

# ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERĐİŐİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research  
Cilt: 13 Sayı: 71 Haziran 2020 & Volume: 13 Issue: 71 June 2020  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

## YEMEK SOSYOLOĞİSİNİN PERSPEKTİFİNDEN GÜNDELİK GURMELER: BATMAN ÖRNEĞİ EVERYDAY FOODIES FROM THE PERSPECTIVE OF FOOD SOCIOLOGY: THE CASE OF BATMAN

Gülsüm HEKİMOĞLU\*

### Öz

Çalışma, yemek sosyolojisinin izinden gidilerek toplumsal değişimle ilgili ipuçlarını yakalamayı amaçlamıştır. Böylece mutfaktaki değişimlerden yola çıkılarak yemek eksenli sosyolojik bir fotoğraf ortaya koymak hedeflenmiştir. Bu motivasyonla; ekonomi, zaman ya da sağlık konularında kendilerini sınırlı hissetmeler de yemeğe yönelik özel ilgisi, bilgisi ve kaygısı bulunan, profesyonel olmasa da bir çeşit gündelik gurme gibi yaşıyan Batmanlılar irdelenmiştir. Sosyolojik olarak heterojen bir yapıya sahip olan, sınır bölgesine yakın olması sebebiyle içinde birçok mülteci barındıran kent, çalışmanın amacı için ideal bir çalışma alanı oluşturmuştur. Bu doğrultuda, Batmanlı olan ve/ya uzun yıllardır Batman'da yaşıyan kişilerle nitel araştırma metodunun sağladığı olanaklarla derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak görüşmecilerin yemeği bir sosyal beyan olarak görüyor oldukları anlaşılmıştır. Dini inanç; oldukça basit, biyolojik ve sıradan bir eylem gibi görünen yeme-içme davranışını belirlemektedir. Yemek medyası; katılımcıların edim, beğeni ve tercihlerini etkilemektedir. Çalışmada 'gündelik gurme' olarak adlandırılan görüşmecilerin, gurme kaygılarının oluşmasını sağlayan belli bir gelir düzeyi vardır. Bu maddi imkânlarıyla katılımcılar, mekânsal bir ayrılmaya doğal olarak gitmektedirler. Güvenilir gıda konusu, görüşmecilerin ortak hassasiyetlerinden biridir. Ayrıca katılımcılar, yemek üzerinden inşa olan yeni küresel kimliklere ilgilidir. Sosyal dinamiğe bağlı olarak mutfağın sınırları yeniden çizilip durmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yemek Sosyolojisi, Toplumsal Deđişme, Beslenme, Batman, Gündelik Gurme.

### Abstract

The study has aimed to catch clues about social change by following the footsteps of food sociology. Thus, based on the changes in the kitchen, it is aimed to present a sociological photograph based on food. With this motivation, the Batman people, who feel limited but who have interest, knowledge and anxiety about food, and who live as a kind of 'everyday foodies' even if they are not professional, are examined. In this regard, in-depth interviews were conducted with people living in Batman, an ideal study area for research, with the opportunities provided by the qualitative research method. Based on the findings, it was understood that the interviewees saw the meal as a social declaration. Religious belief determines the eating-drinking behavior. Food media affect participants' behaviors, tastes and preferences. The so-called 'everyday foodies' interviewed in the study have a certain level of income that causes gourmet concerns. With these financial possibilities, the participants naturally go to a spatial distinction. The subject of reliable food is one of the common precision of the interviewees. In addition, participants are concerned with new global identities built through food. Depending on the social dynamic, the borders of the kitchen are being redrawn.

**Keywords:** Food Sociology, Social Change, Nutrition, Batman, Everyday Foodies.

\* Dr. Öğr. Gör., Batman Üniversitesi, glsmkymk@hotmail.com.



## 1. Giriş

Sosyolojinin geç kalmış ilgisiyle birlikte, yemeği toplumsal bir olgu olarak işleyen araştırmalar son dönemde giderek artmaktadır. Bu çalışmalar, toplumsal değişimde ve toplumsal ilişkide yemeğin önemini kavramamıza katkı sunmaktadır. Sosyolojinin derinlikli yaklaşımı ve disiplinler arası diyaloga girmemize müsaade eder yapısı, yemek çalışmaları için sosyolojik yaklaşımın değerini göstermektedir. Sosyoloji bilimiyle (Mills'in belirttiği şekilde) bireysel sanılan pek çok durumun aslında toplumsal bir dayanağı olduğunu kavramak mümkün olur.

Başlangıcından bu yana üzerinde yeterince çalışılmamış olan yemek sosyolojisinin, toplumsal kontekste aydınlatıcı olacağı düşünülmektedir. Çünkü Bourdieu'nun gözle önüne serdiği üzere "bütün bilimler gibi sosyolojinin de işlevi, gizli şeyleri açığa çıkarmaktır." (Bourdieu, 1997, 22). Son derece basitmiş gibi görülen, tıbbın konusu sanılan ve biyolojik bir zorunluluk olarak kavranan yemeğin; dinle, sağlık sistemiyle, toplumsal cinsiyetle, etnik unsurlarla, siyasetle, hukukla, ekonomiyle, medyayla ve aileyle olan ilişkisini incelemek, toplumsal yaşamı daha anlamlı kılacaktır. Üstelik böyle bir çabanın sonucu, bulgusal zenginlikle ve kavrayışların çeşitlenmesiyle sosyolojik teoriyi de epey besleyecektir.

Bu çalışmanın temel problemi, yaşam tarzlarında bunu benimseyen, fakat gurme kültürün unsurlarını yaşamlarına entegre ederken zaman, para, sağlık veya güven konularında kendilerini sınırlı hissedenden gündelik gurmeleri irdelemektir. Toplumsal değişimler mutfağın sınırlarını yeniden çizmektedir. Bu yüzden bu çalışmanın amacı; yemek üzerinden tanımlanan gıda/yemek eksenli kimliklerimizi, sınıfsal farklılıklarımızı, yeme pratiklerimizi, ortaklıklarımızı, farklılıklarımızı, iletişimsel eylemlerimizi açığa çıkarmaya çalışmaktır. Bu amaca yönelik olarak Batmanlı olan ve/ya uzun yıllardır Batman'da yaşayan kişilerle nitel araştırma metoduyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veriler, bir nitel çalışma seçeneği olan derinlemesine mülakatlar yoluyla toplanmıştır. Verilerin yorumlanması ve değerlendirilmesinde ise, betimsel analiz tekniğinden faydalanılmıştır.

Sosyolojinin bilgeliği -Peter Berger'den ilhamla- şeylerin görüldüğü gibi olmadığı gerçeğindedir. Yemeğe ve yemeye yapısal ve kurumsal ilişkilerdeki anlamlarla ve eleştirilerle yaklaşmanın mümbit çıktılar sunması beklenmektedir. İletişim etrafıca bir tanımla; iletiler aracılığıyla gerçekleşen toplumsal bir etkileşimdir. Dil, hiç kuşkusuz insanların bulduğu en önemli sembollerden biridir. Lakin bunun dışında her şeyin bir iletisi vardır. Bu iletilerden en önemlilerinden biri de yemektir. Yemeğiniz, içinde yaşadığınız toplumu size anlatır. Öte yandan da sizi, karşınızdakine anlatır. Kültürünüze, sınıfınıza, çalışma durumunuza, dini üyeliğinize, kimliğinize gönderme yapar. Nasıl ki, golf oynamakla futbol oynamak farklı şeyler anlatsa; Croquebouché (kraliçelerin düğün pastası olarak bilinen çıtır pataşu kulesi) yemekle, tulumba tatlısı yemek farklı şeyler anlatacaktır. Evde yoğurt çalmakla bacon tüketmek şeklindeki iki ayrı besinin dışında, aynı besinin zaman içindeki değişimi de bize birçok şey söyleyecektir. "Yemeğin grameri"ndeki değişim (Barthes, 1997, 22) bir taraftan yemeğin anlamındaki değişimdir. Bu çalışmada Batman'daki toplumsal yapı ve değişim, yine Batmanlının mutfağına bakılarak anlaşılacak istenmiştir. Farklı etnik grupların, mezheplerin, kırsal ve kentsel köklerin, kültürel ve sınıfsal tabakaların bulunduğu Batman'da yemeğin ve toplumsal yapıların karşılıklı etkileşimi incelenmiştir.

## 2. Kavramsal ve Kuramsal İzlekler

Bilgi edinmenin tatmin edici sürecinde ve serüveninde kuramların fazlaca olması aleyhte bir durum değil, aksine bir zenginliktir. Bir alt disiplin olarak karşımıza çıkan yemek sosyolojisi de başlangıcından bu yana konusu ve metodolojisi açısından üzerinde verimli bir biçimde çalışılmamış ama son derece verimli bir kuramsal tutamak sunmaktadır.

Sosyal teoride doğrudan gıdayla, yemeye ve yemekle ilgilenen yaklaşımlar bulmak epey zordur. Bugün mevcut literatürde yemek üzerine bir teori bulunmamaktadır. Kuramsal ve kavramsal çerçeveyi daha çok antropolojiden, kültür sosyolojisinden, tüketim ve tarih çalışmalarından ödünç alınmış çalışmalar belirlemiştir. Ancak toplumsal yapıyı ve değişimi anlamayı amaçlayan teorisyenler ve farklı yaklaşımlar incelendiğinde yemeğin sosyolojisine dair yolaklar bulmak mümkün olmaktadır.

Akarçay'a göre (2016, 45) yemeği sosyolojik olarak ele alan nadir sosyologlardan biri Georg Simmel'dir. Simmel yemeği bir toplumsal etkileşim biçimi olarak kavrar. Yemek, bedensel ihtiyaçlarla birlikte kültürel edimleri de içermektedir (Symsons, 1994, 341). Öte yandan yemeğin sosyolojinin perspektifinden işlenmesi daha çok işlevselci ve yapısalcı yaklaşımlarda görülmektedir.

İşlevselcilik Durkheim ile başlayan bir sosyolojik gelenektir. Durkheim, toplumsal olguları doğa bilimlerindeki 'şey'ler gibi ele alır (Durkheim, 1994, 206). Kültürleri, pratikleri, ilişki ve etkileşimleri bir



toplumsal sistem olarak görmek işlevselciliğin esasını oluşturur (Bottomore ve Nispert, 556-572). Bu bakımdan Akarçay (2016, 48) işlevselciliğin temel önermesinin; gıdanın üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerinin toplumsal sistemin devamını sağlamaya dönük ne gibi işlevleri olacağı sorusu üzerinden şekilleneceğini söyler. Bu geleneğin en önemli ekollerinden biri olan Britanya Sosyal Antropoloji Okulu'ndaki Bronislaw Malinowski, Trobriand Adaları'ndaki yemek üretim, tüketim ve dağıtım dizgesini oldukça ayrıntılı bir etnografı çalışması ile ortaya koymuştur (Beşirli, 2017, 48). Bunun dışında yemek tüketimindeki dinsel süreçleri işleyen Goody (2013), yemeği kurban, totem, tabu ekseninde incelemiştir. "İşlevselci yaklaşımı yemeğe ve yeme pratiğine uyarlanma çabaları daha çok sosyal antropoloji içinde bulunmaktadır" (Beşirli, 2017, 48). Dolayısıyla antropolojik çalışmalar içinde Frazer, Radcliffe-Brown, Evas-Pritchard gibi antropologların yemek çalışmaları bulunmaktadır.

Comte, Durkheim ve Marks eksininde gelişip, antropolog Claude Levi-Strauss'a kadar etkisini sürdüren yapısalcı yaklaşımda da yemeğe dair bilimsel değerlendirmeler bulunmaktadır. Yapısalcı geleneği Marksist ve işlevselci damarlar beslemiştir. Yapısalcılara göre gerçeklik, olgular ve şeyler gibi kavranamaz. Dahası yapılar, toplumsal dünyayı anlatan en önemli araçlardır. Yapısalcı değerler dizisi epey zengindir. Marksist yapısalcılık, yapısal işlevselcilik, Fransız geleneği vs... gibi yorumları vardır. Yapısalcılıktan bir hayli etkilenmiş olan Bourdieu'nun "doğurgan yapısalcılık" paradigması (Göker, 2001, 8) bunu açıklamaktadır. Tam da bu noktada Bourdieu'nun yemek üzerine değerlendirmelerini ayrıca ele almak yerinde olacaktır.

### 2.1. Bourdieu'nun Önemi

Pierre Bourdieu'ya göre yemek bir beyandır. Mutfak alışkanlıkları, tükettiğimiz besinler, yemek mobilyamız ve sunulan yemeklerin tarzı "başkalarına yansıtmak istediğimiz veya istemediğimiz imgemizin kuşkusuz çok iyi bir göstergesini oluşturur" (Bourdieu, 2015, 126). Bu sadece o toplumda sınıfsal olarak işgal edilen konumun dışında toplumsal ve kültürel etmenleri de yansıtan bir ifadedir. Bourdieu'un en önemli eserlerinden biri olarak kabul edilen 1970'ler Fransız toplumunun toplumsal çözümlemesini yaptığı 'Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi' eserinde teorisyen, sınıfla kültürel beğeni arasındaki bağlantıyı tartışır. "Orta sınıf veya halk sınıfı kökenli yeni küçük burjuvazinin mensuplarının doyurucu ve lezzetli yemekler sunmayı tercih ettiklerini; oysaki bu duruma üst sınıf kökenli yeni küçük burjuvazinin mensupları arasında hiçbir zaman rastlanmadığını ve tersine bunların orijinal ve egzotik yemekleri sunmaya can attıklarını" (2015, 127) bildirir.

Söz konusu sınıfsal farklılık seçilen besinin çeşidine ya da porsiyonuna değil; ama aynı zamanda yemek davranışına da yansır. Sınıfsal fark 'sofra adabında da' kendini gösterir. "Burjuvazi halka özgü 'sofra samimiyetinin' karşısına, adaba uygun yemek kaygısını koyar. Örneğin tabağa en son yemek alan beklenir ve yemek usulca alınır. Tüm yemekler sırasıyla yenir ve örneğin rosto, balık, peynir tatların bir aradalığı önlenir ya da tatlı ikram edilmeden önce sofrada kalan her şey kaldırılır ve kırıntılar dahi süpürülür" (Bourdieu, 2015, 291). Sıralı olma, bekleme, gecikme gibi ölçülülüklerle bir ritim oluşturulur ve bu şekilde yemeğe saldırıyormuş izleniminden kurtulunmuş olunur. Yemekle kurulan bu ilişki, samimiyetle kendini koyveren avamlıktan apayırdır. Yemeğin sırası, yemekte kullanılan alet edevat, bunların diziliş şekli, mekân düzenlemesi, koku denetimi, renk uyumu, oturma planı, sade şıklık, özgünlük ve yemeğin takdimi sofrayı neredeyse bir toplumsal törene dönüştürür. Tüm sofraya katılımcılarına dayatılmış olan sansürle yemek yeme davranışı sadece estetize edilmez, aynı zamanda da hiyerearsşik bir mekanizmayı da devreye sokar. Böylece yemeğin ilk işlevi ve birincil anlamı yadsınmış olur.

Biçime sokmak, bir biçimde, toplumsal gerçekliğin anlaşılmasını mümkün kılacak olan kolektif ve/ya bireysel ilişkileri yadsımanın bir yoludur. Tüm bu seremoninin içine gömülü olan edimlerle kaynakların politik ve ekonomik temelleri yadsınır. Erişilebilir ve sağlıklı gıda konusu sorunsallaştırılmamış olur. Şovlaştırılan bu 'yemek yeme adabıyla' sağlıklı, erişilebilir, çevreci gıda ve adil tüketim/ dağıtım sorunlarının üzeri örtülmüş olur. Nihayetinde maliyet kaygısını reddeden rafine lezzetlerle, üstün ve seçkin mutfak teknikleriyle ve çeşitli kurallarla yemek yeme; statükoyu destekleyen bir söylem üretmeye başlar.

Bourdieu toplumsal 'ayrım' konusunu yemek üzerinden incelerken; toplumsal cinsiyete yönelik önemli bir manzarayı da gözler önüne serer. Ona göre gıda tüketimi ve gıda beğenisi 'yaşamın stilizasyonu' sürecinden bağımsız olamaz. Şöyle ki -Türk mutfağından mülhem- mantı, baklava, sarma, el açması börek gibi özel ilgi ve zaman gerektiren ev yemekleri kadının geleneksel rolünün benimsenmesiyle uyum içindedir. Bu tür yemekler hazırlanma aşamasından beri cinsiyetler arası iş bölümünün temsiline bütünüyle bağlıdır. Örneğin "Fransızcada kendisini tamamen yuvasına adayın kadına "pot-au-feu" yani bir tür yahni denmesi, benimsenen mutfak tarzının kadına dair koşulun ve cinsiyetler arası iş bölümünün bir halini simgelemesi tesadüfi değildir" (Bourdieu, 2015, 278). Yine balığın -en azından Fransa'daki- toplumsal grupların görüşünde erkeklere münasip olmayan bir yiyecek addedilmesi bununla ilgilidir. Teorisyene göre



(2015, 282) bunun tek nedeni sadece balığın hafif, çocuklara ve hastalara yönelik bir besin olması değildir. Balık yemek 'erkek eline yakışmayan' şekilde nazik bir eylem içerir. Adına 'erkeksilik' denen kimlik, büyük lokmalarla ve ağız dolusu yemeyi gerektirir. Oysa balık, kılçıkları yüzünden; ağzın ön tarafıyla, dişlerin ucunda, ağırbaşlılıkla ve hafifçe çiğneyerek yenmeyi gerektirir.

'Erkek damağını', 'kadın damağından' ayıran gıda paylaşımları bunlarla sınırlı değildir. Yiyecek bölüşümü; eril bedeninin patiklerini vurgulayan eril üslupla seçilir. Böylece, aperiatif içki erkeklere iki defa ağzına kadar doldurulan büyük bardaklarda servis edilir. Çerezler ve küçük kadehler ise çocuklar ile hanımlara bırakılır. Daha büyük porsiyon ve daha kuvvetli yiyip içmek kuşkusuz erkeğe düşer. Bu yüzden başlangıçlar arasından peynir gibi şarküteri ürünleri -dahası sertlik oranı fazlalaştıkça- "daha çok erkeklere yönelikken, salata gibi yeşillikler ise daha çok kadınlar içindir. Yiyeceklerin içinde en besleyici, en kuvvetli, güç ve sağlık vereni, kan yapanı ise ettir. Bu yüzden et; kadınların küçük bir parça alırken, erkeklerin tabaklarına iki kere servis edilen bir erkek yemeğidir. Kadınlar 'erkek damağıının' beğenisine sahip olmadıklarından, erkek gıdalarının kadınlar tarafından fazlaca tüketilmesi durumunda zararlı olabilir" (Bourdieu, 2015, 278). Bu durum; "kadın için çok et yemek kanı bozar" Fransız sözünü açıklayacaktır. Bu vecizelerle, gündelik dilin içine, biyolojik ihtiyaçları gidermek üzere sergilenen davranışların içine gömülen söz ve edimlerle, bu durum kadın için bir mahrumiyet olarak görülmediği gibi bir çeşit patriarkal otorite de sağlanmış olur.

Yemek Bourdieu'ya göre bir yansıdır. Gıda beğenisi, sınıfın bedene yansımalarıdır. Cinsiyetler arası rol ve iş bölümünün bedene yansımalarıdır. Oldukça orijinal, estetik ve egzotik yemekler sunmakla, 'Allah ne verdiyse' sunmak arasında epey fark vardır. Toplumsal hiyerarşide yükseldikçe; makarna, fasulye, patates, ekmek gibi kilo aldırın ama aynı zamanda ucuz gıdalara ayrılan maddi pay azalır. Bunun yerini kilo aldırınmayan, sindirimi kolay ve daha sağlıklı olan; deniz kabukluları, süt kuzusu, dana eti, taze meyve ve sebzeler gibi besinler alır. Demek ki, yemek, toplumsal beğenin toplumsal sınıf değişkenine göre farklılaşan en önemli belirtkesidir.

### 3. Araştırmanın Metodolojisi

Yorumlayıcı sosyal bilim paradigmasından beslenen nitel yöntem bu çalışmanın metodolojik tasarımını oluşturmaktadır. "Yorumlayıcı yaklaşım, iradeciliği benimser" (Neuman, 2017, 135). Dolayısıyla bu yöntem; bireylerin davranışlarının öznel doğasını, bireylerin gündelik hayat ilişkilerini, onların algı dünyalarını, duygu ve kanaatlerini, hayat deneyimlerini anlamaya çalışan, açıklamayı hedefleyen bilimsel çabaları içerir (Kümbetoğlu, 2012, 44). Bu sebeple yemeği sosyolojik düşünen, toplumsal ve gündelik hayatımızı, yemeğin ve toplumun karşılıklı tesiri ve ilişkisi üzerinden işleyen bu çalışmada nitel yöntem oldukça aydınlatıcı olacaktır.

Bu araştırma kimliklerimizi, beğenilerimizi, dini aidiyet ve hassasiyetlerimizi, sınıflarımızı, kültürlerimizi yemek pratiklerimiz üzerinden anlamayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda farklı etnik kökenlilerin, çeşitli mezheplerin, kırsal ve kentsel köklerin, kültürel ve sınıfsal tabakaların bulunduğu Batman'da yaşayan ve/ya Batmanlı olan kişilerle görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışmanın Batman örneğinde yapılması birkaç nedenden ötürü idealdir. Batman sosyolojik olarak heterojen bir yapıya sahiptir. Batman'ın bu çalışmada incelenecek saha olmasının bir başka nedeni de, sınır bölgesine yakın olması sebebiyle içinde birçok mülteci barındırması ve iç dış göç hareketlerinin olmasıdır. Görüşme yapılan bu kişiler; güvenli gıda, ekonomi, zaman ya da sağlık konularında kendilerini sınırlı hissetseler de yemek hassasiyeti olan, yemeğe yönelik ilgisi ve bilgisi bulunan bir çeşit gündelik gurme gibi yaşayan bireylerden seçilmiştir. Altı kadın yedi erkekle yapılandırılmış bir görüşmeyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel yöntem kullanılarak edinilen veriler betimsel analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. "Bu tür bir analizde amaçlanan, elde edilmiş bulguları yorumlanmış ve düzenlenmiş bir şekilde sunmaktır" (Yıldırım ve Şimşek, 2013, 159). Çözümlemede görüşmeciler; isim, yaş ve meslek kodlarıyla verilmiştir.

### 4. Bulguların Değerlendirilmesi

Yapılan görüşmelerden edinilen bulgular; yemeğin anlamı, muhafazakâr hassasiyetler, yemek medyasının etkisi, mekânsal beklentiler ve güvenilir gıda kaygısı olmak üzere beş başlık altında çözümlenmiştir.

#### 4.1. Yemeğin Anlamı

Araştırma kapsamında görüşülen kişilerce yemek; keşfetmenin, kültürü ve diğerini anlamının bir yolu olarak tanımlanmıştır. Özellikle görüşmecilerin birçoğu yemeği; tanımanın, tanımlamanın ve tanıtmının bir yolu olarak kavramaktadır. Bu durum, yine Bourdieu'yu ve onun kuramında önemli bir





kavramsallaştırma olan 'habitus'u hatırlatmaktadır. Hepimiz bir habitusun içine doğarız. "Habitus, bir konumun içkin ve bağlantısal özelliklerini bütünleşik bir hayat tarzında, yeni insanlar, mekânlar ve pratiklerle ilgili bütünleşik bir tercih dizisini dile getiren, can verici ve birleştirici bir kökendir" (Bourdieu, 2006, 21). Yani "habitus; toplumsal aktörler olarak belirli ortamlarda edindiğimiz toplumsal deneyimlerimizin ürünü olan, zihnimizde taşıdığımız, kalıcı eğilimleri ifade eder" (Layder, 2010, 227). Söz konusu bu kalıcı eğilimler etnisite, sınıf, toplumsal cinsiyet, dil ve inanç gibi olguları içermektedir. Bu olgular pratiklerde, zevklerde, beğenilerde kendini gösterir. Yeme içme pratikleri de bu göstergelerden bir tanesidir. Yeme-içme, içselleştirilmiş bu sosyal yapıların beyanıdır.

*"Yemek bence bir tanımlama ve tanıtma yolu. Yani bir mutfağa bakıp oranın bitki örtüsünü, sahil mi yoksa kırsal mı olduğunu, konumunu, din yapısını, tarihini anlayabilmemiz mümkün. Ama öte yandan da kendimizi yine mutfağımızdan tanıtmanız da mümkün. Yaptığımız ya da yediğimiz yemekle ekonomik durumumuza, dinimize, kültürümüze tüm bunlara gönderme yapıyoruz." (Gülse, Sosyal Çalışmacı, 33)*

*"Yani insan önce doymak için yiyor tabii. Ama yemek yemenin bunun dışında birçok anlamı var. Ben çok seyahat eden seyahat seven biriyim. Yeni bir ülkeye gideceğim zaman orası ile ilgili haftalarca önceden araştırmaya başlıyorum. Araştırdığım şeylerden biri de o ülkenin mutfağı oluyor. Nasıl beslendikleri, neler yedikleri, içecekleri vs... Yani yemek keşif yapmak, yeni bir şey tanımak bence." (Esnaf, Süleyman, 54)*

*"Yemek benim için 16 yaşına kadar sadece bir ihtiyaçtı. Ama bu yaştan sonra bir yeni yönelim oldu. Tat aramaya, öğrenmeye başladım. Yani yemeği keşfettim aslında. Ve bence yemek bir keşif. O tabağın bize söylediği şey var. Coğrafya, tarih, ekonomi, kültür, din... Birçok şey anlatır bize yemek." (Sedat, Öğrenci, 22)*

Bunun dışında katılımcılar yemekle keyif arasında bir bağlantı kurmuşlardır. Bir şeyler yemek-içmek mutluluğun sebepleri ve/ya sonuçları arasındadır. Örneğin Özgür yemeği sanattan farksız görmemektedir. Yemeği böylesine özel hissetmesinin gerekçelerini ise şu şekilde açıklamıştır:

*"Yemek bir sanat. Yemek yapmanın, ona bakmanın ve yemek yemenin çok farklı bir anlamı var. Mesela yemek yaparken annemi izlerim, bazı şeyleri öyle pratik yapar, öyle estetik yapar ki, o anı bir tabloya koysanız ne demek istediğimi anlarsınız. Misafiriniz geleceğinde daha bir özenli, daha bir hızlı, daha bir profesyonel olur. Adeta zanaatkâr gibi, sanatçı gibi çalışır. Bir de bence her aşçının bir stili de var. Her şefin her annenin elinden çıkan börek farklı mesela. Ama artık tüketir gibi yemek yiyoruz. Yemeğin kalite standardını sorgulayan insan her geçen gün azalıyor. Çoğu, mide doyumunun peşinde. Gıda endüstrisi zaten hep hazır gıdaya sevk ediyor insanları. Günümüz dünyası böyle maalesef. Oysa bence sırf mide doldurmanın bir anlamı yok." (Özgür, İşletmeci, 35)*

Kadınların tüketim pratiklerini inceleyen ve bunu beden güzelliği ile yemek yeme arzusu üzerinden değerlendiren bir başka çalışmanın da bulguladığı gibi (Dedeoğlu ve Savaşçı, 2005, 84); yemekle keyif arasında bir ilişki vardır. Katılımcılar istedikleri yiyeceğe ulaştıklarında oldukça güçlü pozitif duygular yaşamaktadır. Yemeği bir zorunluluk dışında gören bu katılımcılar, bazen aç olmasalar da heyecan ve mutluluk verdiği için yemek yediklerini ifade etmişlerdir.

*"Temel bir ihtiyacın çok dışında bir şey bence. Kesinlikle keyif alıyorum. Benim için ikinci bir dünya gibi yemek dünyası." (Esin, Diş Hekimi, 42)*

*"Yemeğin keyifle ilgisi var kesinlikle. Yani onu tadarken, yaparken, onun hakkında okurken, araştırırken her safhasında hissettiğim şey; haz almak. En güzel şeyler farkındaysanız yemektedir. Yeni bir çiftin birbirlerini tanımaları, iş toplantıları, yeni başlangıçlara kaldırılan kadehler... Herkesle sofranı paylaşmazsın mesela, sevdiğin ve keyif aldığın kişiyle yemek yersin." (Seher, Ev Hanımı, 29).*

Yemeğin kendileri için 'ne ifade ettiği' üzerine gerçekleşen sohbet katılımcılar tarafından verilen cevaplar, adeta yemeğin sosyolojisini somutlamaktadır. Görüşülen kişiler yiyip içerek 'ötekini' tanımaktadır. Bu durum katılımcıların yemek üzerinden nasıl kültür, kimlik, statü farklılıkları inşa ettiklerini bütünüyle anlatmaktadır. Beslenmek, sembolik ve kültürel anlamları yansıtan bir eylemdir. Üstelik fizyolojik gereksinimin ötesinde, insan ilişkilerinin vazgeçilmez bir parçası durumundadır.

#### **4.2. Muhafazakâr Hassasiyetler: Batman'ın Özgül Özelliği**

Araştırma süresince yapılan görüşmelerde birtakım ortak bulgularla karşılaşmıştır. Söz konusu bu ortak bulgular, dini ve muhafazakâr hassasiyetlerle ilgilidir. Çalışma kapsamındaki katılımcıların hepsi Müslümandır. İki hariç görüşmeciler, Şafii mezhebindedir. Dini endişelerin ve kaidelerin, görüşmecilerin birçoğunun yeme-içme davranışını etkilediği görülmektedir. Öyle ki, Almanya'da uzun yıllar yaşamış olan Seher, dinin mutfağın sınırlarını nasıl belirlediğini annesinin şu vecizesiyle anlatmıştır:



"Hristiyan'ın evinde kal yemeğini yeme, Yahudi'nin evinde kalma yemeğini ye." (Seher, Ev Hanımı, 29)

Dinin her türlü öğretisi ve özellikle haram, günah gibi buyurgan etkisi toplumların tasarımında ve bireylerin sosyalleşme şekillerinde etkisini göstermektedir. Bireylerin dindar olması ya da olmaması durumu gündelik hayat pratiklerinin şekillenmesinde etkilidir. Sadece siyasi görüşler, ekonomik faaliyetler, cinsel tercihler ve aile ilişkileri üzerinde değil yeme-içme pratiklerinde de dini kimlikler tayin edicidir.

"Yaklaşık dört yıl Amerika'da yaşadım. Orada ne zaman restorana gitsem kuzu-dana isterdim ya da sea food bir şeyler... Örneğin domuz istemediğimi özellikle belirtirdim." (Baran, Mühendis, 44)

"Mesela kan ile yapılan soslar var. Baktığınızda merak etmiyor muyum, evet ediyorum ama haram olduğunu bildiğim için tatmam. Yurtdışında domuz eti yemem. Onun yağında pişen bir şeyi de yemem. Ama yanlışlıkla yedimse de, Allah affetsin sonuçta kasten yememişim." (Tuba, Akademisyen, 36)

"Defalarca yurtdışına çıktım ama merak etsem bile, domuz eti hiç tatmadım. Yani ben dini kaidelere önem veriyorum. Dinimiz akıl dini. Bir şey uygun görülüyorsa bunun bir temeli var." (Bülent, Turizmci, 61)

Türkiye sosyolojisinde tek tip bir muhafazakârlık yerine, birden fazla muhafazakârlık tipinden bahsetmek mümkündür. Örneğin görüşmecilerin 'haram kılınan' kanlı sos, ölü eti, domuz konularındaki muhafazakâr oydaşlık durumu, sıra meyhane ve meze kültürüne geldiğinde yerini bir spektruma ve bir çeşit esnekliğe bırakmıştır.

"Alkollü içeceklerle pek aram yok ama arada viski içerim." (Mehmet, Esnaf, 47)

"Mesela ben alkol almıyorum, ama çok alkollü mekânlarda bulunuyorum." (Sedat, Öğrenci, 22)

Alkollü içecek tüketme veya alkollü mekânda bulunma konusundaki bu esneklik durumunda bile dinin ne söylediğine bakılmakta, dinin müsaadesi alınmaktadır:

"Zaten fark ettiyseniz alkolle ilgili ayetler leş, domuz, kan gibi kati değil. Ben alkol tüketmiyorum ama zaten bizim kültürümüzde var." (Fergane, Ev Hanımı, 34)

"Öyle popülist dinciler saygı duymuyorum. Ama bireysel olarak da dindar biriyim diyebilirim. Kutsal kitabımızı okuyup, araştırıp, öğrenmeye çalışırım. Kuran'da örneğin, domuz, kan, leş gibi şeyler haram. Fakat alkolle ilgili kesin ifadeler yok. Hatta ilgili ayetlerde alkolün 'birtakım faydalarından ve birtakım zararlarından' söz edilir. Burada önemli olan ölçü. Alkol bir kültür..." (Gülse, Sosyal Çalışmacı, 33)

Görüşmecilerin önemli bir bölümü alkolü, bir kültür olarak değerlendirmektedir. Mezeleriyle, fasılıyla, meyhanesiyle, şarap eviyle kendi içinde değerleri olan bir kültür olarak görülmektedir. Hatta rakı konusunda özel bir ilginin olduğu söylenebilir. Görüşmecilerden bazıları rakıyı bir 'millî' değer olarak sahiplenmekte ve kültür bakanlığına sorumluluk yüklemektedir. Örneğin -yukarıda da aktarıldığı gibi- İslam'ı "akıl dini" olarak gören, dini kaidelere önem veren ve bu yüzden yurt dışına sık seyahat etse de domuz yemeyen Bülent bu konuda talepkârdır:

"Mesela Kültür ve Turizm Bakanlığı keşke bizim rakı kültürümüzü pazarlasa... Gelen turistler için bir deneyim yaşatsak. Fasılıyla, ortamıyla, mezeleriyle bu olay bir Türk deneyimi olsa. Yunanlar bu konuda yani markalaşma konusunda bizden iyiler. Rakıyı da bizden alacak gibiler." (Bülent, Turizmci, 61)

"Alkol tüketiyorum. Ama bence bizinkiler alkol kültürünü bilmiyor. Bizim ülkemizde gastronomi bilinci de yok. Şu içkiyi yarı aç, yarı tokken tüketmeyi öğretilmedim arkadaşlarıma. Adam, mezeyle doymaya çalışıyor, düşünün..." (Uğur, Öğretmen, 39)

"Ben alkollü içeceklere 'alkol' diye bakmıyorum. Bu bir kültür. Her alkollü içeceğin bir usulü var. Hepsi yanında ayrı meze, ayrı ufak atıştırmalıklar ister. Kendi içinde olmazsa olmazları vardır. Mesela ben, bizim rakı sofralarımızı çok severim. Saatlerce süren bir yemeğimiz olur. Çokça sohbet ederiz. Terapi gibi... İletişime geçiyorsun, öğreniyorsun, birlikte öğreniyorsun..." (Tuba, Akademisyen, 36)

Alkollü mekân ve alkol tüketimi sorunsalı aslında Batman'ın özgül özelliklerinden birini yansıtmaktadır. Şöyle ki, Batman, ağırlıklı olarak Şafii mezhebine mensup insanlardan oluşmaktadır. Bunun dışında il merkezinde ve çevresinde Alevi, Sünni, Süryani gibi farklı dini mensubiyetler söz konusudur. Hatta etno-dinsel bir topluluk olan Ezidilerin yaşadığı sayılı yerleşim yerlerindedir. Tüm bu çeşitliliğe rağmen ilin tutucu bir eğilimi olduğu söylenebilir. Örneğin Ezidilerle ilgili yapılan bir araştırmada (Ulutürk, 2013, 847) Ezidilerin doğru anlaşılacak dışında güven ortamının sağlanması noktasındaki kaygılara da yer verilmiştir. Yine bu baskın tutucu tavır kendini Ramazan aylarında özellikle göstermektedir. Mado, Özsüt gibi Türkiye'de ağları bulunan mekânlar Batman'daki şubelerini Ramazan aylarında kapanmaktadır. Bunlarla koşut şekilde Batman'da alkollü mekân da bulunmamaktadır. Kişiler ya arkadaş ortamlarında ve



evlerinde alkol tüketmektedir ya da bunu şehir dışında deneyimlemektedir. Bu durum hemen hemen her katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Katılımcılar bunu hegemonik bir durum olarak kavramaktadırlar. Batman'da alkollü mekân sorunsalından söz edilirken; 'mahalle baskısı', 'çekince', 'normal-anormal' gibi ifadeler yer verilmiştir:

*"Batman'da ne yazık ki yok, hatta acaba böyle bir yer açsam mı diye düşünmüştüm. Yani insanların aileleriyle gidip bir şeyler içebileceği bir yer... Ama aile baskısından ve çevre baskısından vazgeçtim." (Özgül, İşletmeci, 35)*

*"Biliyor musunuz, aslında Batman'da bayağı içen var. Ama gelgelelim alkollü mekân yok. Bizim insanımız kapalı. Kalıbımızın dışına çıkamıyoruz. Yani sanki normal değilmiş gibi algılanıyor işte anormal olan bu." (Süleyman, Esnaf, 54)*

*"Gerçi bizim Batman'da ne yazık ki örneğin şöyle kız kızı gidip yudumlayacağımız bir yer yok. Olmaz da zaten... Batman pek çok açıdan kendine has. Diyarbakır, İstanbul, Ankara ya da yazın sahile gittiğimde mutlaka alkollü mekâna giderim." (Gülse, Sosyal Çalışmacı, 33)*

Bireysel çerçevede dinin; "insanların aşkın olanla bağ kurmalarını sağlama" (Kara, 1997, 112), "dünya kurma" (Berger, 1993, 52) "içinde yaşanan dünyayı tanıma" (Mardin, 1995, 51) gibi fonksiyonları vardır. Günümüzün en önemli dinler tarihçilerinden kabul edilen Eliade'nin de söylediği gibi, "anamlı bir dünya kutsalın keşfi ile mümkün olabilmektedir" (Eliade, 1995, 1). "Başlangıcı insanlık tarihi kadar eskilere uzanan din, tarihin her döneminde bireyleri ve toplumları etkileyen en önemli kurumlardan birisi olmuştur. Öyle ki ne kadar eskiye gidilirse gidilsin insanın var olduğu her yerde herhangi bir dine mensup olmayan insanlara rastlanmakla birlikte dini olmayan bir toplum bugüne kadar görülmemiştir" (Kaymak ve Aykaç, 2014, 335). Öte yandan "her dinsel simge, karizma, ritüel ve düşünce aynı zamanda toplumun ifadesi anlamına gelir" (Yıldırım 1999, 31). Yani dinin bireyi aşan sosyal bir karakteri de vardır. Din toplumların kendilerini ifade etme biçimlerinden biridir. Bu çalışmada da din bize; oldukça basit ve sıradan bir eylem gibi görünen yeme-içme davranışı üzerindeki etkisini anlatmıştır.

### 4.3. Yemek Medyasının Etkisi

Son dönemde kitle iletişim araçlarının her türünde 'yiyecek' ve 'pişirme' ile ilgili pek çok içerik bulunmaktadır. Söz konusu içeriklerde yemeğin hazırlanmasından tüketilmesi sürecine kadar özenli bir gıda gösterisi sunulmaktadır. Alev alev etlerle, iri kemiklerle, devasa porsiyonlarla, tiyatoravi sunumlarla, ortamın düzenlenmesiyle, mekânın ışığıyla, kullanılan renklerle ve açılı kameralarla bu programlar sansasyonel kılınmakta ve izleyicinin rağbetine talip olunmaktadır. Öyle ki, artık akademik çalışmalarda "yemek pornografisi"nden söz edilmektedir. Öncelerde 'kadın kuşağı' olarak adlandırılan, gündüz televizyon dünyasının içine doğmuş olan aşçılık gösterilerinin son zamanlarda daha çeşitli ve daha çok izleyici çektiği söylenebilir. Televizyondaki sadece yemek içerikli tematik kanallar, dergiler, instagram blogları, Youtube kanalları, twitter hesapları bu çabanın işe yaradığını ve yemek gösterisine olan hatırı sayılır trendi göstermektedir.

Yemeğin medyadaki temsili ve gösterişçi toplumun yükselmesi gibi olgular özellikle sosyologlar için önemini korumaktadır. Bunun yanı sıra yemek ve iletişim konusu son dönemde dünya çapındaki birçok dışilinden araştırmacının da ilgisini çekmektedir. Örneğin, Carlsson ve Severson (2015), popüler kültürün sportifleşmesini MasterChef'in İsveç versiyonu üzerinden irdelemişlerdir. Tüketim davranışıyla ilgilenen Kirkwood (2014) ise vekâleten (vicarious) tüketimi, daha doğrusu hayal gücünde başka bir kişinin eylemleri yoluyla deneyimlenen tüketim edimini yine yemek programları üzerinden değerlendirmiştir. Halk sağlığıyla ilgilenen Phillipov (2012) medya aracılığıyla iletilen sağlık risklerini tartışırken MasterChef Avustralya'ya odaklanmıştır.

Bu çalışmada da yemek medyasının etkileri görülmüştür. Katılımcıların neredeyse hepsi dergi, tematik TV kanalları, youtuber, blogger, gurme takip etmektedir. Yeni bir şehre ya da ülkeye gittiklerinde yerel tatlar arama ve yerel halkla sohbet ederek bilgilenme istegindedirler. Lakin bir yandan da yemek medyasının, tercihleri üzerindeki etkisini saklamamaktadırlar:

*"Evde olduğum zamanlarda 24Kitchen'ı izliyorum. O kanalı izlediğimde aklımda seyahat rotaları beliriyor, yeni bir şey öğreniyorum, değişik şeyleri ben de deniyorum. Okul gibi değil mi? Adımı duyurmuş şefleri ya da gurmeleri twitter ve instagramdan takip ediyorum. Yeni gideceğim şehirlerde veya ülkelerde gördüğüm bu yiyecekleri yemekleri yerinde tatmak istiyorum." (Canan, Üst Düzey Yönetici, 38)*

*"Usanmadan ve merakla takip ettiğim bir Vedat Milor kaldı diyebilirim. Yıllar önce Diyarbakır'a gelmişti. Suriçi dediğimiz yerde, şehrin en izbe sokaklarında 'Hacı Abi' diye hitap ettiği Remzi ustanın elinden şırdan yiyip kelle paça içmişti. Japonya'nın Osaka şehrinde benzer ürünlerle*



yapılan başka bir yemeği anlatmıştı. İçerik dediğin, sohbet dediğin, gurmelik dediğin böyle olmalı. Belki bölge insanının bilmediği bir şey söylüyor size...”(Uğur, Öğretmen, 39)

“Hazırlanmış güzel içerikler var, işime yarıyor beni bilgilendiriyor. Lakin bir yere gidip oraya isindikten sonra mutlaka yerel insanıyla temas kuruyorum.”(Baran, Mühendis, 45)

“Haliyle nerede ne yenir, nerenin nesi meşhur sorularının cevabını sosyal medyada arıyorum. Ama kafam sarmazsa illa tanınıyor, biliniyor diye de gitmiyorum. Kararsız kaldığımda mutlaka yerel halkla konuşuyorum. Bazen kendimi küçücük, eski ama kadim işletmelerde restoranlarda, büfelerde ya da lokantalarda buluyorum.” (Mehmet, Esnaf, 47).

“Youtuber’leri daha çok seviyorum. Doğallık var orada. Ama örneğin bir MasterChef’de kesinlikle oynama var. Orada yaşanan zorluklar falan kesinlikle samimi değil. Reyting amaçlı mutfak güçlükleri yaratılıyor o kadar.”(Sedat, Öğrenci,22)

Medya ve yeni medya unsurları hayatın her alanına dair ‘en genel anlatıcı’ olarak yemek konusunda da nasıl davranmamız, neyi düşünmemiz, hangisini talep etmemiz ‘gerektiğini’ söyler. Bu bir bakımdan ideolojik bir süreçtir. İdeolojiyi sadece politik propagandalardan ve öğretici kitapçıklarından edinmeyiz. İdeolojileri özellikle okullarda okutulan kitaplardan, televizyondan, gazetelerden, filmlerden, günlük hayatımızda ailemizle, arkadaşlarımızla ve dostlarımızla yaptığımız günlük sohbetlerden ediniriz. “Tüm bu sarmal, yeni katılanlara ‘öğretme’ gibi belirgin bir amaç gütmektedir” (van Dijk, 2003, 18). Böylece yemek medyası beslenme alışkanlıklarımızı, gıdayla ilgili taleplerimizi, yeme pratiklerimizi değiştirerek bize; kiminle, hangi sıklıkla, nerede, neyi yememiz ‘gerektiğini’ söylemektedir.

“Fotoğrafını çekiyorum. Arşivimde tutuyorum. Piyasa mekânlarına gidince de paylaşıyorum. Açıkçası ‘bakın biz de Nusret’e gittik’ demek için yaptığımız oluyor, ne yalan söyleyeyim.”(Uğur, Öğretmen,39)

“Hiç dayanmam, yemeğin, sunumun fotoğrafını çekerim ve bunu instagram hesabımda paylaşıyorum. Uzun uzun yazarım, anlatırım... Mesela yakın zamanda bir Meksikan mutfağı denemiştim hemen paylaştım. Ve de çok ilgi gördü.”(Seher, Ev Hanımı,29)

“Sosyal medya hesaplarımda yemek fotoğrafı paylaşıyorum. Onu anlatıyorum. Kendi yaptığım yemeği de -hele de özel olanları- mutlaka paylaşıyorum ve tepki alıyor paylaşım.”(Sedat, Öğrenci,22)

Anlaşılabileceği gibi görüşmeciler yemeği, kendilerini görünür kılmamanın bir yolu olarak da kullanmaktadırlar. Bu durum, dijital sosyalleşmelerin yaşandığı endüstri toplumlarının geldiği şu aşama için yadsınır bir şey değildir. Çünkü olmak, “Berkeley’e göre algılanmış olmaktır” (Hekimoğlu, 2019, 130). Yine Bourdieu’ye göre olmak, televizyonda algılanmış olmaktır (Bourdieu, 1997, 18). Yeni, yeni iletişim teknolojileriyle kişi daha az karşılıklı ilişkiye girse bile daha çok görünür ve daha çok şey görür. Medya teknolojilerinin ‘görünürlük’ konusundaki tesirinin farkında olan katılımcılar yine aynı sebeple de kimi çekinceler de yaşamaktadırlar.

“Bakın arşivim dolu. Ama paylaşmam. Takipçilerimin canı çekerse diye düşünüyüp çekiniyorum.”(Bülent, Turizmci, 61).

“Gittiğim bir yerde yemek yerken önce hemen onun resmini çekerim. Sosyal medyada paylaşmak için değil ama. Dursun telefonumda kendime bilgi olsun diye saklarım o resmi. Aslında sosyal medyada da paylaşmak isterim ama insanlar sizin bunu sevdiğiniz için yaptığınızı bilmezler, biraz görgüsüz bulurlar.”(Özgür, İşletmeci,35)

“Sosyal medyada hiçbir zaman yemek fotoğrafı paylaşmış değilim. Aslında yemeğin bir dili var. Ben bu şekildeki paylaşımlara ilgi duyuyorum ve beğeni yapıyorum. Ama yanlış anlaşılacak, görgüsüz gibi görünmek istemiyorum.”(Tuba, Akademisyen, 36)

Yemek şovları, beslenme programları, açlık yarışmaları, tadım gösterileri sadece beslenmeye gönderme yapmamakta, ama aynı zamanda bize bir dizi pratik empoze etmektedir. Yemek medyası izleyicilerine ve ekibe yeni katılanlara ‘öğretme’ gibi özellikli bir etkide bulunmaktadır. Hatta bunun bir bakımdan ideolojik bir süreç olduğu da söylenebilir. Çünkü bu süreç bize “yiyip-içtiğinin fotoğrafını çek”, “yer imle”, “sosyal medya hesaplarında paylaşım yap” vs.. gibi şeyler telkin etmektedir. Yukarıda ifadelerine yer verilen ve ‘görgüsüz’ olarak algılanmaktan çekinen katılımcılar dahi, Michelin Yıldızlı bir yerde yemek yediklerinde bunu muhakkak sosyal medyada paylaştıklarını ve/ya paylaşacaklarını ifade etmişlerdir. Yemeğin kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaşadığı ve yaşattığı etkileri anlamak için bu, önemli bir bulgu olmuştur.

Bunların dışında yemek medyası; gıda taleplerimizin oluşmasını, gıda güvenliğini, tarım politikasını, üretim ve tüketim örüntüsünü, yemek pratiklerimizi etkileme gücüne sahiptir. Medyanın tipik ve kritik bir yerde durması, sadece temel enformasyon kaynağı olması bakımından değil, aynı zamanda





dünyaya ve topluma yönelik bilgiyi de yönlendirmesindedir (Postman, 1994, 92). Bu nedenle günümüz endüstriyel toplumlarında, etken kitle iletişim araçlarının ve onların yarattığı dünyanın en doğru biçimde anlaşılması önemli görülmektedir.

#### 4.4. Mekânsal Beklentiler: “Tamam! Yerimi Buldum”

Batman dendiğinde ilk akla gelecek imgelerden biri kuşkusuz petroldür. Batman ilinin kentleşme serüveni petrol ile başlamıştır. “1940 yılında İlin doğusundaki Raman Dağlarında petrol yatağına rastlanmıştır. Batman rafinerisi böylece Türkiye ekonomisinin önemli öğelerinden biri olmuştur. Bu gelişmeden sonra kentte çok yönlü, hızlı ve plansız bir gelişme patlak vermiştir. Öyle ki, 1945-1975 yılları arasındaki 30 yıl içinde, Batman ilinin nüfusu 25 kat artmıştır. Nüfustaki bu artış hızı 1990’da Batman’ın Türkiye’nin 72. ili olmasını sağlamıştır” (GAP, 2015, 1-2). Sınıra yakınlıktan kaynaklanan siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik değişim süreçlerinin doğrudan etkilerini gösterdiği önemli şehirlerden biri olmuştur.

Gerek mülteci hareketlerinin etkilediği dış göç gerekse terör ve ekonomik değişkenlerin etkilediği iç göç dalgalarıyla kent, oldukça devinden süreçlerden geçmiştir ve geçmektedir. Bu etkiler, mekânlarda da yansısını bulmaktadır. Görgül saptamalara göre ‘estetikleştirme’ kaygısı özellikle son yıllarda bir hayli etkili olmaya başlamıştır. Yeni açılan AVM’ler, büyük pasajlar, geniş yollar, binaların görünüşündeki değişimler, ışıklandırmalar vs... bunu kanıtlamaktadır.

2007 yılında Batman Üniversitesi’nin kurulduğu kentte, giderek genişleyen toplumsal kesime yönelik farklılaşmış hizmet sunan kafeler, bistrolar, lokantalar açılmıştır. Ancak farklı gelir ve kültür gruplarının mekânda dağılımını kolaylaştırmak yine pek de mümkün olmamaktadır. Örneğin nezih ve seçkin mekânın adresi sayılabilecek (Çin Lokantası, İtalyan Lokantası gibi) dünya yerel mutfakları, barlar, publar, şarap evleri ya da farklı beslenme tiplerine alternatif oluşturan vegan/vejetaryen mutfaklar bulunmamaktadır. Zaten bu durum pek çok görüşmeci tarafından da dile getirilmiştir. Kentin bu yapısını Gülse şu şekilde açıklamıştır:

*“Batman bu anlamda da kısıtlayıcı. Yani öyle seçkin mekânlar sayılı. Diğer türlü sokak yemekleri de keza öyle. İşte yani nasıl desem yaşadığımız yer öyle önemli ki... Sizi kendine göre çekip çeviriyor. Farkında değil ama bizim damağımız üzerinde bile söz sahibi.” (Gülse, Sosyal Çalışmacı, 33)*

Araştırma kapsamında Batman’daki gündelik gurmelerin yemek pratikleri ve talepleri arasında ortak ve farklı bulgularla karşılaşmıştır. Ortak bulgulardan biri, yemek mekânlarıyla ilgilidir. Görüşmecilerin çoğu için bir mekânın temiz olması, onun en önemli özelliğidir. Görüşmecilerin hepsi lezzet peşinde olduklarını ifade etmişlerdir. Fakat lezzetten sonra aranılan ilk özellik hijyen koşulları olmuştur.

Bunun dışında mekânla ilgili iki tür yaklaşım göze çarpmaktadır. İlki seçkin mekân arayışıdır. Bazı görüşmeciler kendilerini özel hissettiren mekânlara yönelme eğilimindedirler. İngiltere’de yaşadığı ‘beş çayı’ deneyimini anlatan Tuba bu eğilimini şu şekilde açıklamıştır:

*“2017 yazında İngiltere’deydim. Orada şu meşhur beş çayı seremonisini denemek istedim. İnternette oradaki en meşhur beş çayı saati organizasyonunu araştırdım. Bir oteldeymiş... Yaklaşık 800 Pound ödedim. Şimdi kulağa pahalı geliyor olabilir. Ama olay sadece yiyip içmek değil ki... Zaten yediğim içtiğim şeyler öyle eşsiz şeyler değildi. Ama ikramlar, servis edenlerin tavırları, mekân, müzik, hizmet vs... sizi çok özel hissettiriyor.” (Tuba. Akademisyen, 36)*

Bu örneğin dışında seçkin mekân arayışında olan diğer başka katılımcılar da vardır. Seçkin mekân kıstası, görüşmecilerin kendilerini farklılaştırmak için en önem verdiği kriterlerden biri olarak belirmektedir.

*“Ben severim tanındık, bilindik yer. Geçen Diyarbakır’da bir çikolataçıya gittim. Yok, böyle bir şey. Bizim evdeki lavabolar eline su dökemez. Ben öyle mekânlarda ‘tamam yerimi buldum’ diyorum. Ve ben çok sadık bir misafirim. On yıllardır gittiğim mekânlar vardır. Yani sonuçta mekân beni çok etkiliyor. Modern, zekli, konforlu bir şekilde dekore edilmiş yerlerde çorbamı bile yavaş yavaş içiyorum. Yemeğimin üstüne güzel bir tatlı istiyorum. Her şeyin ayrı ayrı ve uzun uzun tadını çıkarıyorum geliyor.” (Canan, Üst Düzey Yönetici, 38)*

*“Ne yalan söyleyeyim, yaşadığım şehirde herkes herkesi tanıdığı için, izole olacağım, sakin bir akşam yemeği yiyeceğim yerler seçiyorum. Dekorasyon da beni çok etkiliyor. Oturduğum koltuğun rahat olup olmaması beni acayip etkiler mesela. Bazı renkler boğucu gelir. Sonra, müzik de çok önemli çok. Bazı tür müzikler seni sohbeta bağlıyor.” (Esnaflar, Süleyman, 54)*

İnsanın tatmin duygusu farklı nedenlerle biçimlenir. Fizyolojik, sosyal ve entelektüel gereksinimler insan ihtiyaçlarının temelidir. Anderson ve Mossberg’e göre (2004, 172) pek çok mal ve hizmet, bu üç gereksinim üzerinden belirli düzeylerde bireyin tatmin olmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla gidilen mekân, üyesi olunan sosyal grubun onayladığı bir mekânsa ve buradaki eğlenceli bir akşamda lezzetli bir yemek yendiye entelektüel gereksinimler tatmin edilebilmektedir. Tatmin duygusunun yemek yenen mekânla



ilgisinin olduğu, bu çalışmadan elde edilen bulgularla da desteklenmiştir. Üstelik bu entelektüel gereksinimin karşılanmasında kusursuz servisin yanı sıra; misafir gibi karşılanma, saygı görme gibi kısmen egonun tatmin edilmesini içeren taleplerin de etkisi vardır:

*"Mekân seçimimde iki şey beni çok etkiliyor. Biri sunum ekibi. Kesinlikle... Yani lakayt, özensiz ve kibirli davranışlar asla hoşuma gitmiyor. İkincisi ise, güürültülü müzik. Bir yerde güürültülü, çok sesli müzik varsa yemeğin dışında kuvvetli bir uyarıcı olduğu için ben kendimi yemeğe veremiyorum. Hem bence orada işletme 'kalk git' şeklinde dile getirmedikleri bir kabalık da sergiliyor."* (Baran, Mühendis, 45).

*"Garsonların kültürlü olması önemli. Aslında hangi işte olursa olsun bir insan kültürlü olmalı. İlla herkes okuyacak diye bir şey yok. Ama genel kültür farklı bir şey. Abi-Abla diye hitap etmek ayrı Beyefendi-Hanımefendi demek ayrı. Yanlış anlaşılmasın, kimse kimsenin efendisi değil ama saygı, nezaket yani sıcaklığı ve samimiyeti saygıyla vermek önemli."* (Özgür, İşletmeci, 35)

Yukarıdaki örneklerde bazı görüşmecilerin, ekonomik sermayelerinden ve statülerinden dolayı 'özel ilgiyi ve hizmeti' bekledikleri ortaya çıkmıştır. 'Kendini özel hissettiren ve seçkin mekân' arayışının dışında ikinci yaklaşım ise kültürel rölativizm kıstasıdır. Görüşmecilerden bazıları gittikleri mekânda farklı sınıfsal kesimlerden ve farklı kültürden insanların var olmasından rahatsızlık duymamakta, bilakis hizmet açısından her misafirin eşit addedildiği mekânlarda daha rahat hissetmektedirler:

*"Ben tüm sınıf üyelerinin bulunduğu, herkesi kucaklayan yerleri seviyorum. Bakın, dini hassasiyetim yok ama siyasi hassasiyetim var diyebilirim işte. Sosyalistim ben. Öyle aristokratvari yemek biçimleriyle hiç ilgim yok. Herkesçe erişilebilir olan mekânlarda zevkle yemek yerim."* (Mehmet, Esnaf, 47)

*"Gittiğim yerin popülaritesi asla önemli değil. Hiç meşhurluğuna bakmam. Katılımcıları, nezihliği, dekoru falan hiç önemli değil. Lezzetli yemek sunan her kesimden, çeşit çeşit misafir ağırlayan mekânları da severim"* (Esin, Diş Hekimi, 42)

*"Hayatın her yönünü görmek isterim. Yemek zaten biraz bunu da sağlıyor. Hayatın farklı yönlerini, fakirin de, sosyetenin de nasıl yaşadığını görebilmenin bir vesilesi de yemek ortamları değil mi zaten... Deniz ortasında balıkçı abinin hazırlayıp elime tutuşturduğu şey de bambaşka, moleküler gastronominin hâkim olduğu bir mutfak da..."* (Seher, Ev Hanımı, 29)

Gastronomi; hükümdarların, onların yakın çevrelerinin, din liderlerinin ve tüccarların mutfaklarında gelişmiştir. Bu zümrelerin ortak paydası; servet, kültür ve boş zamandır (Beşirli, 2017, 170). Dolayısıyla bu örneklerden yola çıkılarak görüşmecilerin mekân konusundaki bu 'toleranslı' tutumlarının yanıltıcı olmaması gerektiği söylenmelidir. Zira kendisiyle görüşülen ve bu çalışmada 'gündelik gurme' olarak adlandırılan görüşmecilerin hepsinin belli bir düzeyde geliri vardır. Zaten bu gelir sayesinde 'gurme' kaygıları oluşmuştur. Hatta eşi de kendi gibi öğretmen olan Uğur açıkça söylemiştir:

*"Bilirsiniz işte, beslenme sınıfsal. Benim artı değerim, fazladan param olmasa nasıl olacak. Bugün bir Amerika'ya gitmek kolay mı? Diğer öğretmen meslektaşlarım karın doyurmak odaklı, biz ise özgünlük, rafinelik, lezzet arayışındayız. Bu keşif konforunu ailemden ve mülklerimizden gelen ek maddi desteğime borçluyum. Aksi halde mümkün olmazdı zaten."* (Uğur, Öğretmen, 39)

Görülmektedir ki, katılımcılar yemeğe beslenmek ve karın doyurmak dışında 'deneyim', 'lezzet', 'keşfetmek' gibi motivasyonlarla yaklaşmaktadırlar. Dolayısıyla araştırma kapsamındaki kişiler, bir zorunluluktan ziyade maddi güçlerinin de yardımıyla tercihlerine kulak vererek mekânsal bir ayrılaşmaya doğal olarak gitmektedirler.

#### 4.5. Güvenilir Gıda ve Sağlıklı Beslenme Sorunsalı

Değişen sosyal dinamiklerle, günden güne gelişen teknoloji ve/ya iletişim seçenekleriyle gastronomide ve beslenme şekillerinde yeni trendler gözlemlenmektedir. Örneğin tüketim toplumunda "bedenin yeniden keşfedilmesiyle" birlikte güzellik algıları değişmiş, kitle iletişim araçlarının bombardımanı ile zihinlere yeni güzellik imajları yüklenmiştir (Günindi Ersöz, 2010, 37). Bu sözde "ideal" beden tasvirleri anoreksiya ve blumia gibi sosyolojik temelli hastalıkların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Öyle ki, sosyolojinin, psikiyatrinin, ekonomi ve medya çalışmalarının ayrı ayrı konusu olabilecek olan bu durum, bu kısıtlı metin yerine ayrıca bir çalışmayı hak etmektedir.

Son dönemde ise yeni bir kavramsallaştırmadan söz edilmektedir. Sağlıklı beslenme tarzına sahip olmayı takıntı haline getirme anlamına gelen Ortoreksiya Nervoza bu yeni durumu ifade etmek için kullanılmaktadır (Özkefeli Hamurcu, 2019, 22). Ortoreksiya nevroza, ekonomik, biyolojik, psikolojik ve sosyolojik faktörleri kapsayan, beslenme sürecine ilişkin zihinsel bağlamda takıntılı olma durumunu ve uğraşmayı tanımlamaktadır (Akgül, 2018; Nevin ve Vartanian, 2017). Ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi yaptırımlar, güç savaşları, çevresel sorunlar ve artan soğuk gıda zincirleri, ne yediğini bilmek isteyen şüpheli tüketicilerin artışına neden olmuştur. Bu çalışma kapsamında görüşülen kişilerde de, takıntı



derecesinde olmamakla birlikte benzer bir hassasiyet gözlemlenmiştir. Görüşmeciler, gıdaya şüpheyle yaklaşan, ne yediği konusunda bilgilenmek isteyen kuşkucu bir eğilim taşımaktadır. Örneğin aynı zamanda bir fitoterapist hekimin danışanı olan Esin, görüşme esnasında çalışanın kendisine getirdiği bitkisel içerikli tabletleri tüketirken bu durumu şöyle açıklamıştır:

*“Sağlıklı beslenme, güvenilir gıda benim için önemli. Hayatımda son iki üç yıldır bu konuda çok kafa yormaya başladım. Gelen gıdayı seçerim. Tamamen doğal beslenmeye çalışıyorum. Tabii ki, fiyatları farklı ama sorun değil. Çünkü ben o buğdayla bize ne yüklediklerini biliyorum.” (Esin, Diş Hekimi, 42)*

Görüşmeciler, sadece bireysel beden sağlıklarının dışında halk sağlığıyla da ilgilidir. Tarım politikaları, çiftçinin güncel durumu, ithalat kararları ve gıda güvenliğini etkileyen politikalar görüşmecilerin ilgi alanıdır:

*“Ben biraz şüpheciyim. Sonuçta bu, politik kararların ve anlaşmaların bir sonucu. Örneğin İdlid krizini aşmak için Rusya bizden alacak olduğu domatesin miktarını artırdı. Bunu dışında, Türkiye inanılmaz şekilde ithalata bağlı yaşar oldu. Oysa biz tarım ve hayvancılık ülkesiydik... Ben Hollanda’dan gelen, gümrükte sıkıntı yaşandığında sınırda bekletilen holstein ineği yemek istemem. Mutfağımdaki sarımsağa birkaç gün önce baktım, Fransa’dan gelmiş. Bizdeki Taşkoprü dururken...” (Gülse, Sosyal Çalışmacı, 33).*

*“Devlet halkının nasıl beslenmesini isterse onu öyle besler. Dünyanın en büyük soğuk zincirlerinden biri McCain, ülkemizde patates ithal edecek diye duyuyoruz. Doğru mu bilmiyorum ama doğru olmamasını diliyorum, bizim patatesimize ne olmuş. Ekonomi her şeyi etkiliyor ama bence en çok midemizi ve sağlığımızı... Bence tarım politikamız konusunda daha bilinçli ve hassas olmalıyız, bu önemli. Türkiye’de tarım sadece Adana’da yapılmıyor ki. Topraklarımız çok zengin çok, neler yapılmaz.” (Özgür, İşletmeci, 35).*

Güvenilir gıdaya yönelik artan bu hassasiyetin dışında görüşmeciler, yeni tarz beslenme hareketleriyle de ilgilidir. Son dönemde aynı zamanda bir kimlik olarak da karşımıza çıkan yeni küresel hareketler söz konusudur. Vegan ve vejetaryen beslenme tarzı bunlardandır. “Dünya’da hızla artış gösteren vegan ve vejetaryenlik bir yaşam tarzı ve etik bir yaklaşım haline gelmiştir” (Singer, 2005, 224-255). Hayvansal hiçbir gıdayı tüketmeden, besin ihtiyacını sadece tahıl, sebze ve meyve ile karşılayan veganlar; ipek, deri gibi hayvansal ürünlerden yapılmış kıyafetleri kullanmadıkları gibi, canlı hayvanların kullanıldığı bir film ya da gösteriyi de izlemezler (Kınikoğlu, 2015). İlk kez “1944 yılında bir topluluk olarak ortaya çıkan vegan hareket, sosyal medyanın bu yönde aktif olarak kullanılması ve beslenme alışkanlıklarının bir statü bildirgesi olması nedeniyle günümüze kadar birçok kişiye ulaşmıştır” (Yılmaz, 2018, 54-55). Fakat –özellikle- vegan kişiler bazen mizahi bazen de sert bir şekilde eleştirilmekte ve alay konusu olabilmektedir:

*“Kabul etsek de etmesek de B12 vücut için olmazsa olmaz. O da ette var. Yüzyıllar boyunca avcı toplayıcı genlerden gelmişiz. O et o vücuda girecek. Bir de nasıl desem –gülerek- veganlığın, vejetaryenlerin bir eore sonrası LGBT gibi geliyor bana. Yani tuhaflar, böyle entel entel takılmalar falan... Hakikaten yapay buluyorum.” (Mehmet, Esnaf, 47)*

*“Asla anlamıyorum. Kesinlikle sonunda bırakıyorlar. Benim Almanya’da çok arkadaşım vardı vejetaryen ya da vegan, yıllar sonra sadece bir tane kaldı devam eden. Böyle genç yaşta hippy bir yaşam olarak rağbet görüyor ama sonunu getiren pek yok.” (Seher, Ev Hanımı, 29)*

*“Bir de şu var; vegan ve vejetaryenlerin yedikleri bitkisel şeyler de canlı. Mesela marulun toprakta yaşama hakkı var. Siz onu yaşamını sonlandırdınız. O zaman bu da bir haksızlık. Bence doktrinleri ile çelişiyorlar.” (Tuba, Akademisyen, 36)*

*“(Gülerek) Valla Allah onlara şifa versin. Batman’da ben daha hiç vegan biriyle karşılaşmadım. Batman üniversitesinde bir tane vejetaryen arkadaş var, o da batılı. Benim ailemde de yok mesela. Eşimin ailesinde var, onlar da batılı. Hakikaten, hiç düşünmemiştim bunu... Vejetaryen ve veganlar –varsa tabii- ne yapıyor ki burada. Alternatif alışveriş kaynakları kısıtlı. Dışarıda yemek onlar için mümkün olmayabilir. Çünkü bizde etsiz olup ayrıca yemek sunan restoran yok. Bunun dışında bir yığın mahalle baskısı diyorsunuz değil mi siz, o da yaşanır. Çünkü etrafımda bununla ilgili epey önyargı gözlemliyorum.” (Baran, Mühendis, 45)*

Böyle görüşmecilerin dışında katılımcıların, bu yeni hareketlere karşı uyumlu, ilgili ve saygılı olduğu görülmüştür.

*“Kimi vejetaryen tarifleri yapıyorum, inanın hiç fena değil. Bir defa bu sadece bir yeme stili değil. Bir hareket, bir dava... Mesela bizim insanlarımızın onlara karşı ciddi bir önyargı taşıdıklarını biliyorum. Anarşist gibi algılayan mı dersin, şımarık bir entel grup olarak damgalayan mı? Bunlar doğayı, canlıyı, iklim değişikliğini, çocuklarımızın geleceğini dert eden insanlar. Bu yüzden saygı duyuyorum. Ama her hareketin içinde olduğu gibi bunlarda da bağnaz var. Yani bize yamyammuş gibi*



*yaklaşımı... Ben yapamam. Etin, sütün, yumurtanın, saf balın benim için ne kadar önemli olduğunu biliyorum. Ama mutfağın sınırlarını genişlettikleri de bir gerçek.”(Gülse, Sosyal Çalışmacı,33)*

*“Benim bir sürü vegan/vejetaryen arkadaşım var. Hayvansal gıdaları aşırı derecede tüketmemiz hem sağlığımız hem de doğal yaşam zenginliğimiz için tehlikeli. Kimse gezegenin sonunu düşünmüyor. Evet, veganlar hakkında özellikle tepki gösterenler oluyor ama bence çok yanlış.”(Bülent, Turizmci, 61)*

Anlaşılan, beslenme şekline yönelik önyargılar giderek azalmaktadır. Bu doğrultuda restoranlarda, otellerde ve çeşitli mekânların mönülerinde bir revizyona gidilmektedir. Tanınmış süpermarket zincirleri vegan raf düzenlemeleri yapmakta, internet sitelerinde vegan dükkânlar açılmaktadır. Bu durum Türkiye mutfağını yeni lezzetlerle karşılatmıştır. Demek oluyor ki, toplumsal değişmeye bağlı olarak mutfağın sınırları yeniden ve yeniden çizilip durmaktadır.

## 5. SONUÇ

Kadim yemek olgusunun sosyal hayatla, yani siyasetle, üretim ve dağıtım ilişkileriyle, çalışma koşullarıyla, aile hayatıyla, toplumsal cinsiyetle, dinle, hukukla ve medyayla münasebeti bulunmaktadır. Yemek sosyolojisi günlük etkileşimlerin, ilişkilerin, söz ve edimlerin, üzerinde düşünmeyi ihmal ettiğimiz sosyal örüntülerin içine gömülü olan gerçeklikleri anlamamız için önemli ipuçları sunmaktadır. Dolayısıyla temel problemi, Batman'daki gündelik gurmeleri irdelemek olan bu çalışmada yemek sosyolojisinin izinden gidilerek kimi bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmada farklı etnisite, din ve kültürlerin beraber olduğu Batman'da, toplumsal değişimin yemeği ve yemeyi nasıl şekillendirdiği anlaşılmasına çalışılmıştır. Böylece günlük bakışın ötesine geçmemize imkân sağlanmıştır.

Bu çalışmanın vardığı en önemli bulgulardan biri; görüşmecilerin yemeği bir sosyal beyan olarak görüyor olmaları durumudur. Onlar için yemek yemek basitçe, biyolojinin bir şartını yerine getirmenin sonucu değildir. Katılımcıların büyük bölümü yemeği -Bourdieu'dan mülhem- tanıma ve/ya tanınmanın bir yolu olarak kavramaktadır. Yemekle ilgili eğilimler etnisite, sınıf, bilinç, kültür ve inanç gibi olguların bir yansımasıdır. Bu olgular yemekle ilgili beğeni ve pratiklerde kendini göstermektedir. Bunun dışında görüşmeciler, yemek ve haz/keşif arasında bir bağ kurmuşlardır.

Bu çalışma bize dini inancın, oldukça basit ve sıradan bir eylem gibi görünen yeme-içme davranışı üzerindeki etkisini anlatmıştır. Çoğunluğu Şafii mezhebinden olan ve tümü Müslüman olan görüşmecilerin yemek yerken ki dini hassasiyetleri, onlarla ilgili varılan ortak bulgulardandır. Dini endişelerin ve kaidelerin, görüşmecilerin birçoğunun yeme-içme davranışını etkilediği görülmektedir.

Katılımcılar, yemek medyasıyla ilgilidirler. Tadım şovları, sunum gösterileri, açılış yarışmaları onları bir taraftan bilgilendirmekte ve bir taraftan da onlara yemekle ilgili bir dizi pratik telkin etmektedir. Yer imleyen, yiyip içtiğinin fotoğrafını çeken, çekinerek de olsa kimi zaman bunu sosyal medya hesaplarında paylaşan görüşmeciler, yemeğin kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaşadığı ve yaşattığı etkileri anlamak için önemli bir fotoğraf sunmuştur.

Görüşmelerde mekânsal kaygılara da rastlanmıştır. Görüşmecilerin çoğu lezzet peşinde olduklarını ifade etseler de, hijyen koşulları, ışıklandırma, müzik, oturma planı, renk seçimi gibi unsurlara da işaret etmişlerdir. Batman'da giderek farklılaşan toplumsal kesimlere yönelik farklı hizmet sunan mekânlar bulunmaktadır. Ancak farklı gelir ve kültür gruplarının mekânda dağılımını kolaylaştırmak yine pek de mümkün olmamaktadır. Örneğin alkollü mekân ya da farklı beslenme tiplerine alternatif oluşturan vegan/vejetaryen mutfaklar bulunmamaktadır. Bunun dışında dünya yerel mutfakları, barlar, publar, şarap evleri vs... gibi almaşıklar da yoktur. Buna rağmen bazı görüşmeciler kendilerini özel hissettiren, seçkin ve nezih mekânlara yönelme eğilimindedirler. Bir diğer eğilim de kültürel ve sınıfsal rölativizm kıstasıdır. Görüşmecilerden bazıları farklı toplumsal sınıflardan, farklı kültürden insanların olduğu yerleri tercih etmekte ve her misafirin eşit addedildiği mekânlarda daha rahat hissetmektedirler. Ancak bu çalışmada 'gündelik gurme' olarak adlandırılan görüşmecilerin hepsinin belli bir düzeyde geliri bulunmaktadır. Zaten bu gelir sayesinde 'gurme' kaygıları oluşmuştur. Dolayısıyla araştırma kapsamındaki kişiler, maddi güçlerinin de yardımıyla tercihlerine kulak vererek mekânsal bir ayrılaşmaya doğal olarak gitmektedirler.

Sosyal dinamik, güvenilir gıda konusunda ilgi, şüphe ve talebi artırmış görünmektedir. Görüşmeciler, tarım politikalarını irdeleyen, ithalat kararlarını tartışan, sağlıklı beslenmeye özen gösteren ve ne yediği konusunda bilgilenecek isteyen kuşku ve hassas bir tutum sergilemektedirler. Bunun yanında, yeni tarz beslenme hareketleriyle de ilgilidirler. Aynı zamanda bir küresel karşıt kimlik olarak kendini inşa eden vegan ve vejetaryen beslenme tarzı, görüşmecilerin ilgili olduğu başka bir alandır. Araştırma kapsamındaki katılımcıların bu konuda söyleyecekleri sözleri vardır. Bilhassa vegan kişiler, bazı





görüşmeciler tarafından mizahi ve alaycı bir şekilde eleştirilse de, beslenme şekline yönelik önyargıların giderek azalmakta olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmada, Batman'daki yemek severlerin mutfaklarındaki değişimlere bakılarak toplumsal değişimle ilgili ipuçları yakalanmış ve yemek eksenli sosyolojik bir fotoğraf ortaya koymak mümkün olmuştur. Demek oluyor ki, toplumsal değişmeye bağlı olarak mutfağın sınırları yeniden ve yeniden çizilip durmaktadır. Kimliklerimiz, sınıfsal farklılıklarımız, yeme pratiklerimiz, iletişimsel eylemlerimiz, ortaklıklarımız ve ayrılıklarımız yemek üzerinden yeniden tanımlanmaktadır.

#### KAYNAKÇA

- Akgül, P. Gizem (2018). *Özel Bir Hastanede Çalışan Personelin Obezite Önyargılarının ve Ortorektik Davranışlarının Değerlendirilmesi Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Anderson, D. Tommy & Mossberg, Lena (2004). The Dining Experience: The Restaurants Satisfy Customer Needs?. *Food Service Technology*, Vol.4, p. 171-177.
- Barthes, Roland (1997). Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. *Food and Culture: A Reader*, (Ed: Penny Van Esterik), London: Routledge.
- Berger, Peter L. (1994). *Dinin Sosyal Gerçekliği*. (çev. Ali Coşkun), İstanbul: İnsan Yayınları.
- Beşirli, Hayati. (2017). *Yemek Sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bottomore, Tom ve Nispert, Robert (1997). *Sosyolojik Düşünmenin Tarihi*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (1997). *Televizyon Üzerine*. (Çev. Turhan Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre. (2006). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*. İstanbul: Hil Yayın.
- Bourdieu, Pierre. (2014). *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Ankara: Heretik Yayın.
- Carlson, Bo & Svensson, Martin (2015). Masterchef and The Sportification of Popular Culture. Published on idrottsforum.org, 1-16. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/286926045\\_Masterchef\\_and\\_the\\_sportification\\_of\\_popular\\_culture](https://www.researchgate.net/publication/286926045_Masterchef_and_the_sportification_of_popular_culture)
- Dedeoğlu, Ayla ve Savaşçı, İpek (2005). Tüketim Kültüründe Beden Güzelliği ve Yemek Yeme Arzuları: Kadınların Tüketim Pratiklerine Yansıması. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt:5, Sayı: 1, s. 77-87.
- Durkheim, Emile. (1994). *Sosyolojik Metodun Kuralları*. İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Eliade, Mircea (1995). *Dinin Anlamı ve Sosyal Fonksiyonu*. (çev. Mehmet Aydın), Konya: Din Bilimleri Yayınları.
- Göker, Emrah (2001). Durkheim'in Sol Eli: Pierre Bourdieu'nün Muhalefeti. *Praksis*, 3, s: 228-251.
- Günindi Ersöz, Aysel (2010). Tüketim Toplumunda "Sıfır Beden" Söylemi: Neden ve Sonuçları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 2, ss: 37-53.
- Hekimoğlu, Gülsüm. (2019). *Televizyondaki Agora: Bir Kamusal Alan İmkânı Olarak Televizyon*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kümbetoğlu, Belkıs (2012). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kaymak, Gülsüm. ve Aykaç, Öztürk, Nilüfer. (2014). Milliyetçi Kimliğin Dinsel Dönüşümü. *Journal of Turkish Studies*, Cilt:9, Sayı:11, s: 333-344.
- Kınikoğlu, Murat (2015). *Vegan Beslenme*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık
- Layder, Derek (2010). *Sosyal Teoriye Giriş*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Mardin, Şerif. (1995). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Nevin, M. Suzanne ve Vartanian, R Lenny (2017). The Stigma Of Clean Dieting And Orthorexia Nervosa. *Journal of Eating Disorders*, 5(1), 37.
- Neuman, Lawrence (2017). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel Nicel Yaklaşımlar*. (Çev. Sedef Özge). Ankara: Yayın Odası.
- Özkefeli Hamurcu, Tuğçe, Gözde (2019). *Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nervoza Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Phillipov, Michelle (2012). Communicating Health Risks Via the Media: What Can We Learn from MasterChef Australia? *The Australasian Medical Journal*, 5 (11), 593.
- Postman, Neil (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. (Çev. Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Singer, Peter (2005). *Hayvan Özgürleşmesi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Symons, Michael (1994). Simmel's Gastronomic Sociology: An Overlooked Essay. *Food and Foodways*, Vol. 5(4), 333-351.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı. (t.y.). Erişim Adresi: [www.gap.gov.tr/batman-sayfa-5.html](http://www.gap.gov.tr/batman-sayfa-5.html)
- Ulutürk, Muammer. (2013). Etno-Dinsel Bir Topluluk Olan Ezidilerin Batman ve Çevresindeki Son Yerleşim Yerleri Ve Nüfusları Üzerine. *Journal of Turkish Studies*, Cilt:8, Sayı:5, s: 841-848.
- Yıldırım, Ergün. (1999). *Değişen Din Anlayışının Sosyolojisi*. İstanbul: Bilge Yayıncılık.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Ayşe, Büşra (2018). *Yeni Medya ve Toplumsal Hareketler: Vegan Hareketi Örneği Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Medya ve İletişim Sistemleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.