvradyo.com.tr/program/gastronomi-sohbetleri/490>[Erişim Tarihi: 12.03.2022]
- URL25: <https://www.trtarsiv.com/belgesel/il-il-turkiye>[Erişim Tarihi: 13.03.2022]
- URL26: <https://www.yenisafak.com/yenisafakpazar/emeklilik-hayalinde-gezmek-yok-2032176>). [Erişim Tarihi: 13.03.2022]
- URL27: <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=139535>[Erişim Tarihi: 13.03.2022]
- URL28: <https://eksisozluk.com/nuray-yilmaz--496116?p=1>[Erişim Tarihi: 14.03.2022]
- URL29: <https://www.24kitchen.com.tr/programlar>[Erişim Tarihi: 14.03.2022]
- URL30: (<https://dictionary.cambridge.org/tr>). [Erişim Tarihi: 15.03.2022]
- URL31: <https://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/638>. [Erişim Tarihi: 16.03.2022]
- URL32: <https://forwardfooding.com/what-is-food-tech/>[Erişim Tarihi: 18.03.2022]
- URL33: <https://www.nefisyemektarifleri.com/ara/?s=&icersin=150>[Erişim Tarihi: 19.03.2022]
- URL34: <https://yemek.com/tarif/yoresel-tarifler/>)[Erişim Tarihi: 19.03.2022]

- URL35: <https://ml.md/> [Erişim Tarihi: 19.03.2022]
- URL36: <https://lezzetler.com/>[Erişim Tarihi: 20.03.2022]
- URL37:<https://yoresel.lezzetler.com/guney-dogu-anadolu-yemekleri-vf65>[Erişim Tarihi: 19.03.2022]
- URL38 <https://toktaylar.com.tr/cenaze-yemegi> [Erişim Tarihi: 25.03.2022]
- URL39: <https://www.tasteatlas.com/about>[Erişim Tarihi: 26.03.2022]
- URL40: <https://foodandwine.ie/meet-matija-babic-the-man-behind-tasteatlas>[Erişim Tarihi: 28.03.2022]
- URL41: <https://www.tasteatlas.com/search> [Erişim Tarihi: 28.03.2022]
- URL42: <https://www.wipo.int/tk/en/tk/> [Erişim Tarihi: 25.04.2022]
- URL43: <https://www.wipo.int/pressroom/en/briefs/tkip.html>[Erişim Tarihi: 25.04.2022]
- URL44: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> [Erişim Tarihi: 28.11.2022]
- URL45: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/ProductGroup> [Erişim Tarihi: 28.11.2022]
- URL46: <https://tr.pinterest.com/pin/167970261089127894/> [Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL47: (<https://tr.pinterest.com/pin/82472236915583196/> [Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL48: (<https://tr.pinterest.com/pin/501799583456889235/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL49: (<https://tr.pinterest.com/pin/95771929555669920/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL50: (<https://tr.pinterest.com/pin/393853929886335860/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL51: (<https://tr.pinterest.com/pin/1337074874922071/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL52: (<https://tr.pinterest.com/pin/5136987055883552/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL53: (<https://tr.pinterest.com/pin/542261611365560311/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL54: (<https://tr.pinterest.com/pin/412501647104046341/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL55: (<https://tr.pinterest.com/pin/19210735897882073/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]
- URL56: <https://tr.pinterest.com/pin/26529085292318765/>[Erişim Tarihi: 28.05.2022]

URL57: (<https://onedio.com/haber/rengarenk-bir-tat-olan-osmanli-macunun-aslinda-sifa-niyetine-ortaya-ciktigini-biliyor-muydunuz-873073>[Erişim Tarihi: 28.05.2022

URL58: <https://www.yoredenmutfaga.com/> Erişim Tarihi: 30.06.2022.

URL59: <https://www.sebostan.com/> Erişim Tarihi: 30.06.2022.

URL60: <https://www.knorr.com/tr/urunler/hazir-corbalar/knorr-firik-bulgurlu-ezogelin-corbasi.html> Erişim Tarihi: 01.07.2022.

URL61: <https://www.instagram.com/p/CF1kHRjpHOP> (Erişim Tarihi: 25.07.2022)

URL62: <https://www.lezzet.com.tr/yemek-tarifleri/sebze-yemekleri/diger-sebzeyemekleri/guvec-te-patatesli-patlican-sufle> (Erişim Tarihi: 25.07.2022)

URL63: <https://yemek.com/tarif/meksika-salsali-kokorec-taco/>

(Erişim Tarihi: 25.07.2022)

URL64: [https://www.instagram.com/ciborekdukkani/related\\_profiles/](https://www.instagram.com/ciborekdukkani/related_profiles/)(Erişim Tarihi: 25.07.2022)

URL65: <https://www.youtube.com/watch?v=alSgmW0IBz0> (Erişim Tarihi: 26.07.2022)

URL66: <https://www.instagram.com/p/CfQ8PWMDevu/> (Erişim Tarihi: 26.07.2022)

URL67: <https://www.sebostan.com/urun/yassi-spagetti> (Erişim Tarihi: 26.07.2022)

URL68: <https://www.instagram.com/p/CiH4W1tjuKy/> Erişim Tarihi: 05.09.2022

URL69: <https://www.instagram.com/p/CTuHfrYIhLP/> Erişim Tarihi: 06.09.2022

URL70: <https://www.youtube.com/watch?v=G0kZRA1pQF8> Erişim Tarihi: 06.09.2022

URL71: <https://www.youtube.com/watch?v=QCUkSfTPIE4> Erişim Tarihi: 30.08.2022.

URL72: [https://www.youtube.com/shorts/08S\\_ClccVnY](https://www.youtube.com/shorts/08S_ClccVnY) Erişim Tarihi: 30.08.2022.

URL73: <https://www.youtube.com/shorts/i20BIRwImUI> Erişim Tarihi: 06.09.2022

URL74: [https://www.youtube.com/watch?v=qe0\\_3oq5cI8](https://www.youtube.com/watch?v=qe0_3oq5cI8) Erişim Tarihi: 06.09.2022

URL75: <https://www.youtube.com/watch?v=ZPAb2FENAJY> Erişim Tarihi: 06.09.2022

URL76: <https://www.youtube.com/watch?v=TByHVUYm89M> Erişim Tarihi: 12.09.2022.

URL77: <https://youtu.be/Vq3Vm9byEMY> Erişim Tarihi: 12.09.2022.

URL78: <https://www.instagram.com/p/CgyjXRHjmXC/> Erişim Tarihi: 12.09.2022.

URL79: <https://www.instagram.com/p/Cdsf39djDGH/> Erişim Tarihi: 12.09.2022.

URL80: <https://www.instagram.com/p/CevTyMfDsxn/> Erişim Tarihi: 12.09.2022.

URL81: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> Erişim Tarihi: 18.09.2022.


URL82: [https://www.youtube.com/watch?v=s0LOPVK2\\_DA](https://www.youtube.com/watch?v=s0LOPVK2_DA) Erişim Tarihi:  
07.10.2022.

URL83: <https://www.youtube.com/watch?v=1TPRsx753fQ> Erişim Tarihi: 07.10.2022.


URL84: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/yoresel-lezzetler-3d-teknolojisiyle-bulustu/1625876> Erişim Tarihi: 15.11.2022.

## EKLER

## EK 1: Orijinallik Raporu


	<b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b> <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b> <b>DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU</b>
<b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b> <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b> <b>TÜRK HALKBİLİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA</b>	
Tarih: 02/01/2023	
Tez Başlığı: Sanal-Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü	
<p>Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 439 sayfalık kısmına ilişkin, 02/01/2023 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 6'dır.</p>	
Uygulanan filtrelemeler:	
1- <input checked="" type="checkbox"/> Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç 2- <input checked="" type="checkbox"/> Kaynakça hariç 3- <input checked="" type="checkbox"/> Alıntılar hariç 4- <input type="checkbox"/> Alıntılar dâhil 5- <input checked="" type="checkbox"/> 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç	
<p>Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.</p>	
Gereğini saygılarımla arz ederim.	
Tarih ve İmza 02.01.2023	
<b>Adı Soyadı:</b> ERAY ALPYILDIZ <b>Öğrenci No:</b> N17242908 <b>Anabilim Dalı:</b> TÜRK HALKBİLİMİ <b>Programı:</b> DOKTORA <b>Statüsü:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Bütünleşik Dr.	
<b>DANIŞMAN ONAYI</b>  UYGUNDUR.  _____ (Unvan, Ad Soyad, İmza)	

## EK 2: Originality Report

 <div style="display: inline-block; vertical-align: middle; text-align: center;"> <p><b>HACETTEPE UNIVERSITY</b>  <b>GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES</b>  <b>Ph.D. DISSERTATION ORIGINALITY REPORT</b></p> </div>
<p><b>HACETTEPE UNIVERSITY</b>  <b>GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES</b>  <b>TURKISH FOLKLORE DEPARTMENT</b></p>
Date: 02/01/2023
<p>Thesis Title : Traditional Turkish Food Culture in the Age of Virtual-Digital Culture</p> <p>According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 02/01/2023 for the total of 439 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 6%.</p> <p>Filtering options applied:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <input checked="" type="checkbox"/> Approval and Declaration sections excluded</li> <li>2. <input checked="" type="checkbox"/> Bibliography/Works Cited excluded</li> <li>3. <input checked="" type="checkbox"/> Quotes excluded</li> <li>4. <input type="checkbox"/> Quotes included</li> <li>5. <input checked="" type="checkbox"/> Match size up to 5 words excluded</li> </ol> <p>I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.</p> <p>I respectfully submit this for approval.</p>
Date and Signature 02.01.2023
<p><b>Name Surname:</b> ERAY ALPYILDIZ</p> <p><b>Student No:</b> N17242908</p> <p><b>Department:</b> TURKISH FOLKLORE</p> <p><b>Program:</b> Ph.D</p> <p><b>Status:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Ph.D.    <input type="checkbox"/> Combined MA/ Ph.D.</p>
<p><b><u>ADVISOR APPROVAL</u></b></p> <p style="margin-top: 20px;">APPROVED.</p> <p style="margin-top: 10px;">_____ (Title, Name Surname, Signature)</p>



### EK 3: Etik Kurul/Komisyon İzni ya da Muafiyet Formu

 <p><b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b>  <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b>  <b>TEZ ÇALIŞMASI ETİK KOMİSYON MUAFİYETİ FORMU</b></p>
<p><b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b>  <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b>  <b>TÜRK HALKBİLİMİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA</b></p> <p style="text-align: right;">Tarih: 02/01/2023</p> <p>Tez Başlığı: Sanal-Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü</p> <p>Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmam:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İnsan ve hayvan üzerinde deney niteliği taşımamaktadır,</li> <li>2. Biyolojik materyal (kan, idrar vb. biyolojik sıvılar ve numuneler) kullanılmasını gerektirmemektedir.</li> <li>3. Beden bütünlüğüne müdahale içermemektedir.</li> <li>4. Gözlemsel ve betimsel araştırma (anket, mülakat, ölçek/skala çalışmaları, dosya taramaları, veri kaynakları taraması, sistem-model geliştirme çalışmaları) niteliğinde değildir.</li> </ol> <p>Hacettepe Üniversitesi Etik Kurullar ve Komisyonlarının Yönergelerini inceledim ve bunlara göre tez çalışmamın yürütülebilmesi için herhangi bir Etik Kurul/Komisyon'dan izin alınmasına gerek olmadığını; aksi durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.</p> <p>Gereğini saygılarımla arz ederim.</p> <p style="text-align: right;">Tarih ve İmza 02.01.2023</p> <p><b>Adı Soyadı:</b> ERAY ALPYILDIZ  <b>Öğrenci No:</b> N17242908  <b>Anabilim Dalı:</b> TÜRK HALKBİLİMİ  <b>Programı:</b> DOKTORA  <b>Statüsü:</b> <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Bütünleşik Doktora</p>
<p><b><u>DANIŞMAN GÖRÜŞÜ VE ONAYI</u></b></p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">(Unvan, Ad Soyad, İmza)</p> <p><b>Detaylı Bilgi:</b> <a href="http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr">http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr</a>  <b>Faks:</b> 0-3122992147 <b>E-posta:</b> <a href="mailto:sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr">sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr</a></p> <p><b>Telefon:</b> 0-312-2976860</p> <p></p> <p style="text-align: center;"><b>HACETTEPE UNIVERSITY</b>  <b>GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES</b></p>

**EK 4: Ethics Commission Form For Thesis**

<b>ETHICS COMMISSION FORM FOR THESIS</b>	
<b>HACETTEPE UNIVERSITY</b> <b>GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES</b> <b>TURKISH FOLKLORE DEPARTMENT</b>	
Date: 02/01/2023	
Thesis Title: Traditional Turkish Food Culture in the Age of Virtual-Digital Culture	
My thesis work related to the title above:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Does not perform experimentation on animals or people.</li> <li>2. Does not necessitate the use of biological material (blood, urine, biological fluids and samples, etc.).</li> <li>3. Does not involve any interference of the body's integrity.</li> <li>4. Is not based on observational and descriptive research (survey, interview, measures/scales, data scanning, system-model development).</li> </ol>	
<p>I declare, I have carefully read Hacettepe University's Ethics Regulations and the Commission's Guidelines, and in order to proceed with my thesis according to these regulations I do not have to get permission from the Ethics Board/Commission for anything; in any infringement of the regulations I accept all legal responsibility and I declare that all the information I have provided is true.</p>	
I respectfully submit this for approval.	
Date and Signature 02.01.2023	
Name Surname: ERAY ALPYILDIZ	
Student No: N17242908	
Department: TÜRK HALKBİLİMİ	
Program: DOKTORA	
Status: <input type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> Ph.D. <input type="checkbox"/> Combined MA/ Ph.D.	
<b><u>ADVISER COMMENTS AND APPROVAL</u></b>	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> (Title, Name Surname, Signature)	