

POSTMODERNİZMİN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNE ETKİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

A Conceptual Evaluation on the Effects of Postmodernism on Turkish Cuisine Culture

*Ceyhun UÇUK
**Lütfü BUYRUK



Yayın Bilgileri
Geliş Tarihi: 19.05.2020
Kabul tarihi: 07.8.2020
Yayın tarihi: 30.10.2019

Yazar Bilgileri

ORCID:
* 0000-0003-2809-6430
** 0000-0002-1921-7782
Email:
* ceyhunucuk@gantep.edu.tr
**

ÖZET

Küreselleşen dünyada ekonomik ilişkiler, teknolojik gelişmeler, yönetilen tüketim algısı insanlar ve toplumlar üzerinde karakteristik bazı değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimler arasında mutfak kültürlerindeki değişiklikler de oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Kültürün en belirgin ifade araçlarından biri olan mutfak kültürünün de günümüzde diğer birçok kültürel faaliyet alanında olduğu gibi modernizm sonrası dönem ve bu dönemin getirilerinden etkilendiği görülmektedir. Binlerce yıllık mutfak kültürü birikiminin temel karakteristik özelliklerine bile derinlemesine nüfuz eden postmodernizm, modernizm kadar kökten ve radikal bir dönüşüm ile kendisini göstermemektedir. Bu çalışmada modernizme oranla daha ılımlı, sert bir reddedişten uzak, inanca saygılı ve mesafeli bir genel görüşün temsilcisi konumunda olan postmodernizmin Türk mutfağındaki yansımaları irdelenmiştir. Bu bağlamda postmodernizm ekseninde Türk mutfağındaki sosyo-kültürel, dinsel ve teknolojik değişimler gastronomik bir bakış açısı ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Postmodernizm, Türk Mutfağı, Türk Mutfak Kültürü, Gastronomi, Yemek

ABSTRACT

In today's globalized world, economic relations, technological developments and the perception of managed consumption lead to some characteristic changes in people and societies. Among these changes, changes in culinary cultures also take a very important place. The culinary culture, one of the most distinctive means of expression of culture, is influenced by the post-modern period and the returns of this period, as is the case in many other cultural activities today. Postmodernism, which penetrates deeply into even the basic characteristics of thousands of years of culinary culture accumulation, does not manifest itself as radically and radically as modernism. In this study, the reflections of postmodernism in Turkish cuisine, which is more moderate than modernism, far from a harsh rejection, is representative of a general view that is respectful of faith and distant, are examined. In this context, socio-cultural, religious and technological changes in Turkish cuisine in the axis of postmodernism were tried to be put forward with a gastronomic perspective.

Keywords: Postmodernism, Turkish Cuisine, Turkish Cuisine Culture, Gastronomy, Food



1. GİRİŞ

Modernizmin bir sonucu, hatta modernizme bir tepki olarak ortaya çıktığı düşünülen postmodernizmin gastronomi biliminin çalışma alanlarını da doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemesi, böyle bir çalışmanın gerçekleştirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Modernizmi anlamak postmodernizmin daha iyi anlaşılmasını sağlayacağından, çalışmada kısaca modernizmden de bahsedilmektedir. Gelenekselliğin yüklerinden kurtularak yeni biçimler yaratmayı hedefleyen modernizm, toplumun ulaşması gereken değerleri üretme iddiasında olmuştur. Bu yönü ile evrensel olan modernizmi edebiyatta, mimaride ve toplumsal yaşamın diğer tüm alanlarında görmek mümkündür (Ergun, 1997). Modernizm toplumsal yaşamın yaygın ritüellerinin bir toplamı olan yeme içme alışkanlıklarına, dolayısı ile mutfak kültürüne de nüfuz etmiştir. Postmodernizm ise üst genellemeleri reddeden, toplumsal yaşamda özneler arası etkileşime vurgu yapan özelliklerinden dolayı modernizmi temelden sarsmaktadır (Yıldırım, 2009). Tıpkı modernizm gibi postmodernizm de sanat, spor, mimari, kültür gibi günlük yaşamın tüm alanlarında rastlanılan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Gümüş ve Onurlubaş, 2020). Postmodernizm geleneği yok saymadan, onun sunduğu eski biçimler içerisinde dönüşümler yapar ve çatlaklar oluşturarak geleneği devralır. Yüksek kültürün gerilemesi, farklı yaşam stillerinin sayısının artması, kültürel farklılıkların kutsal kabul edilmesi, tüketim kültürü ve taklitçiliğin değer kazandığı (Turner, 2003) günümüz postmodern dünyasında bu değişimin en temel tetikleyicilerinin kapitalizm, kültürel dönüşüm ve dinlerin geri plana itilmesi olduğu söylenebilir. Postmodernizm aynı zamanda hiçbir şeyin yeni olmadığını savunur ve postmodernizme göre evrensellik kesinlikle yoktur (Ergun, 1997). İnsanlara, özgürleştirici potansiyeli ile alternatif tüketim vizyonları sunan postmodernizm (Fırat ve Venkatesh, 1995) tüketim bağlamında modernizmden daha etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Baudrillard'ın (2008) "Nesneler Çağı" olarak nitelendirdiği bu tüketim dönemini yani postmodern çağı kültürün tüm dinamiklerinde sessiz bir dönüşüm olarak betimlemek mümkündür. Bu dönüşüm toplumların temel karakteristik özelliklerini bütünsel olarak yansıtan mutfak kültürlerini de derinden etkilemektedir.

Türk mutfak kültürü binlerce yıllık bir birikimin sonucunda ortaya çıkmıştır. Türk toplumlarının Orta Asya'dan başlayan tarihsel yolculuğu geniş bir coğrafyada günümüzde de yerleşik bir hayat ile devam etmektedir. Göçebe hayat tarzının günümüzde neredeyse tamamen yerleşik bir kültüre dönüştüğü süreç içerisinde, her konuda olduğu gibi mutfak kültürü konusunda da birçok değişim ve gelişmenin yaşandığı söylenebilir. Çalışma kapsamında Türk mutfak kültürünün değişim ve gelişim sürecinin postmodernizm ekseninde gastronomik bir bakış açısı ile ele alınması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışma Türk mutfak kültürünün en önemli temsilcilerinden Türkiye'deki yerleşik mutfak kültüründe postmodernist tespitler ile sınırlandırılmıştır. Alan yazında postmodernizmin ulusal mutfak kültürlerine olan etkileri ile ilgili çalışmaların az olması sebebi ile çalışmanın ilgili boşluğa katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kavramsal çerçeve başlığı altında çalışmanın bu bölümünde; postmodernizm, Türk mutfak kültürü, Türk mutfak kültüründe postmodernist yansımalar, postmodernizmin Türk

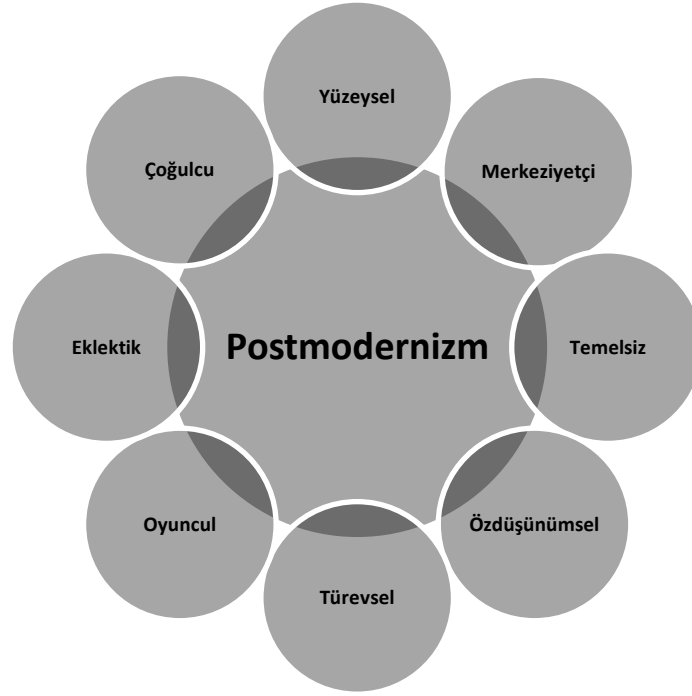


mutfağındaki sosyo kültürel yansımaları, postmodernizmin Türk mutfağına dinsel yansımaları, postmodernizmin Türk mutfağına teknolojik yansımaları irdelenmiştir.

3.POSTMODERNİZM

Ekonomik işbirliklerinin artması neredeyse her alanda yeniliklere neden olmaktadır. Farklı kültürlerin birbirleri ile olan bağları ise bu işbirliklerinin bir sonucu olarak gün geçtikçe daha da çoğalmaktadır. Bunun en temel nedeni küreselleşmedir. Küreselleşme dünyada var olan ekonomik sistemlerin bir sonucudur (Turner, 2003). Modernizmin ortaya çıkmasında itici güç olarak karşımıza çıkan küreselleşmenin hızla yayılması, hemen her alanda kendisine bir yer edinmesi, modernizm gibi akımlara karşı reaksiyonların gelişmesinin de temel nedeni olmuştur. Modernizme karşı ortaya çıkıp çıkmadığı halen tartışma konusu olan, bazı gözlemcilere göre ikinci modernlik (Beck, 1986), modernizmden kopuş, (Yıldız, 2005), geç modern (Keupp vd., 1999), güç ilişkileri (Funk, 2013), moderne karşı (Callinicos, 2001) olarak tanımlanan postmodernizm en yalın anlamı ile kültürel ürünlerin tamamında taklit etmenin kullanılmasıdır (Turner, 2003). Postmodernizm içerisinde modernizmden bir şeyler barındırır da (Rose, 2016), modernizmin geleceği inşa ederken geçmişe karşı takındığı yıkıcı tavrın sorgulanmaya başlanması, postmodernizm ile ayrıldığı en temel noktadır (Kıroğlu, 2018). Bunun yanında duyarlılık, kültür ve pratikteki gözle görülür ayrımlar modern-postmodern ayrımındaki en net çizgidir (Harvey, 1997). Postmodernizm bu anlamda, geçmiş ile bağı tamamen koparmadan geleceği inşa etme eğilimindedir. Yani postmodernizm ağırlıklı olarak geleneklerine bağlıdır ve tüketime yönelik bir toplum yapısı inşa eder (Van Tonder ve Berner, 2003).

Postmodernizm ilk olarak 1950'li yıllarda New York'ta yaşayan sanatçılar ve eleştirmenler tarafından kullanılmaya başlanan (Kıroğlu, 2018), ardından 1970'li yıllarda Avrupalı kuramcılar tarafından geliştirilen bir kavramdır (Şişman, 1996). Bu terimi ilk olarak “Batı Tarihinin Post-Modern Çağı” çalışması ile Arnold J. Toynbee kullanmıştır (Calinescu, 1990). Sıradanlığın mükemmellikten üstün olduğu, ortak bir dile sahip olmayan, her şeyin kullanımını hoş karşılayan, tüketimin asıl gerçeklik olduğu vurgusunu yapan modernizm yerine, “hem öyle hem böyle” ilkesine göre hareket eden postmodernizmin (Aksoy ve Akbulut, 2017), kapitalist merkezîyetçiliğin bir yansıması olduğu söylenebilir. Postmodernizm bir çağ değişikliği yaratmıştır. Bunu da “yüksek” kültür ile “popüler” kültürün arasındaki sınırları bulanıklaştırarak başarmış ve ortaya tüketime bağlı pratiklerle somutlaşan yeni bir yaşam biçimi çıkarmıştır. Şekil 1'de de görüleceği üzere postmodernizm; derinlikten yoksun, merkezi olmayan, herhangi bir temele dayandırılmamış, özdüşünümsel, türevsel, oyuncu, eklektik ve çoğulcu bir anlayışa sahip kültürel bir olgudur (Eagleton, 2015). Postmodernizm tüketim anlayışını ve dolayısıyla insanların yaşam biçimleri ve zihniyetlerindeki değişimi de tetiklemiştir (Akay, 2010).



Şekil 1. Postmodernizmin Bileşenleri

(Yazar tarafından Eagleton 2015'ten oluşturulmuştur)

Tüketime yönelik planlamaları ile toplumsal olayların bugününe ve geleceğine yön veren sermayenin, geçmişini yok sayan modernizmin değil de daha çok postmodernizmin destekçisi olması kolay anlaşılabilir bir durumdur. Tüketim günümüzde postmodern durumun belirleyici yönlerinden bir tanesidir (Lowrey ve Otnes, 2004). Öyle ki Otnes ve Lowrey'e (2011) göre tüketim bir ritüeldir. Ritüellerin gelenekler ile organik bağları bulunmaktadır. Hatta Thompson ve Haytko'nun (1997) tüketim faaliyetlerinin teorileştirilebileceği iddiaları Appadurai'nin (1986) "şeylerin sosyal hayatı" terimini destekler niteliktedir. Daha çok sürecin bir kontrolörü konumunda olan sermaye, daima kökten bir değişim yerine var olanın üzerine inşa etmeyi seçer. Bunun nedeni irdelendiğinde Carr'ın (2006) modernizmin daha az açıklığın yer aldığı bir dünya idealini desteklediğine ilişkin tespiti aydınlatıcı olabilir. Bu tespit sermayenin gücünün azalmasını ve daha adil bir dünyayı destekleme düşüncesini içerisinde barındırması bakımından sermayeyi tedirgin etmektedir.

Son yirmi yılda tüketime yönelik yapılan araştırmaların kapsamı oldukça geniştir. Bu araştırmalarda ürün edinim sürecinin yanı sıra geniş bir perspektiften tüketimin incelendiği görülmektedir (Kniazeva ve Venkatesh, 2007). Örneğin bir grup insan üzerinde yapılan ve ürün tedarikinin manipüle edildiği bir araştırmada; arzın azaldığı durumlarda deneklerin azalan kaynakları korumaya meyilli olduğu gözlemlenmiştir. Deneklerin, arz azaldıkça önceden kullanacaklarını belirttikleri ürün miktarını azalttıkları tespit edilmiştir (Folkes vd., 1993). Deneysel tüketim üzerine yapılan bir araştırma ise araştırmaya katılanların bilinçsiz zihin işlevlerinin mantıksal düşünme süreçlerini nasıl şekillendirdiği üzerinedir (bir çeşit tüketim manipülasyonu) (Joy ve Sherry, Jr., 2003). Tüketim alışkanlıklarımızın

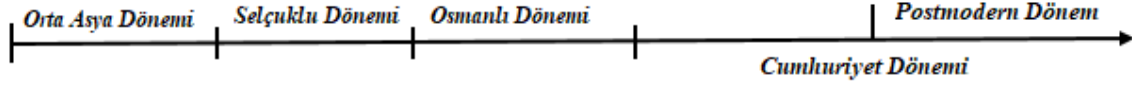


nasıl yönlendirildiğini ve yönetildiğini gösteren bu çalışmalar hayatımızın hemen her alanında mevcuttur. Öyle ki günümüzde minimalizm gibi kitlesel hareketler bu tüketim kültürüne karşı ortaya çıkmıştır. Sermaye için geleneklere hassas bir yaklaşım, yerelleştirme çabaları, kültürlerarası etkileşimden faydalanmak bu anlamda daha fazla fayda sağlamaktadır. Bu da küyerelleşme gibi etki alanı oldukça geniş uygulamaların yayılımını daha iyi açıklamaktadır. Dolayısıyla sermaye açısından postmodernizmin, modernizmden daha etkili bir araç olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlara sunulan ürün ve hizmetlerin sanki geleneklerinde yer aldığı biçimiymiş gibi sunulması, katı yenilikçi ya da radikal gelenekçi bakış açısından daha kıymetli olan kültürel yozlaşmayı toplumlara derinden hissettirmeden gerçekleştiren yapısından dolayı postmodernizmin günümüzde daha fazla kabul gördüğü bir gerçektir. Gıda postmodernizmin kültürel kategori temsilcisidir (Kniazeva ve Venkatesh, 2007) ve bu anlamı ile postmodernizmin dönüştürdüğü kültürde oldukça önemli bir yere sahiptir.

4.TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜ

Yiyeceklerin ve içeceklerin hangi biçimlerde tüketildiği kültürel bir konudur. Her toplum kendi yemek kültürünü oluştururken yiyecekleri de kendilerine özgü form ve biçimlerde hazırlama, sunma ve tüketme eğilimindedir. Gıda insanlar için fizyolojik bir gereklilik olmasının yanında kültürün önemli bir parçasıdır (Schulp ve Tirali, 2008) ve bir toplumun kültürünü ve kimliğini yansıtır (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Yemek kültürü din, coğrafi konum, gelenek ve görenekler gibi birçok unsurdan etkilenerek meydana gelmektedir (Aksoy ve Tatlı, 1998). Türkler de tarih boyunca yaşayış biçimlerini, gelenek göreneklerini, alışkanlıklarını, dinlerini mutfak kültürlerine yansıtmışlardır. Bunun sonucunda da Türk mutfak kültürü şekillenmiş ve günümüzde gelişerek ve değişerek varlığını sürdürmektedir. Dünyada oldukça önemli bir yere sahip olan Türk mutfağı (İyiöl, 2010); çeşit zenginliği ve kültürel farklılıkları yansıtan ve köklü dünya mutfakları arasında yer alan bir mutfak kültürüdür (Ardıç Yetiş, 2015). Yeme içme tarihsel süreç boyunca Türkler için sosyal yaşamda oldukça önemli bir konu olmuştur (Talas, 2005: Avcıkurt vd., 2007: Sağır, 2012: Demirgöl, 2018). Türk mutfağı tüm Türk yiyecek ve içecekleri ile bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında kullanılan araç gereç ve yemek ile ilgili gelenek ve görenekleri kapsamaktadır (Birer, 1997). Tüm diğer ulusların mutfak kültürleri gibi Türk mutfağı da değişime uğramıştır (Schulp ve Tirali, 2008). Türk mutfağının, Türkiye’de yaşamış olan medeniyetlerin etkisiyle geliştiği ve zenginleştiği ayrıca batı uygarlıklarının mutfak kültürlerinden de etkilendiği, fakat aynı zamanda onları da etkileyerek değiştirdiği görülmektedir (Güler ve Olgaç, 2010). Bu değişim ve gelişimi tetikleyen unsurların evrensel ölçekte bir karşılığı bulunmaktadır. Postmodernizm de bu unsurlar arasında önemli bir yer tutmaktadır.

Türk Mutfağı üzerinde; Orta Asya Türklerinin, Selçukluların ve Osmanlıların büyük bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Çakıcı ve Eser, 2016). Dolayısıyla Türk mutfağının Orta Asya Dönemi, Selçuklu Dönemi ve Osmanlı Dönemi’ne (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008: Güler, 2010: Kızıldemir vd., 2014: Öncel, 2015) ek olarak Cumhuriyet Dönemi ve kendisine özgü özellikleri, etkileri, değişim-dönüşümleri ile yaklaşık son otuz yılı kapsayan Postmodern dönemin de eklenmesi ve bu dönemler ışığında incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.



Şekil 2. *Türk Mutfağının Dönemleri*

Türk mutfağının oluşum sürecinde etkili olan ilk dört dönemin postmodern dönemden ayrıldığı noktaya etki eden postmodernizm bu çalışmanın merkezinde yer almaktadır. Çalışmanın yoğunlaşacağı alan daha çok postmodernizmden etkilenen bu dönem olacaktır. Bu dönem; teknolojiden sosyal medyaya, bilgiye erişimden Z kuşağına, ticaret savaşlarından sanayi 4.0.'a kadar birçok gelişmeden etkilenen bir dönemdir.

5.TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE POSTMODERNİST YANSIMALAR

Her toplum yaşam tarzının bir yansıması olarak, damak zevklerine uygun, inanç ve kültürel altyapıları ile uyumlu ürünler yetiştirmiş, hazırlanmasında farklı teknikler kullanarak kendi mutfak kültürlerini oluşturmuşlardır (Sarıışık, 2017). Toplumlar bunu genelde temel yiyeceklerini yörede en çok ürettikleri hammaddelerden karşılayarak gerçekleştirmişlerdir. Fakat günümüzde sanayileşme ve kentleşmenin artmasıyla birlikte toplumlar kendi ürettiklerini tüketmek yerine başkaları tarafından üretilen yiyecekleri de satın alma yoluna gitmektedirler (Albayrak, 2013). Türk mutfağı da bu bağlamda Orta Asya'dan günümüze birçok değişime uğramıştır (Güldemir, 2014). Önceleri kendi hazırladığını tüketerek mutfak kültürünü oluşturan Türkler, günümüzde bu anlayışı kısmen devam ettirirler de artık öğünlerinde bile bu ayrıma çok fazla özen göstermemektedirler. Türkiye'de önceleri tüketilen köfte-piyaz, lahmacun yerine günümüzde, pizza, hamburger, döner, patates kızartması türünden yemekler daha sık tüketilmektedir. İleride büyük bir olasılıkla öğle yemekleri hamburger veya pizza ile geçiştirilecektir (Sağlam, 1991). Sağlam'ın (1991) bu öngörüsü aradan geçen yaklaşık otuz yılda gerçekleşmiş gibi görünmektedir. Elmacioğlu'nun (1996) gerçekleştirdiği araştırmaya göre fizyolojik açıdan besleyici değeri daha yüksek olan Türk mutfağına özgü yemekler yerine besleyici değeri daha düşük olan batı menşeli (özellikle fast food) yemeklerin tüketilmesi tamamen günümüz koşullarından kaynaklanmaktadır.

Özellikle yeni lezzet arayışlarının ve deneyimleme arzusunun ya da tüketim zorlamasının (Baudrillard, 2008) postmodernist mutfak yapısına evrilmede etkili unsurlar olduğu söylenebilir. Buna yüzyıllardır farklı bir pişirme tekniği ile tüketilen kahvenin dönüşümü örnek olarak verilebilir. Yerleşik bir kahve tüketim alışkanlığı bulunan Türklerin kahve tüketimindeki dönüşümü postmodernist bir yaklaşımla değerlendirilebilir. Postmodern dönemde küresel kahve markalarının tüketicilerin zevk, alışkanlık ve eğilimlerini ortak bir eksende formalize ettikleri görülmektedir (Özgen ve Karabacak, 2013). Kahvenin cezve ile pişirildiği ve küçük fincanlarda ikram edildiği biçimi günümüzde devam ettirilse de yaygın bir şekilde hizmet veren işletmelerde espresso içerikli kahvelerin olmazsa olmazlar arasında yerini aldığı görülmektedir. Öyle ki, dünya devi kahve markalarının Avrupa'da en fazla şube sayısına sahip olduğu ülkelerden birisi Türkiye'dir (Çavuş, 2019). Bu durum küresel ve yerel kahve zincirlerindeki tüketimde bireye göreli bir 'özel alan', 'özgürlük', 'kişisel oyun alanı' sunulması şeklinde kendisine yer bulur (Akarçay, 2012). Yani



postmodernizmin insana sunduğu birçok “yeni gelenek” bu işletmeler tarafından kahve ile birlikte servis edilmektedir. 2017 yılında gerçekleştirilen bir araştırma sonucu bunu destekler niteliktedir. Akşit Aşık’ın (2017) araştırmasında ortaya çıkarılan bulgulara göre marka kahve tüketiminin Türk kahvesinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre; Türk kahvesinin taşınabilir olmaması, telve ve köpüğün sevilmemesi diğer tercih edilmeme gerekçeleri arasında yer almakta, bu da Postmodern dönemde daha yoğun hissedilen hızlı yaşamın dünyanın küresel etkilerine örnek teşkil etmektedir.

Çok uluslu şirketlerin kapitalizmin içerisinde postmodern bir kırılım ortaya çıkarması, tüketim toplumu kavramını (Akay, 2010) derinlemesine değiştirmiştir. Türk mutfağında yer almayan steak olarak adlandırılan et yemeklerinin satıldığı restoranların sayısının artması, hızlı yemek restoranlarının oldukça fazla tercih edilmesi ve buna bağlı olarak her geçen gün sayılarının artması da örnekler arasında yer alabilir. Türk mutfağında yer alan yemekler daha çok yavaş yemek anlayışına uygun olsa da özellikle Z artı kuşağı olarak adlandırılan yaş grubu ve daha sonraki dönemlerde doğmuş olan yeni jenerasyonun eğilimi hızlı yemek kültürüne doğru evrilmektedir. Postmodernizmin tüketiciye, tüketimde sembolik bir rol vermesinin ve yaşamın muhteşemleşmesi nosyonu ile (Fırat ve Venkatesh, 1995) bir illüzyon yaratmasının da bu kapsamda etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca postmodernizm tüketmeyi tüketicinin kendi rızasına bırakmaz (Akarçay, 2012); tükettirmek istediğini çeşitli yollarla tükettirir. Fendal (2014) bunun postmodern bir durum olduğunu ve yalnızca yeni ürünlerin üretilmesi ile değil yeni stratejilerin üretilmesi ile gerçekleştirildiğini vurgulamaktadır. Güleç vd.’nin (2008) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada yeni neslin en sık tükettiği içecekler kola ve çay olarak belirtilmiştir. Kola ve çay içeceklerinin Türk mutfak kültüründe köklü bir geçmişe sahip olmadığı (Genç, 2010) düşünüldüğünde dönüşümün hızı ve etkilediği kitlenin büyüklüğü postmodernist yansımaların kapsamının anlaşılmasında etkili olmaktadır.

Türk mutfağının etkilendiği ve etkilediği uygulamalara örnekler çoğaltılabilir. Fakat verilen örnekler üzerinden postmodernizm yansımalarının tespitini yapmak gerekirse: Kahvenin geleneksel Türk mutfak kültüründe hali hazırda var olan bir ürün olduğu, fakat geleneksel hali ile değil de küresel ölçekte kahve pazarlayan sektörün devleri tarafından sunulduğu hali ile tüketiminin yaygınlaşması postmodernizmin mutfak kültürlerini etkilemesine örnek teşkil etmektedir. Hızlı yemek (fast food) yemenin Türk mutfak kültüründe küreselleşmenin ve küyerelleşmenin etkileriyle yayıldığını söylemek mümkündür. Türk mutfağına ait döner dürümün de dünyaya Türkiye’den yayıldığı bilinmektedir. Bu durumda postmodernist yaklaşımın ticari boyutta karşılıklı etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Tüketime yönelik bir anlayış içerisinde kültürlerin tüketilmesi de sık karşılaşılan bir durumdur. Postmodernizmin kültür tüketimi olduğu çıkarımını yapmak kolay olmasa da mutfak kültürü üzerinden böyle bir değerlendirmenin çok yanlış olmayacağı düşünülmektedir.

5.1.Postmodernizmin Türk Mutfağındaki Sosyo-Kültürel Yansımaları

Doğal dünya kader ve şansla, teknik dünya rasyonellik ve entropiyle yönetiliyorsa, toplumsal dünya ancak korku ve titremeler içindeki bir varoluştur (Bauman, 2011). Bauman’ın (2011) toplumsal dünyaya ilişkin bu tanımlaması yemeğe erişim noktasında da geçerliliğini korumaktadır. Nitekim yemek sembollere indirgenğinde de birçok anlam



içermektedir. Yemek; eşitlik ve eşitsizlik, meşruiyet, statü, cömertlik, memnuniyet ve memnuniyetsizlik gibi sembolleri içinde barındıran bir eylemdir (Közleme, 2013). Yemek önemli bir siyasi araç olarak görülmüş ve topluma yönelik hegemonya oluşturmak için daima bir araç olarak kullanılmıştır (Dietler, 1997). Yemeğin sosyal ve kültürel önemi, statü göstergesi olduğu, kültürel kimlik oluşturduğu, iktidar sağlayıcısı konumunun bulunduğu; antropolojik, sosyolojik ve tarihsel birçok araştırmanın sonucunda kesin olarak ortaya konulmuştur (De Vooght ve Scholliers, 2011). Elbette hızlı yaşam koşulları, yalnız yaşam, büyük aile yapılarının ortadan kalkması ve aile sofralarının ortadan yok olması yüzyılların birikimi olan mutfak adetlerini değiştirmiştir (Birer, 1997). Tüm mutfak kültürlerinde var olan sosyal ve kültürel simgelerin analizi, toplumsal davranışların daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Toplumun yemek ile ilgili ritüelleri, toplumu oluşturan tüm bireylerin ortak kabulü ile alakalı bir durum ve dolayısıyla ilgili toplumun sosyo-kültürel yapısı ile doğrudan ilişkilidir. Postmodernizmi çağdaş tüketim açısından analitik bir çerçevede tanımlayan Hamouda (2012) postmodernizmin tüketiciye en iyi tüketim deneyimlerini en iyi şekilde sunmak için gönüllü ve bilinçli bir kimlik oluşturucusu olduğunu iddia etmektedir. Jameson vd. (1994) bir “moda algısı” olarak değerlendirdikleri postmodernizmin ayrıca bir yaşam tarzı da olabileceğini iddia etmektedirler. Birçok kültürel birikimin tüketim merkezli bir dönüşüm içerisinde kaybolup gitmesi (bir nevi moda gibi) bu iddiayı destekler niteliktedir.

Türk mutfağında misafiri karşılama, sofradaki konum, yemeğin niteliği, yemeğin sunumu, yemeğin kabul edilebilirliği, yemek öncesi ve sonrasındaki diyaloglar ile mevcut duruma göre yapılan yemek türü, sembolik değerlerle yüklüdür (Közleme, 2013). Yine ekmek ve diğer tahıl ürünlerinin Türk mutfağında yaygın olması (Birer, 1990) yerleşik ekonomik yapının ve sosyo-kültürel kimliğin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Türkiye, çeşitli etnik ve kültürel değerleri olan farklı dine, dile, ırka ve mezheplere sahip topluluklardan oluşan oldukça renkli bir coğrafyadır (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Yalnızca tüketim anlamında değil ritüellerde de bu farklılık görülmektedir. Tez’in (2012) aktardığına göre; Türkler yemeklerini gösterişsiz bir biçimde, yerde bağdaş kurarak ve sini üzerinde yer alan aynı kaptan yerlerdi. Türkler Orta Asya’da yaşadıkları dönemde evin en büyüğü (bu genellikle baba olurdu) yemeğe başlamadan yemeğe başlanmazdı (Bilgin ve Samancı, 2008). Fakat günümüzde bu alışkanlıkların unutulmaya yüz tuttuğunu söylemek mümkündür. Tüketim odaklı bir sistem üzerine inşa edilen yeni dünya düzeninin mutfak kültürü üzerindeki sosyal etkileri, içerisinde postmodernist bulgular barındırmaktadır. Yer sofralarının yerini masa düzenine bırakmasının, hızlılaşan dünyanın bir sonucu olduğu söylenebilir. Diğer taraftan ev dışı yemek tüketme oranının ve bu durumun sosyal kabul edilebilirliğinin giderek artması, Türkiye’de sofrada düzeninde de birçok değişikliğe yol açmıştır. Masada yemek tüketme kültürünün neredeyse Türkiye’nin her yerinde yaygınlaştığı, hatta yerleşik bir hal aldığı görülmektedir. Aile bireylerinin yoğun iş temposundan dolayı bir arada yemek yememeleri nedeni ile aile sofralarındaki alışkanlıkların da hızla değiştiği görülmektedir. Özellikle Z kuşağı ve takip eden kuşakların hiç bilmediği, duyduğunda ya da gördüğünde oldukça şaşıracağı Türk mutfağına ait uygulamalar günümüz postmodern dünyasında yok olmakla karşı karşıyadır. Gelenekseli reddetmediği halde kültürel birçok unsur üzerinde yıkıcı etkisi olan postmodernizmin yeni nesli ikna kabiliyeti ise oldukça yüksektir.



5.2.Postmodernizmin Türk Mutfağına Dinsel Yansımaları

İnsan, yeryüzünde yaşamaya başladığı andan günümüze kadar geçen süreç boyunca daima din olgusu ile birlikte yaşamını sürdürmüştür. Bu olgu içerisinde yiyecekler de dini törenlerin, özel günlerin ve gecelerin önem atfedilen bir parçası olmuştur (Kutluay Merdol, 2015). Dolayısı ile din ve inanç neredeyse hayatın her alanında etkili olduğu gibi, yüzyıllar boyunca insanların yemek kültüründe de etkili olmuştur (Karaca ve Karacaoğlu, 2016: Gürhan, 2017). Sosyal yaşam kurallarından, etik anlayışlarına, maddi ve manevi birçok konuda dini referans olarak yaşamını sürdüren insanların sayısının azımsanamayacak derecede fazla olduğu bir gerçektir. Toplumsal boyutta nelerin yenilip nelerin yenilemeyeceğini genellikle din sistematiği içerisinde yer alan kurallar belirlemektedir. Tek tanrılı dinlerde de çok tanrılı dinlerde de bu durumun değişmediği görülmektedir (Beşirli, 2010). Dinin toplumsal hayat üzerine olan etkileri, toplumu oluşturan bireylerin gıda maddelerini üretmeleri, tüketmeleri ve bu maddeler ile gerçekleşen ticari faaliyetlerini belirlemede önemli bir rol üstlenmektedir (Ceyhun Sezgin ve Ayyıldız, 2019). Dolayısıyla yiyecek içecek alışkanlıklarının çoğunu da dinsel kurallar belirlemektedir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Fakat modernizm ve ardından postmodernizm insanları geleneklerinden ve dini inançlarına olan bağlılığından uzaklaştırmış, insanın neredeyse her alanda bireyselleşmesi aile yapısı ve ikili-çoklu ilişkilerinde kökten değişikliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Gürhan, 2017).

Türkler İslamiyet'i kabul etmeden önce çeşitli şaraplar tüketir (Doğdubay, 2000) ve kısırak sütünden elde ettikleri kıymızı içerlerdi. Türklerin İslamiyet'i kabul etmesi ile birlikte dini semboller Türk mutfağında yoğun bir şekilde görülmeye başlanmıştır (Doğdubay, 2000: Közleme, 2013: Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014). Selçuklu ve Osmanlı devlet geleneğinde yemek siyasi ve dini bir gösterge olarak görülmüştür. Bu dönemlerde yemek yedirmek veya cömertlik gibi davranışlar dini gayelerle de yapıldığından İslam'ın kabulünden sonra mesele iki boyutlu bir hal almıştır (Közleme, 2013). İslamiyet'in kabulü ile birlikte Arap mutfağının etkileri Türk mutfağında daha çok hissedilmeye başlasa da (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014) günümüzde daha çok evrensel bir etkinin söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. İslam dininin birtakım kuralları, yeme-içme eylemini bir tür ibadete dönüştürmektedir. Türklerin tarihsel süreç içerisindeki tüm dönemlerde ve özellikle İslamiyet'i kabul ettikleri dönemden itibaren kutsallık atfettikleri yemek, kendilerine verilmiş en önemli nimetler olarak kabul edilmiştir. Örneğin günah olarak kabul edilen israf, sofraya biçimi, yemeğe başlarken ve bitirirken okunan dualar yemeğin ayin havasında geçmesini sağlayan ritüellerdir. Günümüz Türkiye'sinde bu ritüellerin yaşatıldığı alanların daraldığı söylenebilir. Bu daralmaya neden olabilecek birçok unsur bulunmaktadır. Bunların içerisinde dışarda yemek tüketim oranının artması (Nişancı, Özdoğan ve Bölüktepe, 2018: Yazıcıoğlu, Işın ve Koç, 2013), aile bireylerinin ayrı zaman ve mekanlarda yemek yemesi ile hızlı yemek kültürünün yayılması postmodernist etkiler arasında gösterilebilir. Evrensel etkinin kendisini gösterdiği konular arasında yer alan bu yeni alışkanlıklar, dinin yemek üzerindeki etkinliğinin postmodernist yıkıma karşı gelemediğinin göstergesi olarak kabul edilebilir. Yine dini ritüellerden bir tanesi olan cenaze töreni yemeklerindeki değişim de (Gürhan, 2017) postmodernist değişimden payına düşeni almış ve özünü koruyamamıştır. Kimin ne yiyemediğini önemsemeyen, kimin yemeğe ulaşamadığı ile ilgilenmeyen, bunun yerine yediklerini ve içtiklerini daha fazla insana ulaştırmaya çalışan bir anlayışın günümüzde daha yaygın bir hale geldiği



görülmektedir. Komşusu açken kendisinin tok yatamayacağına ilişkin inanış, uygulama ve söylemlerin günümüzde yerini, yenilenin ya da içilenin paylaşıldığı yaygın uygulamalara bırakması da diğer birçok unsurun yanı sıra postmodernizmin Türk mutfağı üzerine olan etkilerinden kaynaklanmaktadır. Bu uygulamalar evrensel ölçekte gerçekleşiyor olsa da çalışmanın konusu olan Türkiye'nin de bu akımlardan etkilendiği görülmektedir. Dinin yemek üzerindeki etkilerinin minimum düzeye inmesi ile postmodernizmin dinin etkilerini azaltması hatta yok etmesi arasında organik bir bağ söz konusudur. Dinsel etkilerin Türk mutfağına nüfuz ettiği geçmişten, postmodernizm ekseninde bir kopuş ile birlikte yemek ve dinin özellikle metropollerde neredeyse ayrılma noktasına geldiği söylenebilir. Bazı katı dini kuralların Türk mutfak kültürü üzerindeki etkisinin devam ettiği görülse de bu etkinin gün geçtikçe birkaç ürün ve az sayıda ritüel ile sınırlı kaldığı düşünülmektedir. Her ne kadar Anadolu'nun birçok bölgesinde bu ayırım pek olmasa da ülke nüfusunun büyük bir çoğunluğunu içerisinde barındıran kentlerde durumun kırsaldan farklı olduğu görülmektedir.

5.3.Postmodernizmin Türk Mutfağına Teknolojik Yansımaları

Kapitalist sistemde en büyük role sahip unsur tüketimdir. İnsanlar artık ihtiyacın dışına çıkarak, ihtiyaçları olduğundan dolayı değil, tüketmek için tüketmektedirler. Günümüz insanı sahip olduğu nesnelere ile anılmakta ve onlarla özdeş bir değere kavuşmaktadır. Yemek tüketimi de kültürel, sosyal, politik, teknolojik ve en önemlisi ekonomik güçlerin karmaşık bir etkileşimidir (Schlosser, 2001). Bu durumun ortaya çıkmasındaki en temel araçlardan birisi ise medyadır. Medya mevcut sistemin devamlılığı adına düzenin en büyük destekçisidir (Kocabay Şener, 2014). Her an yüz binlerce kişi yediği, kendisi yaptığı veya gördüğü bir yemeğin görselini farklı sosyal ağlarda ve hatta yemek paylaşımı için özel olarak tasarlanmış sosyal medya mecralarında paylaşmaktadır (Eryılmaz ve Şengül, 2016). Sosyal medyada en çok paylaşılan şeylerden bir tanesi de yemektir (Kocabay Şener, 2014). Hatta akıllı telefon ve mobil internetin yaygınlaşması ile yiyecek içecek işletmelerinde; sipariş geldiği an çatal ve bıçak yerine ellere akıllı telefonların alındığını, yemeğin fotoğrafının çekilerek sosyal medyada paylaşıldıktan (Eryılmaz ve Şengül, 2016) sonra yemeğe başlandığı sıkça gözlemlenmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte neredeyse herkesin cebine giren internet, insanlar arasındaki sanal iletişimin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Küreselleşmenin hakim olduğu günümüz dünyasında, özellikle gelişmekte olan ülkelerin iletişimde bir geçiş dönemini yaşamaması ve postmodernizmin tüm dünyaya hakim olması teknolojinin bilinçsiz toplumlar üzerindeki etkinliğini artırmıştır. Yaklaşık yirmi yıl önce gıda firmalarının ekonomik değer açısından dünya devi oldukları, günümüzde ise dünyanın en büyük ilk beş şirketinin tamamen teknolojik ürünler üreten (iletişim araçları vb.) ya da satan (e-ticarete vb.) firmalar olduğu bilinmektedir (Fxssi, 2019). Postmodernizm, tüketim alışkanlıklarını derinden sarstığı için yalnızca tüketmek yetmemektedir. Günümüzde tüketilenin paylaşılması bir gereklilik gibi görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin ilerleme olarak kabul edildiği yirmi birinci yüzyılda, en büyük ilerlemenin iletişimde olduğu düşünülecek olursa, postmodernizm ekseninde teknolojinin en güçlü dayanağının sosyal medya olduğu da bir gerçektir. Yeme içme kültürünün postmodernist dönüşümü elbette yalnızca sosyal medya ile sınırlı değildir. Fakat Harvey'in (1997) de dediği gibi postmodernizm bilginin üretilmesi, yayılması ve kullanılmasında teknolojiyi müthiş bir araç olarak kullanmaktadır. Teknoloji bu noktada dili işgal ederek bilginin statüsünde değişim yaratmaktadır (Jameson, Lyotard ve Habermas, 1994). Mc



Luhan'ın (McLuhan, 2001) küresel köy kuramında bahsettiği gibi; dünyada teknolojinin gelişmesi insanlığın yeni bir iletişim dili ile bir araya gelmesini sağlamıştır. Bu da tektipleşmeyi hızlandırmakta ve toplumsal hayatın hemen her aşamasında kendisini hissettirmektedir.

Günümüzde insanların yemeğe daha az zaman ayırma arayışları hazır ya da hızlı ürün arayışlarını da hızlandırmıştır. Yemeklerin daha hızlı üretilmesi, geleneksellikten kopuşu da beraberinde getirmektedir. Küyerelleşme ile bu noktada ortak bir payda da buluşan postmodernizm gelenekten tam olarak kopmadan yenilik arayışları ile mutfak kültürlerinde de köklü değişimlere neden olmaktadır. Yöresel ürün üreten makinelerin yaygınlaşması, paketleme sistemlerinin sayısının artması, daha hızlı ve kolay olanın tercih edilmesi, e-ticaretin yaygınlaşması (Saren, 2011) gibi birçok nedenden dolayı geleneksel yöntemlerle üretilen yemekler yerini teknoloji ile kolay ve hızlı bir şekilde üretilen fakat özünden kopan yemeklere bırakmaya başlamıştır.

6.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Modernizm kadar kökten bir değişim yaşatmasa da postmodernizmin etkilerinin modernizmden daha büyük ölçüde olduğu söylenebilir. Neredeyse tüm dinamikleri etkileyen bu akımların bireyler ve dolayısıyla toplumlar üzerinde bu denli etkili olmalarının arkasındaki itici güç ise küreselleşmedir. Sınırların kolayca aşılabildiği günümüz dünyasında, kitle iletişim araçlarına ulaşılabilirliğin artması, sınırsız bilgiye kolay erişim, tüketimi merkeze alan yaşam biçiminin benimsenmesi gibi birçok unsur toplumların yeniliklere hızlı ve ani bir biçimde maruz kalmalarına neden olmaktadır. Kuşaklar arası farklılıkların daha çarpıcı bir boyut kazanmasının, yeniliğe ayak uydurmak ya da geleneği korumak arasındaki çizginin günümüzde daha da incelmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Tüketicilerin kendilerine nesnelere üzerinden bir kimlik oluşturma çabası da yine postmodernizm yansımalarının en tipik özelliklerinden bir tanesidir (Hamouda, 2012).

Küresel bir köy haline dönüşen “Yeni Dünya” restoranlarının Burger King, Mc Donald’s; kahvecilerinin ise Starbucks, Gloria Jeans olduğu düşünüldüğünde yemek ekseninde bir tektipleşmenin kaçınılmaz olduğu daha iyi görülecektir. İnsanın en temel ihtiyaçları arasında yer alan yemek, küreselleşme kaynaklı hızlı dönüşüm süreci içerisinde birçok değişime uğramaktadır. Yemek hazırlama, sunma, tüketim biçimlerindeki değişikliklerin, gelenek görenekleri terk etmek yerine belli bir dönemi kapsayan yemek modalarının hakim olduğu bir tüketim anlayışı postmodernizmin mutfak kültürlerine yansımaları olarak değerlendirilebilir. Toplumların aynası niteliğindeki yemek kültürü, günümüzde ait olduğu toplum hakkında yeterli ve sağlıklı bilgi verme noktasında soru işaretlerini içerisinde barındıran bir konudur. Postmodernizmin etkisindeki dünyada yaşayan toplumlar öyle iç içe geçmiş, öylesine organik bağlar ile birbirine bağlanmışlardır ki, yemek üzerinden kültürel özelliklerin tespiti oldukça zor bir hal almıştır. Postmodernizm gibi akımların toplumu etkisi altına almasını durdurmanın oldukça zor olduğu görülmektedir. Nitekim yalnızca Türkiye’deki Türk mutfağını sınırlı bir ekseninde sosyo kültürel, teknolojik ve dinsel açıdan postmodernist çözümleme çalışmalarının güç olduğunu söylemek



mümkündür. İleride Türk mutfağını postmodernizm bağlamında ele alacak çalışmalara ışık tutabilecek bu çalışma ile mevcut durumun oldukça küçük bir parçası ele alınmıştır.

Çalışmada oldukça geniş bir alan olan Türk mutfağının yalnızca Türkiye kısmı postmodernizm bağlamında ele alınmıştır. Türk mutfağı ve postmodernizm çözümlenmeleri diğer Türk mutfağı temsilcileri olan ülkeler ve toplumlar özelinde de yapılabilir. Yine Türk mutfağındaki postmodernist etkiler daha geniş perspektiflerden ele alınabilir. Postmodernizmin Türk mutfağına ekonomik etkilerinin ve nedenlerinin araştırılacağı bir çalışma yapılabilir. Çalışmanın dinsel yansımalar kısmında, çalışmanın sınırlılıkları açısından bazı konular kapsam dışı bırakılmıştır. Türk mutfağı, din ve postmodernizm üçgeninde yapılacak bir çalışma ile dini yasaklar, farklı dinlere mensup topluluklar, özel gün yemeklerinin değişimi, aynı dine ait farklı mezhepler üzerinden benzer çözümlenmeler yapılabilir. Teknolojinin Türk mutfağı üzerindeki etkileri geliştirilen ekipmanlar, pişirme, saklama ve sunum tekniklerindeki yenilikler açısından ele alınabilir. Ulaşım ve lojistik faaliyetlerinin gelişmesinin de yemek kültürlerinin üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu açıdan bir yaklaşıma sahip postmodernist yansıma tespitleri ile ilgili çalışmalar da yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E. (2012). Kâh Kahvehane Kâh Café: Küreselleşen Eskişehir’de Kahve Tüketimi Üzerine Kuramsal Bir Giriş. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Özel Sayı(2), 181-202.
- Akay, A. (2010). Postmodernizmin ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Aksoy, M., ve Akbulut, B. A. (2017). Restoranlardaki Teknolojik Yeniliklerin Deneyim Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi. International Congress on Cultural Heritage and Tourism. Konya.
- Aksoy, M., ve Tatlı, M. (1998). Hatay Yemek Kültürü ile İl Merkezindeki Dini Grupların Beslenme Alışkanlıkları. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 7-18). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Akşit Aşık, N. (2017). Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(4), 310-325. doi: 10.21325/jotags.2017.152
- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. Journal of Yasar University, 30(8), 5049-5063.
- Appadurai, A. (1986). The social life of things Commodities in cultural perspective. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2015). Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(2), 12-19.
- Avcıkurt, C., Sarioğlan, M., ve Girgin, G. K. (2007). Yiyecek-içecek olgusuna sosyolojik bir bakış . 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler. Antalya.



- Baudrillard, J. (2008). Tüketim Toplumu (3. Baskı b.). (H. Deliceçaylı, ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2011). Postmodern Etik. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beck, U. (1986). Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt: Ebner ve Spiegel Ulm.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. Milli Folklor, 22(87), 159-169.
- Bilgin, A., ve Samancı, Ö. (2008). Türk Mutfağı. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Birer, S. (1990). Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu. Beslenme ve Diyet Dergisi(19), 251-260.
- Birer, S. (1997). Tarihsel gelişim süreci içerisinde Türk mutfak mimarisi, araç-gereçlerin değişimi ve bugünkü durumu. K. Toygar içinde, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar (s. 57-63). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Calinescu, M. (1990). Introductory remarks postmodernism, the mimetic and theatrical fallacies . M. Calinescu, ve D. Fokkema içinde, Exploring postmodernism (Selected papers presented at a Workshop on Postmodernism at the XIth International Comparative Literature Congress, Paris, 20-24 August 1985) (s. 3-16). Paris.
- Callinicos, A. (2001). Postmodernizme Hayır: Marksist Bir Eleştiri. (Ş. Pala, Çev.) Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Carr, E. R. (2006). Postmodern conceptualizations, modernist applications: Rethinking the role of society in food security. Food Policy, 31(1), 14-29. doi: 10.1016/j.foodpol.2005.06.003
- Ceyhan Sezgin, A., ve Ayyıldız, S. (2019). Gastronomi Alanında Vejetaryen/Vegan Yaklaşımı Giresun Yöre Mutfağı'nın Vejetaryen Mutfak Kapsamında İncelenmesi. E. İnanır, O. Köse, ve Y. Ulutürk içinde, Siyasi, Sosyal ve Kültürel Yönleriyle Türkiye ve Rusya - 1 (s. 505-533). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Çakıcı, A. C., ve Eser, S. (2016). Yabancı Mutfak Şefleri Gözüyle Türk Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(Special 1), 215-227. doi: 10.21325/jotags.2016.32
- Çavuş, G. (2019, 13 10). teyit.org: <https://teyit.org/turkiyede-ve-avrupada-bulunan-starbucks-subelerinin-sayilari-hakkindaki-iddialar/> adresinden alındı
- De Vooght, D., ve Scholliers, P. (2011). Food and Power: Studying Food at (Modern) Courts. D. D. Vooght içinde, Royal Taste: Food, Power and Status at the European Courts after 1789 (s. 1-12). Surrey/London: Ashgate Publishing Limited.
- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan Saraya Türk Mutfağı. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 105-125.



- Dietler, M. (1997). Feast and commensal politics in the political economy: food, power and status in prehistoric Europe. P. Wiessner, ve W. Schiefenhövel içinde, Food and the status quest: An interdisciplinary perspective. Oxford: Berghahn Published.
- Doğdubay, M. (2000). Türkiye'de özellikli restoranlarda pazarlama sorunları ve çözüm önerileri: Bir örnek uygulama. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eagleton, T. (2015). Postmodernizmin Yansımaları. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Elmacıoğlu, F. (1996). Hızlı Hazır Yemek Sisteminde (Fast-Food) Önceliklerin Belirlenmesi. Beslenme ve Diyet Dergisi, 25(1), 30-34.
- Ergun, T. (1997). Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. Amme İdaresi Dergisi, 30(4), 3-15.
- Eryılmaz, B., ve Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1), 32-42.
- Fendal, D. (2014). Türkiye'deki Kahve ve Mutfak Kültürünün Dönüşümü Üzerinden Küreselleşme Sürecinde Küresel ve Yerel Kültürün Etkileşim ve Eklemlenişi. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Özel Sayı(2), 147-180.
- Fırat, A. F., ve Venkatesh, A. (1995). Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. Journal of Consumer Research, 22(3), 239-267.
- Folkes, V. S., Martin, I. M., ve Gupta, K. (1993). When to Say When: Effects of Supply on Usage. Journal of Consumer Research, 20(3), 467-477.
- Funk, R. (2013). Ben ve Biz: Postmodern insanın psikanalizi. (Ç. Tanyeri, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Fxssi. (2019). tr.fxssi.com. tr.fxssi: <https://tr.fxssi.com/dunyanin-en-degerli-sirketleri> adresinden alındı
- Genç, F. (2010). Türkiye'de Çay Üretimi ve Değişen Sosyal İlişkiler. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Kalkınma İktisadi ve İktisadi Büyüme Bilim Dalı.
- Güldemir, O. (2014). Orta Asya'dan Cumhuriyet Dönemine Türk mutfağındaki yemeklerin değişimi: yazılı kaynaklar üzerinden bir değerlendirme. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, (s. 346-358). Aydın.
- Güleç, M., Yabancı, N., Göçgeldi, E., ve Bakır, B. (2008). Ankara'da İki Kız Öğrenci Yurdunda Kalan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları. Gülhane Tıp Dergisi(50), 102-109.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(26), 24-30.
- Güler, S., ve Olgaç, S. (2010). Lisans düzeyinde eğitim gören öğrencilerin Türk mutfağının tanıtım ve pazarlanmasına ilişkin görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm Ve Otel



- İşletmeciliği Yüksekokulu örneği). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(28), 227-238.
- Gümüş, N., ve Onurlubaş, E. (2020). Postmodern Tüketici Özelliklerinin Marka Sadakatine Etkisi. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(21), 405-427. doi: 10.26466/opus.649771
- Gürhan, N. (2017). Toplumsal Değişme Ve Yemek Kültürü Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme: Mardin Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(54), 561-570. doi: 10.17719/jisr.20175434620
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve Din: Yemeğin dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(2), 1204-1223.
- Hamouda, M. (2012). The Postmodern Consumer: An Identity Constructor? Marketing Dynamism ve Sustainability: Things Change, Things Stay the Same... Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science (s. 612-620). Louisiana: Springer.
- Harvey, D. (1997). Postmodernliğin Durumu. İstanbul: Metis Yayınları.
- İyiyol , F. (2010). The effect of Turkish culture on Bosnian culture exemplified by food culture. 2nd International Symposium on Sustainable Development, (s. 469-474). Sarajevo.
- Jameson, F., Lyotard, J. F., ve Habermas, J. (1994). Postmodernizm. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Joy, A., ve Sherry, Jr., J. F. (2003). Speaking of Art as Embodied A Multisensory Approach to Understanding Aesthetic Experience. Journal of Consumer Research, 30(2), 259-282. doi: 10.1086/376802
- Karaca, O. B., ve Karacaoğlu, S. (2016). Kültür, din ve yemek etkileşimi çerçevesinde Arap mutfağının kavramsal olarak incelenmesi: Adana ili örneği. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(2), 561-584. doi: 10.17218/hititsobil.280805
- Keupp, H., Ahbe, T., Gmür, W., Höfer, R., Mitzscherlich, B., Kraus, W., ve Sraus, F. (1999). Identitätskonstruktionen: Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Hamburg: RoRoRo.
- Kıroğlu, H. (2018). Postmodernizm Bağlamında Performans Sanatında İnanç Pratikleri. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 191-210.
- Kniazeva, M., ve Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. Journal of Consumer Behaviour(6), 419-435.
- Kocabay Şener, N. (2014). Sosyal medyada günün menüsü: sosyal medyada “paylaşılan” yemek fotoğrafları üzerine bir değerlendirme. Erciyes İletişim Dergisi, 3(3), 72-82.



- Közleme, O. (2013). Türk mutfak kültüründe siyasi, sosyal ve dini sembolizm. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(14), 387-395.
- Kutluay Merdol, T. (2015). *Beslenme Antropolojisi-I*. Ankara: Hatipoğlu Basım ve Yayın.
- Lowrey, T. M., ve Otnes, C. C. (2004). *Consumer Fairy Tales of the Perfect Christmas: Villains and Other Dramatis Personae*. T. M. Lowrey, ve C. C. Otnes içinde, *Contemporary Consumption Rituals: A Research Anthology* (s. 99-122). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- McLuhan, M. (2001). *Global Köy*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Nişancı, Z. N., Özdoğan, Y., ve Bölüktepe, F. E. (2018). Dışarıda Yemek Yeme Davranışının Nedenlerini Belirlemeye Yönelik İzmir İlinde Bir Araştırma. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 60-71.
- Otnes, C. C., ve Lowrey, T. M. (2011). *Contemporary Consumption Rituals: A Research Anthology*. New Jersey: Taylor ve Francis e-Library.
- Önçel, S. (2015). Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.
- Özgen, Ö., ve Karabacak, Z. İ. (2013). Tüketim Mekanlarının Dönüşümünde Görsel İletişimin Rolü: Küresel Kahve Dükkanları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2013 Güz(37), 120-149.
- Rose, M. A. (2016). *Parodi: Antik,Modern,Postmodern*. (C. Dikme, Çev.) Ankara: Hece Yayınları.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Turkish Studies*, 7(4), 2675-2695.
- Sağlam, F. (1991). Hızlı-Hazır Yemek Sistemi (Fast-Food) Üzerinde Bir Çalışma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 20(2), 187-197.
- Saren, M. (2011). Marketing empowerment and exclusion in the information age. *Marketing Intelligence ve Planning*, 29(1), 39-48. doi: 10.1108/02634501111102733
- Sarışık, M. (2017). *Uluslararası Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Schlosser, E. (2001). *Fast Food Nation: the dark side of the all-american meal*. New York: Houghton Mifflin Company.
- Schulp, J. A., ve Tirali, I. (2008). Studies in Immigrant Restaurants I: Culinary Concepts of Turkish Restaurants in the Netherlands. *Journal of Culinary Science ve Technology*, 6(2-3), 119-149. doi: 10.1080/15428050802338852
- Seyitoğlu, F., ve Çalışkan, O. (2014). Turizm literatüründe Türk mutfağı üzerine yapılan araştırmaların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 23-35.
- Sürücüoğlu, M. S., ve Özçelik, A. Ö. (2008). Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. *İcanas Kongresi*, (s. 1289-1310). Ankara.



- Şişman, M. (1996). Postmodernizm tartışmaları ve örgüt kuramındaki yansımaları. *Eğitim Yönetimi*, 2(3), 451-464.
- Talas, M. (2005). Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 273-283.
- Tez, Z. (2012). *Lezzetin Tarihi*. İstanbul: HayyKitap.
- Thompson, C. J., ve Haytko, D. L. (1997). Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings. *Journal of Consumer Research*, 24(1), 15-42. doi: 10.1086/209491
- Turner, B. S. (2003). *Oryantalizm, Postmodernizm ve Globalizm*. (İ. Kapaklıkaya, Çev.) İstanbul: Anka Yayınları.
- Van Tonder, C. L., ve Berner, A. (2003). The postmodern consumer : implications of changing customer expectations for organisation development in service organisations. *Journal of Industrial Psychology*, 29(3), 1-10.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., ve Koç, B. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Ürünleri Tercih Etme Nedenleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 36-41.
- Yıldırım, M. (2009). Modernizm, postmodernizm ve kamu yönetimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 380-397.
- Yıldız, H. (2005). Postmodernizm Nedir. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(13).