

Rojen Dağı'ndan Uludağ'a Göç: Mekân, Aidiyet ve Rojen Pastanesi

Immigration From Rojen Mountain to Uludağ: Space, Belonging and Rojen Patisserie

Öznur CUMHUR*, Serhat BİNGÖL**, Nurdan SEVİM***

*(Sorumlu yazar) Dr. Öğretim Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, 11300, Bilecik.

E-Posta: oznur.cumhur@bilecik.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4486-2959

** Dr. Öğretim Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, 11300, Bilecik.

E-Posta: serhat.bingol@bilecik.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9312-4552

*** Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 11300, Bilecik.

E-Posta: nurdan.sevim@bilecik.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2658-4943

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 26 Mayıs 2023

Birinci düzeltme: 19 Temmuz 2023

İkinci düzeltme: 25 Ağustos 2023

Kabul: 28 Ağustos 2023

Anahtar sözcükler: Göç, Aidiyet, Geçiş mekânları, Gastronomi, Rojen Pastanesi, Göçmen girişimciliği.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 26 May 2023

Resubmitted: 19 July 2023

Resubmitted: 25 August 2023

Accepted: 28 August 2023

Key words: Immigration, Belonging, Transspaces, Gastronomy, Rojen Patisserie, Migrant entrepreneurship.

ÖZ

Bulgaristan göçmeni bir ailenin Bursa'da kurdukları ve üç kuşaktır işlettikleri Rojen Pastanesi, göç ettikleri yerden getirdikleri tariflerle hem Bursalılara hem de göçmen müşterilerine 1977 yılından beri hizmet vermektedir. Bu süreçte ailenin Rojen Pastanesi'ne yüklediği sembolik anlamlar ve göçün gastronomiye etkisinin anlaşılması önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, Rojen Pastanesi'nin göç, mekân, geçiş mekânları, aidiyet, gastronomi ve sosyal ortam bağlamında incelenmesidir. Anlatı yaklaşımından yararlanılarak yapılan bu nitel çalışmada ilk olarak, ikincil kaynaklardan veriler elde edilerek Rojen Pastanesi hakkındaki ilk bilgilere ulaşılmıştır. Sonrasında ise Rojen Pastanesi'ne ziyaretler yapılmış ve işletme ortaklarından iki kişiyle yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Buna göre Özgür Ailesi, göçün yıkıcı olabilecek etkisini azaltmak için Rojen'e sığınmış ve bu mekâna yükledikleri anlam, semboller ve Bulgaristan'dan taşıdıkları yiyecek ve içeceklerle bir aidiyet geliştirmiştir. Böylece göçmenler Rojen aracılığıyla aidiyet duygularını koruyarak, birbirleriyle etkileşime geçebildiği ve kültürel deneyimleri paylaşabildiği bir sosyal ortam yaratmışlardır. Sonuç olarak Rojen; sunduğu ürünler, oluşturduğu sosyal ortam ve konuşulan dil ile bir zamanlar Bulgaristan'da sahip oldukları yuva statüsüne kavuşmuştur.

ABSTRACT

Rojen Patisserie, which was established by an immigrant family from Bulgaria and has been operating for three generations in Bursa, has been serving both Bursa residents and immigrant customers since 1977 with the recipes they brought from their country of immigration. In this process, it is important to understand the symbolic meanings that the family attributes to Rojen Patisserie and the impact of immigration on gastronomy. The aim of this study is to analyze Rojen Patisserie in the context of immigration, space, transspaces, belonging, gastronomy, and the social environment. In this qualitative study using a narrative approach, initial information about Rojen Patisserie was obtained using secondary sources. Subsequently, visits were made to Rojen Patisserie, and semi-structured in-depth interviews were conducted with two of the business partners. Accordingly, the Özgür family took refuge in Rojen to reduce the potentially devastating impact of immigration and developed a sense of belonging through the meaning, symbols, and food and drink they brought from Bulgaria. Thus, through Rojen, immigrants have created a social environment where they can interact with each other and share cultural experiences while maintaining their sense of belonging. As a result, Rojen has attained the status of a home they once had in Bulgaria, through the products it offers, the social environment it creates, and the language it speaks.

GİRİŞ

Burada olan ancak buranın yerlisi olmayan, normalde olması ve yaşaması gereken yerin dışında yaşayan kişiler göçmen olarak adlandırılır. Gö-

çün her ne kadar bitişi var gibi görünse de göçmenler için bir devamlılık gösterir ve kuşaktan kuşağa aktarılır. Dolayısıyla göçmenlik, bir süre sonra biten bir olgudan ziyade, her zaman de-

vam eden bir süreçtir. Sonu olmayan göçmenlik olarak da adlandırılabilir bu durum; kültürel farklılıklar, dış görünüş, dil kullanımı, yaşam tarzı, her türlü tüketim gibi görünür ve algılanabilir özellikler üzerinde etkilidir. Göçmenler, yeni yaşamlarına başlarken sahip oldukları deneyimlerini, kültürlerini, inanışlarını da bavullarında ve yüreklerinde taşırlar. Ait olma duygusunu derinden etkileyen göç sürecinde bireyler, arkasında pek çok şeyi bırakırken değer yargılarını, kültürlerini, inanışlarını ve kimliklerini ise yanlarında taşırlar (İlgın ve Hacıhasanoğlu 2006).

Göçmenler tıpkı dinleri, dilleri, gelenek ve görenekleri gibi yeme içme alışkanlıklarıyla beraber göç ederler (Sibal 2018). Göç sürecinin başlangıcında yiyecek ve içecek, belki dil ya da din kadar önemli olmasa da ya da unutulmuş gibi görünse de göçmen bir kez yerleştikten sonra onları geri almakta gecikmez ve göç ettikleri mekânın alışkanlıklarını geri kazanmaya başlar (Gabbacia 1998). Göçmen için "Yiyecek ve içecek neden önemlidir?" sorusunun cevabı, kültürel şoku atlatmak, aidiyet duygusundaki boşlukları doldurmak ve bilinen tatların olduğu, kokusunun bulunduğu bir restoran ya da kafede olma hissiyle açıklanmaktadır. Örneğin, on gün yurtdışında olan bir Türk'e bir dönercinin ya da kebabçının önünden geçerken yöresel bir yemeğin kokusu ne kadar tanıdık geliyorsa, evini özleyen bir Bulgaristan göçmeni de bilindik bir yemekle karşılaşması neticesinde sevgiyi ve nefreti belki de aynı anda yaşamaktadır. Bulgaristan'a özgü lezzetlerden *Banička*, *Milinka* veya *Kifla*'nın tadına bakan biri, kendisini zihinsel olarak Bulgaristan'da hisseder. Bu ürünler, kişinin bulunduğu mekânla olan ilişkisini yeniden canlandırmasına yardımcı olur. Dolayısıyla yiyecek ve içeceğin, birçok göçmen ve hatta uzun süredir yerleşik olanlar için bir yuva hissi uyandırdığı söylenebilir.

Nesnel olarak yemek ve ona ait ritüeller; dil, din, düğün, doğum, cenaze, bayram ve kimlik gibi önemli kodlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Johnson 2016; Miranda-Nieto ve Boccagni 2020). Öznel olarak ise yemek, kişinin huzur duyduğu, önceki deneyimlerini ilişkilendirebildiği, huzur ve ilişkiyi devam ettirmesini sağlayan derin duyuşal boyutlara sahiptir. Ay-

rica Abbots'un (2016) vurguladığı gibi yemek ve onunla ilgili pratikler, mekânı ve zamanı aşarak göçmenleri yuvalarında hissettirir. Bu nedenle yemek, anlamı ve ona eşlik eden zengin duyuşal deneyim ile hayal edilen ve özlenen ya da arzulan yuvanın sürekli bir hatırlatıcısı olarak görülür.

Göçülen yerde göçmen; yemeklerine ait reçeteleri hazırlayabildiği, tüketime sunduğu ve ticarileştirebildiği restoranlar, kafeler ve pastanelerle diğer göçmenleri küçük mahrem alanlarından çıkartarak *geçiş mekânlarına* (*transspaces*) taşımaktadır (Boccagni 2017). Yemek etrafında şekillenen bu geçiş mekânları, göçmenlerin göçtükleri yerlerde aidiyet duygusunu geliştirebilmeleri, birbirlerini bulmaları, sosyalleşmeleri ve yeni karşılaştıkları kültür içinde yaşadıkları şoku atlatmaları için oldukça önemlidir (Üçok 2006; Hall ve Sevim 2020). Ayrıca bu mekânlar, göçmenlerin seçtikleri yaşam tarzlarının, gelir durumlarının ve içinde yaşadıkları kültürlerin simgeleştiği *sosyal ortamlardır*.

Türkiye'de göçmen kimliğiyle kurulup kuşaktan kuşağa aktarılmış kadim işletmelere bakıldığında, bu işletmelerin büyük bir kısmının Osmanlı İmparatorluğu'nun merkezden uzak bölgelerinde bir alanda *ustalık* kazandıktan sonra göç eden kişilerin kurdukları aile işletmeleri olduğu görülmektedir (Koçel 2006). Örneğin; Kosovalı bir aile işletmesi olan Goralı Sandviçleri (Bingöl 2019), Yugoslavya kökenli Akman Bozaları (Aydın ve Aydın 2019), Yunanistan kökenli Trakya Lokantası (Akyar vd. 2021) ve Rusya'dan göç eden bir aile işletmesi olan Ayazpaşa Rus Lokantası (Unutmazlar vd. 2007) nesiller boyu yaşamını sürdüren göçmen işletmelerdir. Türkiye'de yaşayan gayrimüslimlerin yurtdışından getirdikleri pastacılık ürünleri ve gelenekleri de sektörün şekillenmesinde ayrıca önemli bir rol oynamıştır (Özay vd. 2022). Türkiye'ye gelen göçmenlerin yanı sıra, sosyo-ekonomik nedenlerle yurtdışına giden Türklerin göç hareketleri de gastronomik çeşitliğinin artmasında oldukça kritiktir. Rusya, Polonya ve İran'a göç eden Karadenizliler, bu ülkelerde pastacılık ve fırıncılık gibi alanlara yönelerek, yeni beceriler kazanmış ve bu öğrendiklerini önce Karadeniz Bölgesi'ne,

ardından da Anadolu'daki diğer şehirlere taşınmışlardır. Göç hareketleri sonucunda pastacılık geleneğinde çeşitlenme sağlanmış, Karadenizliler tarafından farklı bölgelerde pastane ve fırınlar açılmıştır (Biryol 2016).

Göçmen girişimci kimliği ile 1977 yılında açılan Rojen Pastanesi, Bulgaristan'dan göç eden bir ailenin Bulgaristan'a özgü reçeteleri kullanarak Bursa'da üç kuşaktır işlettiği ve sadece Bursa'da yaşayanların veya göçmenlerin değil, şehir dışından ziyaretçilerin de uğradığı bir lezzet durağı olmuştur (Yıldırım 2022). Kültürel bağları canlı tutma, özgün tat deneyimi, kalite ve kültürel çeşitliliği destekleme gibi faktörler, Rojen Pastanesi'nin önemini ve araştırma mekânı olarak seçilme nedenlerini vurgulamaktadır. Göçmen girişimciliği ile açılan yiyecek ve içecek işletmelerinde genellikle kurum tarihi açısından incelemeler yapılmış olup, göçün mekâna yüklediği anlamlar ve aidiyet kavramına yönelik çalışmalara rastlanmamıştır. Bu çerçevede araştırmanın amacı Rojen Pastanesi'nin göç, mekân, geçiş mekânları, aidiyet, gastronomi ve sosyal ortam bağlamında incelenmesidir. Ayrıca Rojen Pastanesi'nin kurum tarihi ortaya koyularak, göçün gastronomiye etkisi ve girişimcilik süreci değerlendirilmiştir. Böylelikle, göç sürecinin göçmen girişimciliği ile açılan mekâna yüklediği anlamların daha iyi anlaşılması sağlanacaktır.

İNCELEME YAKLAŞIMI

Kurum tarihi incelemelerinde, genel kabul görmüş bir inceleme yaklaşımı mevcut değildir (Tekin 2008). Ancak genel olarak birincil (sözlü tarih kaynakları ve görüşmeler) ve ikincil kaynakların (kitaplar, haberler, gazete, dergi ve diğer yayınlar) kullanıldığı görülmektedir (Bingöl 2019; Çelik Yeşil 2019; Çiçek ve Kozak 2022). Rojen Pastanesi'ne yönelik yapılan bu çalışmada hem birincil hem de ikincil kaynaklar kullanılmıştır.

Çalışmanın amacına bağlı olarak yapılan bu nitel çalışmada anlatı yaklaşımından yararlanılmıştır. Öncelikle araştırmacılar, Rojen Pastanesi ile ilgili ikincil kaynaklara ulaşmak üzere taramalar yapmıştır. İkincil kaynaklar, Rojen Pastanesi hakkındaki tüm verileri oluşturmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın ilk aşaması olan bu

aşamada betimsel yaklaşımla doküman taraması yapılmıştır. Bu aşamada *Rojen ve Rojen Pastanesi* anahtar sözcükleriyle veri tabanlarında ve arama motorlarında tarama yapılmış ve herhangi bir ölçüt aranmaksızın tüm kaynaklara ulaşma hedefi benimsenmiştir. Ancak bu taramalar sonucunda yalnızca bir yerel gazete haberine ulaşılabilmektedir. Bu gazete haberinden işletme hakkında temel bilgiler elde edilmiş, ardından görüşmelerden elde edilen bulgular ile karşılaştırılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında ise Rojen Pastanesi hakkında derinlemesine bilgilere ulaşmak için görüşme tekniği kullanılmıştır. Öncelikle, işletme ve işletmenin ürünlerini görmek ve araştırmaya uygunluğunu anlamak üzere ilk ziyaret gerçekleştirilmiştir. Ardından, işletme ortaklarından resmi görüşme için gerekli izinlerin alınması ve araştırma hakkında bilgi verilmesi amacıyla ikinci ziyaret gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretler sonucunda görüşmelerin, Rojen Pastanesi'ni kuran ve bugüne kadarki süreci yöneten Asım Özgür, yaşı itibarı ile bu sürece tanıklık eden ve işletmeyi yöneten büyük oğul Aydın Özgür, işletmenin ortağı küçük oğul İlhan Özgür ve üçüncü kuşaktan işletme çalışanı Melike Özgür ile gerçekleşmesi planlanmıştır. Ancak Özgür Ailesi, görüşmenin Asım ve Aydın Özgür ile yapılmasını uygun görmüşlerdir. Ayrıca, bu kişiler işletme isminin ve kendi bilgilerinin çalışmada kullanılmasına izin vermişlerdir.

Görüşme soruları, daha önce yapılan kurum tarihi çalışmalarından hareketle oluşturulmuştur. Toplam 10 sorudan oluşan görüşme formunun ilk soruları; "Rojen Pastanesi girişimciliği nasıl başlamıştır?", "Rojen ismi neden kullanılmıştır", "İşletmenin açılış öyküsünü anlatır mısınız?", "İşletmenin öncü ve örnek olduğu uygulamalar ile ürünler nelerdir?" şeklinde sıralanmıştır. Ancak yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinin gereği olarak ek sorular da sorulmuştur. Böylelikle, Rojen Pastanesi'ne yapılan üçüncü ziyarette bu kişilerle yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılarak veri toplama süreci tamamlanmıştır. Bu görüşmeler 26.01.2023 tarihinde Rojen Pastanesi'nde yapılmış olup toplam beş saat sürmüştür.

Görüşmelerin deşifre süreci üç araştırmacı ile tamamlanmıştır. Ardından veri analiz süreci başlamış ve bu süreçte kavramların belirlenmesi ve bu kavramların birbiriyle ilişkilerinin vurgulanması önemli bir rol oynamıştır. Son olarak, betimsel ve sistematik analiz yapılarak bulgular yorumlanmıştır.

Nitel araştırma yönteminde araştırmacılar, veri toplamada etkin bir role sahiptir (Patton 2014). Bu bağlamda, konumsallık araştırmacıların araştırma sürecinin doğal bir parçası olarak kendi varlıklarını araştırmaya olası etkileri açısından anlamaya yönelik bir metodolojik kavramdır. Araştırmacının benimsediği sosyo-politik geçmiş, araştırmacı konumsallığını belirleyen bir faktördür (Rowe 2014). Dolayısıyla, araştırmacı konumsallığı, katılımcılarla kurulan ilişkilere bağlı olarak içeriden veya dışarıdan bir perspektife sahip olma durumunu şekillendirir. Araştırmacının katılımcılarla benzer bir geçmişi paylaşması, içeriden bir perspektife sahip olmalarını sağlarken, araştırmacının katılımcılardan farklılıkları dışarıdan bir perspektife sahip olmalarına neden olur (Irgil 2022).

Sosyal bilimlerde, araştırmacıların katılımcılarla kurduğu içeriden veya dışarıdan ilişki hem araştırmacıların kendileri hem de katılımcılar tarafından belirlenir (Carling, Bivand Erdal ve Ezzi 2014; Nowicka ve Cieslik 2014). Bu nedenle, bu ilişkinin araştırma sürecine olası etkilerini değerlendirmek faydalıdır (Kaçar Tunç 2020). Bu noktada, araştırmacıların kendi konumlarını farkına varmaları ve araştırma sürecine etkilerini değerlendirebilmeleri için *düşünümsellik (reflexivity)* metodolojik bir tutum olarak bilinmektedir. Düşünümsellik, araştırmacıların kendilerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme, araştırmacı rolünü anlama ve ön yargılarının, inançlarının, kimliklerin ve deneyimlerinin araştırmaya olası etkilerinin farkında olma çabasıdır (Berger 2015). Bu çerçevede, araştırmacıların kendi sosyo-politik gerçekliklerini araştırma öncesinde değerlendirmeleri ve düşünümsel bir araştırma süreci izlemeleri gerekmektedir. Bu çalışmada araştırmacılar, araştırmanın tasarlanması, görüşme sorularının hazırlanması, işletme ziyaretleri, katılımcılarla kurulacak ilişkiler, veri analizi ve bulguların

yorumlanmasında aktif bir role sahip olmuştur. Bu nedenle araştırmacılar, dışarıdan bir bakış açısı benimseyerek ve düşünümsellik çabalarıyla bu rollerin farkında olarak, araştırma sürecine etkisini en aza indirmeye yönelik bir tutum içinde olmuşlardır. Bu kapsamda, araştırmada *inanılabilirlik, aktarılabilirlik, güvenilirlik/istinat ve doğrulanabilirlik* gibi *güven duyulabilirlik* ilkelerine (Lincoln ve Guba 1985) uyulmuştur.

Güven duyulabilirlik ölçütlerini sağlamak amacıyla, veri toplama işlemleri gerçekleşmeden önce katılımcılar, işletme ve kültür hakkında bilgi sahibi olmanın önemini göz önünde bulundurmıştır. Bu sebeple işletmeye ön ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretler sırasında müşteriden ziyade, araştırmacı kimliğiyle dışarıdan bir bakış açısı süreci başlatılmıştır (inanılabilirlik, güvenilirlik/istinat). Görüşmeler üç araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Bir araştırmacı soruları yönlendirmiş, bir diğeri notlar tutmuş ve üçüncü araştırmacı görüşmeleri kayıt altına almıştır. Böylelikle veri toplama ve analiz sürecinde karşılaştırmalı analizler yapılabilmektedir (inanılabilirlik, güvenilirlik/istinat). Ayrıca, araştırmacılar benzer konularda yapılan diğer araştırmaların bulgularını inceleyerek, verilerin yorumunda ön yargılarından bağımsız bir şekilde hareket etmişlerdir (aktarılabilirlik, doğrulanabilirlik). Veriler elde edildikten sonra, üç araştırmacı bağımsız olarak verileri analiz etmiş ve ortak temaları belirlemiştir (doğrulanabilirlik, aktarılabilirlik).

ROJEN PASTANESİ

Bulgaristan'dan Türkiye'ye göçler, Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminden 1990'lara kadar belli aralıklarla sürmüştür. Türkiye, parçalanmış ailelerin birleştirilmesi amacıyla Bulgaristan ile yaptığı anlaşmalardan biri olan *Yakın Akraba Göç Antlaşması*'nı 1969 yılında yürürlüğe koymuştur. Bu antlaşma gereğince daha önce Türkiye'ye göç etmiş olan Bulgaristan Türklerinin yakın akrabalarının Türkiye'ye dönmelerine izin verilmektedir ve 1969-1978 yılları arasında serbest göçmen statüsünde çok sayıda kişi Türkiye'ye gelmiştir. Özgür Ailesi de bu antlaşma çerçevesinde 1976 yılında Bursa'ya göç etmiştir.

Özgür Ailesi, Bulgaristan'dan göç ettikten bir yıl sonra (1977) Rojen Pastanesi'ni açmıştır. Asım Özgür önderliğinde bir aile işletmesi olan Rojen Pastanesi, ailenin üçüncü kuşağıyla, kurulduğu mekânda hizmet vermeye devam etmektedir. Rojen Pastanesi, daha çok Bulgaristan'a özgü lezzetleriyle hem Bursalılara hem de Bulgaristan göçmeni müşterilerine hitap etmektedir. Rojen'in kuruluş hikâyesinin temelleri ve başlangıcı Asım Özgür tarafından şu şekilde ifade edilmiştir:

"Bulgaristan Madam Bölgesi'nde önce beş sene ekmekçilik yaptım. Sonrasında börek bölümüne geçtim, börekçilik yapmaya başladım. Sofya'ya eğitim almaya gittim üç aylık. Ama aslında ben öğrettim börek yapmasını onlara... Bu Banička böreğini yapıyorduk orada... Örneğin bu kursta Banička yaptık. Ancak börek yapmayı zaten biliyordum. Ayrıca, Bulgaristan'da kalite kontrol sorumlusu olarak çalıştım. Bulgaristan'da beş sene fırıncılığım var, 25 sene pasta börek bölümünde iş yaptım. Sonra buraya geldik, 1976 yılında. Şu an bizim yaptığımız börek, o börek..."

Aslen Karamanlı bir aile olan Özgür Ailesi'nin Türkiye'ye geri dönüş hikâyesinin merkezinde yer alan Rojen Pastanesi'nin açılmasında en önemli rolü oynayan kişi Asım Özgür olmuştur. 1934 yılında dünyaya gelen Asım Bey, işletmenin kurucusu ve en büyük emektarı olarak hâlâ işletmenin yönetiminde rol oynamaktadır. Ortaokuldan mezun olan Özgür, uzun yıllar Bulgaristan'da fırıncılık ve börekçilik yapmıştır. Asım Bey her ne kadar börek yapmayı bilse de kısa süreli bir kursa giderek farklı börekleri de yapmayı öğrenmiş ve börek yapmaya yönelik kendi bildiklerini de orada paylaşmıştır. Bursa ve Uludağ'ı ziyaret ettikten sonra kesin dönüş kararı alarak Rojen Pastanesi'ni açmıştır. Asım Bey, Rojen Pastanesi ve aile üyelerini şu şekilde tanıtmıştır:

"Biz şirketiz, üç ortak. Ben, oğullarım Aydın ve İlhan. Bir de geriden torunum Melike geliyor. Biz aile işletmesiyiz... Ben ve oğlanlar olarak sahibiz, ortağız. Ben yedi sekiz senedir çalışmıyorum artık. Yeter artık, Bulgaristan'da 25 sene burada 35 sene... Oğlum Aydın da turizm mezunu, diğer oğlum aşçılık okudu. Bulgaristan'da herkes bir okul okudu zaten. Kızlarımın da hepsi tahsilli. Ama burada iki oğ-



Fotoğraf 1. Özgür Ailesi ve Rojen çalışanı

lum ve torunum Melike çalışıyor. Gerisi dışardan. Biz reçeteyi verdik, öğrettik. Onlar da yapıyor. Ama kalite kontrolü ben yapıyorum..."

Rojen Pastanesi ile ilgilenen ailenin üyeleri, Aydın ve İlhan kardeşler ile üçüncü nesil aile üyesi Melike'dir. Aydın Bey, 1957 doğumlu ve Bulgaristan'da turizm lisesi mezunudur. Öncele-ri farklı işler yapsa da sonrasında hep pastanede çalışmıştır. 1965 doğumlu olan İlhan Bey ise lise-yi Türkiye'de okumuş ve aşçılık eğitimi almıştır. 30 yaşında olan Melike Özgür, halkla ilişkiler me-zunudur ve altı yıldır işletmede çalışmaktadır.

Göç, Mekân ve Girişimcilik

Göçmen girişimci, bireysel olarak çalışan, girişimcilik yoluyla dezavantajlı bir konuma ve pazarın taleplerine yanıt vermek için pazarda yer alan bireydir (Körpe ve Koç 2022). Göçmenlerin girişimci olma eğilimleri yüksektir. Bunun en temel nedeni ise alternatif istihdam seçeneklerinin çok kısıtlı olmasıdır. Küreselleşme süreçlerinin ve küresel ekonominin değişen yapısıyla birlikte özellikle göç alan gelişmiş ülkelerde göçmenler, başka fırsatları olmadığı için yerli nüfusun yapmak istemediği iş kollarında istihdama katılarak yeni geline ülkeye uyum sağlamaya ve para kazanmaya çalışırlar (Shahram 1999). Bu iş kollarındaki çalışma koşulları oldukça ağır olduğu

için göçmenler iki seçenektan biri olan girişimciliği tercih etme eğilimine sahiptirler (Slavnic 2013).

Göçmenler sadece ev sahibi ülkeye uyum sağlamaya çalışan pasif aktörler değildir, aynı zamanda ev sahibi ülkeye getirdikleriyle oyun kurucu olarak aktif roller üstlenmişlerdir (Crenn vd. 2010). Rojen Pastanesi'nin hikâyesi her ne kadar geri dönüş hikâyesi gibi görünse de göçün etkisi büyük oranda hissedildiği için Bulgaristan göçmenlerinin açtığı işletme şeklinde sınıflandırmak yanlış olmaz. Bu nedenle, Asım Özgür Bursa'ya geldiğinde, Bulgaristan'da en iyi bildiği işi bir mekân açarak sürdürmüştür. Böylelikle, Asım Özgür'ün ekmek ve börek yapma konusunda uzun süreli deneyimi ve Bulgaristan'daki yiyeceklerin reçeteleri Bursa'ya taşınmıştır. Özellikle el becerisi, Bulgaristan'daki eğitimler ve oradaki uzun yıllara dayalı deneyim Rojen'in kuruluşuna ve sonrasında devamlılığına etki eden en büyük etkenler olarak kabul edilebilir. Bulgaristan'da komünist rejim dolayısıyla bir işletme sahibi olmayan Rojen Ailesi, Bursa'da kendilerine ait bir mekân açma konusunda imkânlar bulmuş ve daha istekli davranmışlardır. Asım Bey açılış hikâyesini şu şekilde özetlemiştir:

"Orada komünist rejim olduğu için mekân açamadık ama tabii pastanelerde çalışıyordum. Sonra buraya gelir gelmez, gözlem yaptım ve aşağıdaki sokakta bir mekân açtık. Dört yıl sonra da bu mekânı açtık, ev de yaptık. Ben oradan yola çıktığımda Bursa'ya gidip pastacılık yapacağım diye çıktım. Akrabalarım git fırında çalış dediler ama yok dedim ben uçtum ve nereye konacağımı bilmiyorum. Sonra kendi yerimi açtım..."

Göçmenler için girişimcilik; sosyalleşmek, statü elde etmek ve öz saygı geliştirmenin yollarından biridir. Rojen Pastanesi'nin kuruluşunda göç; para kazanmak, uzun saatler çalışmak ve kendi işini yapmak temalarını kapsamaktadır. Asım Özgür'ün girişimci ruhuna sahip olduğu ve Türkiye'ye göçtüğünde bir işletme sahibi olmak istediği ise aşağıdaki cümlelerden anlaşılmaktadır:

"Benim girişimcilik ruhumda vardı, bilgim vardı, ekmek börek. Kimse börekçiliği bilmiyordu. Çok para kazandık börekten. Bu bina öyle ko-



Fotoğraf 2. Rojen Pastanesi ve aile apartmanı. Hürriyet Mahallesi, Bursa.

lay değil. Her şey benim projem, bu üstteki ev de benim projem. Burası Hürriyet'te¹ bir numara'dır hala. Bursa'da herkes bilir burayı..."

Özgür Ailesi, Bulgaristan'dan ithal ettikleri mesleği aynı iş disipliniyle çok yoğun saatler çalışarak sürdürmüşlerdir. Bozulmadan varlığını sürdüren işletme 1987 yılında Rojen markasının tescilini de almıştır. Ancak bugün, işletmenin halihazırda büyüme ve şubeleşme çalışmalarının olmadığını Aydın Bey şu cümlelerle ifade etmiştir:

"Burası bize yeter. Daha önce yaptık, olmadı... Burayı devam ettirsek iyi... Çok emek lazım. Her gün 5:30'da açılıyor. Önceden hazırlanan ürünlerin sosları üzerine sürülerek erken saatlerde fırınlanıyor. Üretimde dört kişi aktif olarak çalışıyor. Üç kişi de önde çalışıyor. Biz de sahipleri olarak üretenlere arada destek olarak mutfağa giriyoruz. Ancak ürün denetimi her daim aile üyeleri tarafından yapılıyor..."

Göç, Mekân ve Aidiyet

Bireyler arasındaki ilişki kurulmasını ve sürdürülmesini sağlamanın yanında, psikolojik olarak yüksek düzeyde doyumluk sağlayan ve ötekileştirmeyi en aza indiren aidiyet duygusu, mekânsal aidiyet bağlamında mekânlar ile insanlar arasında duygusal bir bağ olarak tanımlanabilir (Baumeister ve Leary 1995). Bir yere

¹ Hürriyet mahallesi, 1950'li yıllarda Bulgaristan'dan göç eden göçmenler tarafından kurulmuştur. 31 Ekim 1953 tarihinde Hürriyet Mahallesi'ndeki 322 ev, göçmenlere teslim edilerek mahalle resmen açılmıştır. Günümüzde mahallede çoğunlukla Bulgaristan göçmenleri yaşamaktadır.

ya da mekâna aidiyet, duygusal histir ve birey tarafından belirli bir yere bağlanmayla başlar. Mekâna atfedilen duygusal içerik insanla bir bağ oluşturmakta, bu bağ insanın mekâna aidiyetini belirlemektedir (Kyle vd. 2004). Aidiyette mekân, yuva olarak hissedilir ve birey kendini yuvasında hisseder. Burada yuva; aşinalık, rahatlık, güvenlik ve duygusal bağlılığın sembolik bir alanı anlamına gelmektedir (Hooks 2009). Aidiyet duygusu bağlamında yuva; kişinin *kendi yuvası* (Walsh 2006), *mahallesi* (Fenster 2005), *küçük ada topluluğu* veya *anavatanı* (Ho 2009) olarak kavramsallaştırılmıştır.

Dünyada *Chinatown*, *Indiantown*, *Arab Street*, *Little Italy*, *Vietnamatta* ve *Little Turkey* gibi belirli mekânlarda bir araya gelen toplulukların oluşturduğu bölgeler kendiliğinden oluşmuştur. Örneğin, 1960 yılların başında Türkiye'den Almanya'ya göçen Türklerin Berlin'de oluşturdukları *Little Turkey* (*Küçük İstanbul/Türkiye*) olarak adlandırılan Kreuzberg semti bugün Türk göçmenlerin anavatanlarına aidiyet bağlarını kurdukları ve yaşattıkları mekân olarak karşımıza çıkmaktadır.

Rojen Pastanesi'nin kurucusu olan Bulgaristan göçmeni Asım Özgür'ün mekânına girince diğer pastanelerden farklı olduğu hemen anlaşılmaktadır. Pastanenin girişindeki karlı yüksek dağların olduğu duvar resmi (Fotoğraf 2) ve mekânın içine girildiğinde karşılaşılan köprülü yüksek dağların olduğu resim (Fotoğraf 1'de Özgür Ailesi ve Rojen çalışanının arkasındaki tablo) görülmektedir. Acaba, "Rojen nedir?", "Rojen burası mı?" "Rodop Dağları mı, Rojen Dağı mı burası?" sorularını akla getirmektedir. Asım Bey'in sözlerinin ardından sadece Rojen Pastanesi'nin değil, Bursa'nın da aidiyet hissettirdiği anlaşılmıştır:

"Göçmenlik anlaşmasıyla geldik buraya. Bursa'yı özellikle seçtim. Ben daha önce gelmişim buraya... 1966 senesinde turist gibi geldim, bir hafta gezdim gördüm, akraba ziyareti de oldu. Bizim memleket (Bulgaristan) burası gibi yeşillik dağlık bölge, o yüzden burayı seçtim..."

Özgür Ailesi'nin hikâyelerinde kendini ait hissedebileceği ve aidiyet duygusunu geliştirebileceği bir yer olarak Bursa'yı seçtiği görülmektedir.

Rojen Pastanesi'nin hikâyesi ve isminin altında Bulgaristan'a aidiyet duygusu yatmaktadır. Ayrıca Bursa'da yer alan Uludağ'ın aile için Rojen Dağı'nı temsil ettiği anlaşılmaktadır. Asım Bey, Bulgaristan'da mesleği öğrenerek uzun yıllar çalıştığı Rodop Dağları bölgesinde yer alan Rojen isimli pastanenin ismini Bursa'ya nasıl taşıdığını şu cümlelerle ifade etmiştir:

"Rojen ne biliyor musunuz? Bizim Bulgaristan'da Rodop Dağları var, Rojen Dağı da var, Uludağ gibi. Çalıştığım pastanenin adını Rojen yazdırmıştım. Buraya gelince de o ismi koydum..."

Göçmen, bulunduğu çevreye yüklediği anlama bağlı olarak aidiyet hissetmesi nedeniyle söz konusu çevrede egemenlik alanı oluşturmada kendisini oraya ait ve güvende hissetmemekte, mahremiyet alanı oluşturmamakta ve bulunduğu çevrede rahat edememektedir (Güleç ve Sancak 2009). Özgür Ailesi, Bulgaristan'a benzerliğinden dolayı Bursa'yı seçerek ve Bursa'da açtığı Rojen Pastanesi'nde kendi mahrem alanını yaratarak göç deneyimini kolaylaştırmıştır. Bulgaristan'da yaşadığı yere bu kadar benzer bir coğrafyayı seçmesi, pastanesini açtığı Hürriyet Mahallesi'nde Bulgaristan'dan göç edenlerin yoğun yaşaması ve Bulgaristan'da çalıştığı pastane-dekiyle benzer reçeteleri uygulaması, aslında ailenin kendisine ait ve güvende hissettiği mahrem alanını oluşturduğunu göstermektedir. Diğer taraftan Bulgaristan'a ve Bulgaristan kültürüne aidiyet de devam etmektedir ve bu aidiyeti Asım Özgür şöyle anlatmaktadır:

"Bursalıyım ben ama Bulgaristan vatandaşıyım da. Çocuklar da çifte vatandaş.... Zamanında hak verince, gidip başvurdum. Çünkü yıllarca orda çalıştım, hakkımı kullandım... Bulgarca biliyorum. Yüzde 90 biliyorum. Bulgaristan'a çok sık gidip geliyorum o yüzden hiç unutmadım. Burada da arkadaşlarla konuşuyoruz. Oğlum Aydın da Bulgarca biliyor, İlhan az Bulgarca biliyor, Torunum Melike bilmiyor..."

Kumar ve Makarova'nın (2008) belirttiği gibi göçmenlerde eylem alanı yoğun bir şekilde özel ve hatta mahrem kalma eğilimindedir. Restoranlar, pastaneler ya da kafeler reçeteleri korunarak sunulan yiyecek ve içecekler ve en önemlisi

kendi ülkelerinden göç eden insanlar ile aidiyet duygusunu canlı tutan geçiş mekânlarıdır. Bu tür işletmelerin sahipleri yaptıkları düzenlemelerle anavatanda yemek yiyormuş, orada kahve içiyormuş gibi eski düzeni devam ettirme ve gelecek kuşaklara aktarma noktasında kritik öneme sahiptirler. Bu nedenle Asım Özgür, sadece yiyecek ve içecekleri değil Bulgaristan'daki kültürü de taşıdıklarına vurgu yapmış ve işletmede asılı olan Şeytan Köprüsü resmini göstererek, *"Burada asılı resim de Şeytan Köprüsü, bizim oradan... Bu şeytan köprüsünü çekin kimse bilmez. Çok güzel köprü. Eskiden kervanlar oradan geçiyormuş..."* ifadelelerini kullanmıştır. Aydın Bey'in bizim oralar demesi, anıların ve sembollerin aidiyet duygusunu pekiştirdiğini göstermektedir.

Göç, Mekân ve Sosyal Ortam

Göçmen hangi ülkeden ya da kültürden göçerse göçsün, göç ettiği kültürün yiyecek ve içeceklerini tüketmesi ya da etnik restoranlarına kafelerine gitmesi kayıp hissini azaltmaktadır. Ayrıca göç ettikleri ülkeye ve göçmen yaşamına duydukları bağlılıkları da arttırmaktadır. Bu nedenle göçmenler, göç edilen yerlerdeki özel yiyecek ve içecek işletmeleriyle birçok düzeyde etkileşime girmektedirler. Örneğin; San Francisco'daki Hint bakkallarının, Hint göçmenlerin bir araya gelmek ve Hintçe konuşabilmek için kullandıkları sosyal ortamlar olduğu anlaşılmaktadır (Mankekar 2002). Benzer şekilde, Batı Avrupa'da yaşayan Türkler alışveriş yapmak ve diğer Türklerle bir araya gelebilmek için Türk bakkallarının ya da restoranlarının olduğu bölgelere gitmektedirler. Bu durumda göçmen işletmeleri bilgi alışverişinin yapıldığı, yuva duygusunun hayal edildiği, sosyal bağların sürdürüldüğü ve güçlendirildiği mekânlardır (Visser, Bailey ve Meijering 2015).

Aynı şekilde, Rojen Pastanesi sadece bir şeyler yemek ve içmek için değil, göç edenlerin sosyalleşmek için kullandıkları bir mekân statüsündedir. Rojen'in ortaklarının, kuruldukları dönemden itibaren insanların burada buluştuklarını ve hatta tanışıp evlendiklerini ifade etmeleri, bunun göstergesidir. Ayrıca Bulgaristan göçmenlerinin sık sık ziyaret ettikleri bir mekân olsa da Rojen sadece Bulgaristan göçmenleri değil, bugün bir-

çok kişinin uğradığı bir geçiş mekânıdır. Aydın Bey, bu geçiş mekânı olma özelliği için şu ifadeleri kullanmıştır:

"Burası sadece göçmenlerin buluşma noktası değil, herkes geliyor. Herkesin buluşma ve kaynaşma noktası. Burada tanışıp evlenen çok. Milletin sevdiği yer olunca, insanlar geliyor... Buraya geldiğimizde hep beraber yaşadık. Bulgaristan göçmeni de geliyor, aile de geliyor. Buraya gelenler etkinlikler de yapıyorlar..."

Göçmen topluluklarda mekân, sosyalleşme ve bütünleşme üzerinde çok büyük etkiye sahiptir. Dolayısıyla, Rojen Pastanesi coğrafi bir mekâna, bir gruba, yiyecek ve içeceklere ve onların tüketim şekillerine duyulan özlemin giderildiği bir mekân olmuştur. Rojen; sunduğu ürünler, oluşturduğu sosyal ortam ve konuşulan dil ile Bulgaristan'da bırakılan yuva olmuştur.

Göç, Aidiyet ve Gastronomi

Bilindik yiyecekler ve içecekler ile anılar, göçmenler için güçlü bir role sahiptir (Codesal 2010). Örneğin, İspanya'ya göç etmiş Ekvadorlu göçmenlere yönelik bir çalışmada, göçmenlerin, yiyecekler yoluyla *beden hatıralarını* canlandırdığı ve bu kişilerin Ekvadorlu bir restoranda yemek yediklerinde oradaymış gibi hissettikleri belirtilmiştir (Codesal 2010). İspanya'daki Ekvadorlulara benzer şekilde Bursa'ya göç eden göçmenler de bilindik yiyecek ve içecekler ile özgün ve yeni mekânlarını birbiriyle ilişkilendirmiştir. Örneğin, Özgür Ailesi'nin Bursa'ya göçtüğü yıllarda, Türkiye'de Türk kahvesi dışında kahve kültürü yaygın değilken, Rojen Pastanesi'nde filtre veya espresso kahve sunularak Bulgaristan ile bağı koparmamak için önemli bir aidiyet duygusu yaratılmıştır. Bulgaristan göçmenlerinin pastaneyi sıklıkla kahve içmek için kullandığı ve siparişlerinde Bulgaristan'da olduğu gibi kısa ve uzun kahve ifadelerini kullandıkları görülmüştür. Burada, kısa kahve dedikleri espresso olmaktadır uzun dedikleri daha yumuşak olan filtre kahvedir. Ayrıca Asım Bey sipariş konusunu şu şekilde aktarmıştır:

"Biz Türkiye'ye gelince kahve kültürü yoktu. Küçük sert oluyor. Çoğu uzun kahveyi istiyor. Burada orta yaş ve üstü içiyor ama gençler de

geliyor tabii... Adam oturdu mu bağıır bana bir ufak yap ya da uzun yap der. Ben de bana uzun yap derim..."

Rojen Pastanesi ortakları, işletmelerinin en önemli özelliğinin sundukları ürünleri Bulgaristan'dan Bursa'ya aynı tariflerle ve lezzetle taşıdıklarını ve bununla gurur duyduklarını vurgulamışlardır. Tariflerini özenle korudukları Banička, Milinka, Kifla'nın sergilendiği stand ya da x pastasının, Paskalya çöreğinin sergilendiği camekanlar alışılmışın dışında bir görüntü sunmaktadır. Asım Bey, bu ürünleri pastanede yıllardır ilk günkü gibi ürettiklerini şu cümlelerle ifade etmiştir:

"Banička, Paskalya çöreği var, her şey var. Burada en çok börek sonra torta (pasta) satıyoruz... Bu Milinka ve Kifla'yı bizden başka hiçbir yerde bulamazsınız. Milinka ve Kiflamız çok beğeniliyor. Banička'yı buradan alıp, ta Almanya'ya götürüyorlar..."

Öğrenilmiş bir deneyim olan yeme içme kültürü, temelde istikrarlı olmasına rağmen, dinamik bir sürecin parçası olarak sürekli değişim içerisindedir. Göçmenler yeni yerel yemekler ve farklı lezzetlerle tanıştıkları için yeme içme kültürleri değişebilir, ancak yıllardır süregelen lezzetleri de korumak isterler. Bu nedenle de göç edilen yere reçetelerini koruyarak taşırlar. Bu bakımdan değerlendirildiğinde göçmen ve azınlıklar yiyecek ve içecek alışkanlıklarını değiştirmeye karşı oldukça dirençli olma eğilimindedir (Cleveland vd. 2009). Benzer şekilde İsviçre'ye göç eden Bre-

zilyalılar bir asır sonrasında bile geleneksel gıda uygulamalarını sürdürmüşlerdir. Özgür Ailesi, Türkiye'ye göç ettikten sonra bir taraftan tarifleri koruyarak lezzet devamlılığını sağlamış, diğer taraftan da ürün tarif ve üretimlerini yeni coğrafyaya ve mekâna uyarlamıştır. Üretimdeki bu uyarlamaya dair detayları Aydın Bey şu cümlelerle anlatmıştır:

"Pastanedeki tüm ürünler Bulgaristan'da yaptığımız ürünlerdi... Ama burada yağı azalttık. Mesela Bulgaristan'da 350 gram yağ kullanıyorduk, burada 300'e düşürdük. Millet çok yağlı diyor. Ama yağsız börek olmaz. Börek elle açıldığı için yağı salıyor. Burada sadece Ayçiçek yağıyla yapıyoruz. Bulgaristan'da Bulgar yağı kullanılıyordu. Yani Ayçiçek yağı, zeytinyağı, margarin veya Türk olmayan bölgelerde domuz yağı da kullanılıyordu. Türkiye'ye gelince sadece Ayçiçek yağı ile reçeteleri oluşturduk. Buradaki mallar daha kaliteli. Un, yağ, çikolata daha kaliteli. O yüzden lezzeti daha iyi oldu..."

Genelde, yemeklerin geleneksel işleme yöntemleriyle hazırlanması, geleneksel malzemelerin temin edilmesi ve reçetelerin gelecek nesillere aktarımı için yazılı kayıt tutulması, göçmen işletmelerin ortak özelliklerindedir. Rojen Pastanesi özelinde ise yiyeceklerin isimlerinin korunduğu, üretim yöntemlerinin korunduğu, reçetelerin üç kuşaktır aktarılabildiği, ancak bazı ürünlerde kullanılan malzemelerin tür ve miktarının değiştiği yapılan görüşmeler neticesinde tespit edilmiştir. Buna göre, göç sonrası ürünlerin tariflerinin çok büyük oranda değişmediği ancak daha kaliteli olduğu anlaşılmıştır.

SONUÇ

Rojen Pastanesi'nin göç, mekân, geçiş mekânları, aidiyet, gastronomi ve sosyal ortam bağlamında incelendiği bu çalışmada, göç sürecinin mekâna yüklediği simgesel anlamlar ortaya konmuştur. Buna göre, Özgür Ailesi'nin Türkiye'ye göç hikâyesinin merkezinde, bir geçiş mekânı olarak Rojen Pastanesi yer almaktadır. Rojen, göçün etkisinin büyük oranda hissedildiği göçmen girişimi bir mekândır.

Özgür Ailesi Bursa'ya göçtüğünde, Bulgaristan'da en iyi bildiği işi bir mekâna taşı-



Fotoğraf 3. Rojen Pastanesi'nin ürünleri

arak yeni hayata başlamıştır. Böylelikle aile, bu mekân yoluyla aidiyet duygusu geliştirmiştir. Rojen Pastanesi'ne olan aidiyet, mekânın yuva olarak benimsenmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu yuva, sadece işletme sahiplerinde değil, göç sonrası bir araya gelen topluluklarda da aidiyet duygusu geliştirmektedir. Ayrıca Rojen, tek başına bir mekândan ziyade, Bulgaristan'a özgü sembollerin yer aldığı bir yuvadır. Bir geçiş mekânın yuvaya dönüşümü, aslında bu sembollere yüklenen anlamlar ve diğer göçmenlerin de mekânı benimsemesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle mekâna aidiyet, Özgür Ailesi'nin Rojen'in yer aldığı apartmanda yaşamasına neden olmuş ve pastanenin yer aldığı apartman da aile apartmanı olmuştur.

Özgür Ailesi, Bulgaristan'a benzerliğinden dolayı Bursa'yı seçerek Rojen ve Rojen'in yer aldığı apartmanda, kendi mahrem alanını yaratmıştır. Dahası, *Bursa-Kırcaali, Uludağ-Rojen Dağı ve Rojen Pastanesi-Bulgaristan çalışma hayatı* ile özdeşliğin kurulduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Rojen Pastanesi'yle birlikte Bursa ve Uludağ'ın da aidiyet hissettirdiği anlaşılmaktadır. Ancak yine de *bizim oralar ve buralar* ayrımının netliği devam etmektedir.

Göçmenler sahip oldukları kültürü, yaşam şeklini ve tükettikleri ürünlerin tatlarını hatırlamak isterler. Bu nedenle de göç edilen yere bütün bunları taşırlar. Özgür Ailesi de Türkiye'ye göç ettikten sonra bir taraftan tarifleri koruyarak lezzet devamlılığını sağlamış, diğer taraftan yiyecek üretimlerini yeni mekâna uyarlamıştır. Bu nedenle Rojen Pastanesi'nde, yiyecek isimleri ile üretim yöntemleri korunarak, reçeteler diğer kuşaklara aktarılmıştır.

Rojen, Bulgaristan tarifleriyle hazırlanan yiyeceklerle hatıraları canlandırması ve Bulgarca konuşma fırsatı yaratmasından dolayı göçmenlerin sosyalleştiği bir mekân haline gelmiştir. Çünkü yeme içme deneyimi ve hatıralar, göçmenler üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Codesal 2010). Bu nedenle Rojen, aynı zamanda diğer göçmenlerin bir araya geldiği bir sosyal ortam yaratmıştır. Sonuç olarak, Özgür Ailesi göçün yıkıcı olabilecek etkisini azaltmak için Rojen'e sığınmış ve bu mekâna yükledikleri anlam, semboller ve

Bulgaristan'dan taşıdıkları yiyecek ve içeceklerle bir aidiyet geliştirmiştir.

Çalışmanın alana katkısı, göçmen bir işletmenin uzun süre ayakta kalmasını sağlayan temel etmenlerin, göçün mekâna yüklediği anlam, aidiyet, gastronomi ve sosyal ortam kavramları ile açıklanmasıdır. Böylelikle, hem göçmen işletmeye ve ürün kalitelerine yönelik bulgular sunulmuş hem de göçmenlerin mekânı nasıl yuva olarak benimsedikleri ve bu yuvada aidiyet duygusu geliştirdikleri özgün bir bakış açısıyla sunulmuştur. Böylece diğer göçmen işletmelerine yönelik yapılacak çalışmalara teorik altyapı oluşturabilecek temel kavramlar arasındaki ilişkiler vurgulanmıştır. Çalışmanın en önemli sınırlılığı ise sadece bir işletmeyi kapsamasıdır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, farklı nedenlerle yapılan göçler neticesinde kurulan yiyecek ve içecek işletmelerine odaklanılarak, karşılaştırmalı analizler yapılabilir. Ayrıca bu işletmelerin müşteri profilini ortaya koymaya yönelik çalışmaların yapılması, göçmen işletmelerinin kimlere hitap ettiğini anlamak açısından önemli sonuçlar sunabilir.

KAYNAKÇA

- Abbotts, E. J. (2016). Approaches to Food and Migration. İçinde; J. Klein ve J. Watson (Editörler), *The Handbook of Food and Anthropology* (ss.115-132). Londra: Bloomsbury.
- Akyar, C., Ulucanlar, Z., İpekçi, S., Kurt, H. Y. ve Kutluca, H. T. (2021). Yunanistan'dan Türkiye'ye Uzanan Lokanta Kültürü: Trakya Lokantası, 7. Bilkent Üniversitesi Öğrenci Projesi, <http://repository.bilkent.edu.tr/handle/11693/78108>, Erişim tarihi: 11 Şubat 2023.
- Aydın, C. ve Aydın, Ç. (2019). Akman Boza Markasının Marka Kimliği Prizması Modeli ile İncelenmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4): 2536-2549.
- Baumeister, R. F. ve Leary, M. R. (1995). The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation, *Psychological Bulletin*, 117 (3): 497-529.
- Beardsworth, A. ve Keil, T. (1997). *Sociology on the Menu: Invitation to the Study of Food and Society*. İngiltere: Routledge.
- Bingöl, S. (2019). Goralı Sandviçleri: "Bir Goralı Bana!". İçinde; N. Kozak (Editör), *Dünden Bugüne Ankara: Otel, Lokanta, Pastane, Turizm* (ss. 275-288). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Biryol, U. (2016). *Gurbet Pastası: Hemşinliler, Göç ve Pastacılık: Hemşinliler, Göç ve Pastacılık*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Berger, R. (2015). Now I See It, Now I Don't: Researcher's Position and Reflexivity in Qualitative Research, *Qualitative Research*, 15 (2): 219-234.
- Boccagni, P. (2017). *Migration and the Search for Home: Mapping Domestic Space in Migrants' Everyday Lives*. New York: Palgrave McMillan.
- Carling, J., Bivand Erdal, M. ve Ezzati, R. (2014). Beyond the Insider-Outsider Divide in Migration Research, *Migration Studies*, 2 (1): 36-54.
- Cleveland, M., Laroche, M., Pons, F. ve Kastoun, R. J. (2009). Acculturation and Consumption: Textures of Cultural Adaptation, *International Journal of Intercultural Relations*, 33 (3): 196-212.
- Crenn, C., Hassoun, J.-P., Medina, F. ve Xavier. (2010). Introduction: Repenser et Réimaginer l'acte Alimentaire en Situations de Migration, *Anthropology of Food*, 7, <https://journals.openedition.org/aof/6672>, Erişim tarihi: 14 Mart 2023.
- Çelik Yeşil, S. (2019). Petifürücü Lalezar, III. *International Rural Tourism and Development Congress* (ss. 214-227). 13-15 Haziran, Muğla.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2022). İstanbul Park Otel (1930-1979), *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 33 (2): 19-29.
- Codesal, D. M. (2010). Eating Abroad, Remembering (at) Home, *Anthropology of Food*, 7, <https://journals.openedition.org/aof/6642>, Erişim tarihi: 14 Mart 2023.
- Fenster, T. (2005). Gender and the City: The Different Formations of Belonging in A Companion to Feminist Geography. İçinde; J. Seager ve L. Nelson (Editörler), *A Companion to Feminist Geography* (ss. 242-256). Londra: Wiley-Blackwell.
- Gabbacia, D. R. (1998). *We Are What We Eat*. Londra: Harvard University Press.
- Güleç, S. ve Sancak, H. Ö. (2009). Göç, Kimlik ve Aidiyet: Almanya'da Yaşayan Türkiye Kökenli Gençler Açısından Bir Analiz, *Uluslararası Davraz Kongresi* (ss. 2854-2866). 24-27 Eylül, Denizli.
- Hall, E. E. ve Sevim, N. (2020). The Role of Mosques in the Transformation from Transnational Spaces to Muslim Cultural and Consumption Spaces. İçinde; A. Bagasra ve M. Mackinem (Editörler) *In Working with Muslim Clients in the Helping Professions Advances in Religious and Cultural Studies* (ss. 136-154). Pensilvanya: IGI Global.
- Ho, E. (2006). Negotiating Belonging and Perceptions of Citizenship in a Transnational World: Singapore, a Cosmopolis?, *Social and Cultural Geography*, 7 (3): 385-401.
- Hooks, B. (2009). *Belonging: A Culture of Place*. New York: Routledge.
- Ilgin, C. ve Hacıhasanoğlu, O. (2006). Göç-Aidiyet İlişkinin Belirlenmesi için Model: Berlin / Kreuzberg Örneği, *İTÜ Dergisi*, 5 (2): 59-70.
- Irgil, E. (2022). Konumsallık, Mülakatlar ve Göç Çalışmalarında Araştırmacı Olmak, *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2): 353-367.
- Kaçar Tunç, G. (2020). Nitel Araştırmalarda Konumsallık ve Düşünümsellik: Yakınlık ve Mesafe Arası Müzakere, *Humanitas*, 8 (16): 249-266.
- Koçel, T. (2006). Kıdemli İşletmeler. İçinde; T. Koçel (Editör), *2. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı* (ss. 1-133). İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları
- Körpe, A. B. ve Koç, M. (2022). Göçmen Girişimcilik Teorilerinin Mülteci Girişimcilik Bağlamında İncelenmesi, *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi*, 1 (2): 91-103.
- Kumar, K. ve Makarova, E. (2008). The Portable Home: The Domestication of Public Space, *Sociological Theory*, 26 (4): 324-343.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. ve Bacon, J. (2004). Effects of Place Attachment on Users' Perceptions of Social and Environmental Conditions in a Natural Setting, *Journal of Environmental Psychology*, 24 (2): 213-225.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Londra: Sage.
- Johnson, M. (2016). 'Nothing is Sweet in My Mouth': Food, Identity, and Religion in African Lisbon, *Food and Foodways*, 24 (3-4): 234-256.
- Mankekar, P. (2002). 'India Shopping': Indian Grocery Stores and Transnational Configurations of Belonging, *Ethnos*, 67 (1): 75-97.
- Miranda-Nieto, A. ve Boccagni, P. (2020). At Home in the Restaurant: Familiarity, Belonging and Material Culture in Ecuadorian Restaurants in Madrid, *Sociology*, 54 (5): 1022-1040.
- Nowicka, M. ve Cieslik, A. (2014). Beyond Methodological Nationalism in Insider Research with Migrants, *Migration Studies*, 2 (1): 1-15.
- Özay, İ. N., Aydın, B., Ay, M. ve Teyin, G. (2022). Pasta Tüketen Bireylerin Pasta Tercihleri Üzerine Bir Araştırma, *Aydın Gastronomy*, 6 (2): 191-200.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods, Integrating Theory and Practice*. Londra: Sage.
- Rowe, W. E. (2014). Positionality. İçinde; D. Coghlan ve M. Brydon-Miller (Editörler), *The SAGE Encyclopedia of Action Research* (ss. 627- 628). Londra: Sage.
- Shahram, K. (1999) Displacement and Entrepreneurship: Iranian Small Businesses in Stockholm, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 25 (3): 493-508.
- Slavnic, Z. (2013). Immigrant Small Business in Sweden: A Critical Review of the Development of A Research Field, *Journal of Business Administration Research*, 2 (1): 29-42.
- Sibal, V. (2018). Food: Identity of Culture and Religion, *Food and Culture*, 6 (46): 10908-10915.
- Tekin, G. (2008). Kurum Tarihi Yazımıyla İlgili Sorunlar, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 11 (42): 331-340.
- Unutmazlar, K., Özyıldırım, A. N., Asıl, O., Buruk, B. ve Az-yoksul, M. (2017). İstanbul'daki Beyaz Rus Kültürü Bağlamında Ayaspaşa Rus Lokantası. 5. Bilkent Üniversitesi Öğrenci Projesi, <http://repository.bilkent.edu.tr/handle/11693/33887>, Erişim tarihi: 10 Aralık 2022.
- Üçok, M. (2006). Transnational Consumption Practices for Social Mobility: A Study of Turkish Immigrants in Denmark, https://obn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/17424846/AMID_wp_58, Erişim tarihi: 10 Aralık 2022.

Walsh K, (2006). Dad Says I'm Tied to a Shooting Star! Grounding (Research on) British Expatriate Belonging, *Area*, 38 (3): 268-278.

Visser, S. S., Bailey, A. ve Meijering, L. (2015). Food, Faith and Community: Social Well-being of Ghanaian Mig-

rants in the Netherlands, *Gender Place and Culture*, 22 (5): 608-625.

Yıldırım, Ö. (2022). Yaşlanmaya vaktim olmadı, A Gazete-Bursa. <https://www.agazete.com.tr/yaşlanmaya-vaktim-olmadi>, Erişim tarihi: 05 Ocak 2023.



Öznur CUMHUR

Hacettepe Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu (2006). İstanbul Teknik Üniversitesi Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'ndan yüksek lisans (2008) ve Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Kimya Mühendisliği Anabilim Dalı'ndan doktora derecesini aldı (2015). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Programı'nda uzman olarak göreve başladı (2009). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne doktor öğretim üyesi olarak atandı (2015) ve halen görevine devam etmektedir. Temel çalışma alanları gastronomi, gıda teknolojileri, gıda bilimi ve gıda güvenliğidir.



Serhat BİNGÖL

Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2014). Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan yüksek lisans (2016) ve doktora derecelerini aldı (2020). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak göreve başladı (2017). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü'ne doktor öğretim üyesi olarak atandı (2021) ve halen görevine devam etmektedir. Temel çalışma alanları turist, gezgin ve turizm sosyolojisidir.



Nurdan SEVİM

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu (1997). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı'ndan yüksek lisans (2002) ve doktora derecelerini aldı (2010). Anadolu Üniversitesi Bozüyük Meslek Yüksekokulu İktisadi ve İdari Programlar programında Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı (1998). Sonrasında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Bozüyük Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Programı'nda Öğretim Görevlisi olarak devam etti (2007) ve aynı programda Yardımcı Doçent unvanını aldı (2011). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'ne Doktor Öğretim Üyesi olarak atandı (2014) ve bu bölümde Doçent olarak görevine devam etmektedir (2021-). Temel çalışma alanları pazarlama, tüketici davranışları, göç, göçmenlik ve turizmdir.